



EXERCICE 2013
DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

HISTORIQUE	1
CHIFFRES CLÉS	2
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	5
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2014	6
ACTIVITÉS DU GROUPE	9
VINS ET SPIRITUEUX	10
MODE ET MAROQUINERIE	15
PARFUMS ET COSMÉTIQUES	17
MONTRES ET JOAILLERIE	19
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	21
AUTRES ACTIVITÉS	22
RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	23
LE GROUPE LVMH	23
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	49
RESSOURCES HUMAINES	69
LVMH ET L'ENVIRONNEMENT	87
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	103
ÉTATS FINANCIERS	119
COMPTES CONSOLIDÉS	119
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	191
AUTRES INFORMATIONS	219
GOUVERNANCE	219
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	259
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 AVRIL 2014	267
RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	275
TABLES DE CONCORDANCE	279

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

Du XVI^e siècle à nos jours

XVI ^e siècle	1593	Château d'Yquem	XX ^e siècle	1908	Les Echos
				1916	Acqua di Parma
XVIII ^e siècle	1729	Ruinart		1924	Loro Piana
	1743	Moët & Chandon		1925	Fendi
	1765	Hennessy		1936	Dom Pérignon
	1772	Veuve Clicquot			Fred
	1780	Chaumet		1942	Rossimoda
				1945	Céline
XIX ^e siècle	1815	Ardbeg		1947	Parfums Christian Dior
	1817	Cova			Emilio Pucci
	1828	Guerlain		1951	Wen Jun
	1832	Château Cheval Blanc		1952	Givenchy
	1843	Krug			Connaissance des Arts
		Glenmorangie		1957	Parfums Givenchy
	1846	Loewe		1960	DFS
	1849	Royal Van Lent			Bodegas Chandon
	1852	Le Bon Marché		1963	Miami Cruiseline
	1854	Louis Vuitton		1969	Sephora
	1858	Mercier		1970	Kenzo
	1860	TAG Heuer		1972	Parfums Loewe
	1865	Zenith		1974	Investir-Le Journal des Finances
	1870	La Samaritaine		1975	Montres Dior
	1884	Bulgari			Ole Henriksen
	1895	Berluti		1976	Benefit Cosmetics
	1897	Franck et Fils		1977	Newton
					Cape Mentelle
				1980	Hublot
				1982	Radio Classique
				1984	Thomas Pink
					Marc Jacobs
					Donna Karan
					Make Up For Ever
				1985	Cloudy Bay
				1988	Kenzo Parfums
				1991	Fresh
				1993	Belvedere
				1998	Numanthia Termes
				1999	Terrazas de los Andes
					Cheval des Andes
			XXI ^e siècle	2001	De Beers Diamond Jewellers
				2004	Nicholas Kirkwood
				2005	10 Cane
				2010	Parfums Fendi

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

<i>(en millions d'euros et en pourcentage)</i>	2013	2012	2011
Ventes	29 149	28 103	23 659
Résultat opérationnel courant	6 021	5 921	5 263
Résultat net	3 947	3 909	3 465
Résultat net, part du Groupe	3 436	3 424	3 065
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ^(a)	7 329	7 113	6 137
Investissements d'exploitation	1 663	1 702	1 730
Cash flow disponible ^(b)	2 958	2 474	2 177
Capitaux propres ^{(c)(d)}	27 723	25 508	23 426
Dette financière nette ^(e)	5 338	4 261	4 660
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	19 %	17 %	20 %

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

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

(c) Y compris intérêts minoritaires.

(d) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés.

(e) Hors engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir Note 18.1 de l'annexe aux comptes consolidés.

Données par action

<i>(en euros)</i>	2013	2012	2011
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	6,87	6,86	6,27
Résultat net, part du Groupe après dilution	6,83	6,82	6,23
Dividende par action			
Acompte	1,20	1,10	0,80
Solde	1,90	1,80	1,80
Montant brut global versé au titre de l'exercice ^{(f)(g)}	3,10	2,90	2,60

(f) Montant global versé au titre de l'exercice, avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

(g) Pour l'exercice 2013, montant proposé à l'Assemblée générale du 10 avril 2014.

Informations par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	4 187	4 137	3 524
Mode et Maroquinerie	9 882	9 926	8 712
Parfums et Cosmétiques	3 717	3 613	3 195
Montres et Joaillerie	2 784	2 836	1 949
Distribution sélective	8 938	7 879	6 436
Autres activités et éliminations	(359)	(288)	(157)
Total	29 149	28 103	23 659
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	1 370	1 260	1 101
Mode et Maroquinerie	3 140	3 264	3 075
Parfums et Cosmétiques	414	408	348
Montres et Joaillerie	375	334	265
Distribution sélective	901	854	716
Autres activités et éliminations	(179)	(199)	(242)
Total	6 021	5 921	5 263

Informations par zone géographique

	2013	2012	2011
Ventes par zone géographique de destination <i>(en %)</i>			
France	11	11	12
Europe (hors France)	19	20	21
États-Unis	23	23	22
Japon	7	8	8
Asie (hors Japon)	30	28	27
Autres marchés	10	10	10
Total	100	100	100
Ventes par devise de facturation <i>(en %)</i>			
Euro	23	24	26
Dollar US	28	28	27
Yen japonais	7	8	8
Hong Kong dollar	8	6	6
Autres devises	34	34	33
Total	100	100	100
Nombre de magasins ^(h)			
France	443	412	390
Europe (hors France)	926	910	883
États-Unis	669	644	621
Japon	370	370	360
Asie (hors Japon)	749	670	621
Autres marchés	227	198	165
Total	3 384	3 204	3 040

(h) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014.

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

Conseil d'administration

Bernard Arnault
Président-directeur général

Pierre Godé
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault

Nicolas Bazire

Bernadette Chirac ^(a)

Nicholas Clive Worms ^(a)

Charles de Croisset ^(a)

Diego Della Valle ^(a)

Albert Frère ^(a)

Gilles Hennessy

Marie-Josée Kravis ^(a)

Lord Powell of Bayswater

Marie-Laure Sauty de Chalon ^{(a) (b)}

Yves-Thibault de Silguy ^(a)

Francesco Trapani

Hubert Védrine ^(a)

Censeurs

Paolo Bulgari

Patrick Houël

Felix G. Rohatyn

Comité exécutif

Bernard Arnault
Président-directeur général

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Pierre Godé
Vice-Président

Nicolas Bazire
Développement et acquisitions

Michael Burke
Louis Vuitton

Yves Carcelle
Fondation Louis Vuitton

Chantal Gaemperle
Ressources Humaines

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christopher de Lapuente
Sephora

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
Mode

Philippe Schaus
DFS

Francesco Trapani ^(c)
Montres et Joaillerie

Jean-Baptiste Voisin
Stratégie

Mark Weber
Donna Karan

Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

Comité d'audit de la performance

Yves-Thibault de Silguy ^(a)

Nicholas Clive Worms ^(a)

Gilles Hennessy

Comité de sélection des administrateurs et des rémunérations

Albert Frère ^(a)

Charles de Croisset ^(a)

Yves-Thibault de Silguy ^(a)

Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS
représenté par Thierry Benoit

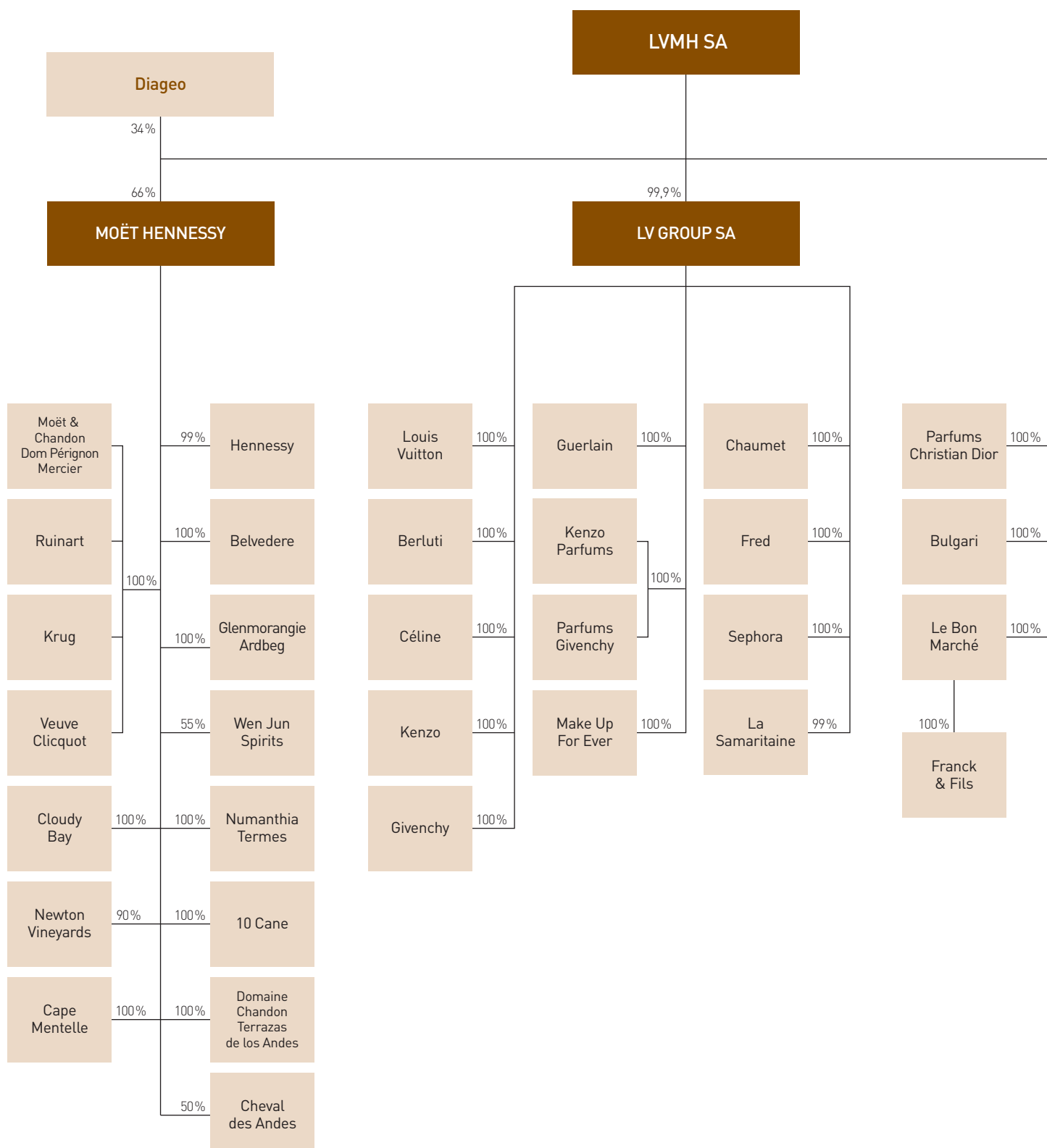
ERNST & YOUNG et Autres
*représenté par Jeanne Boillet
et Gilles Cohen*

[a] Personnalité indépendante.

[b] Nomination proposée à l'Assemblée générale du 10 avril 2014.

[c] Jusqu'au 1^{er} mars 2014.

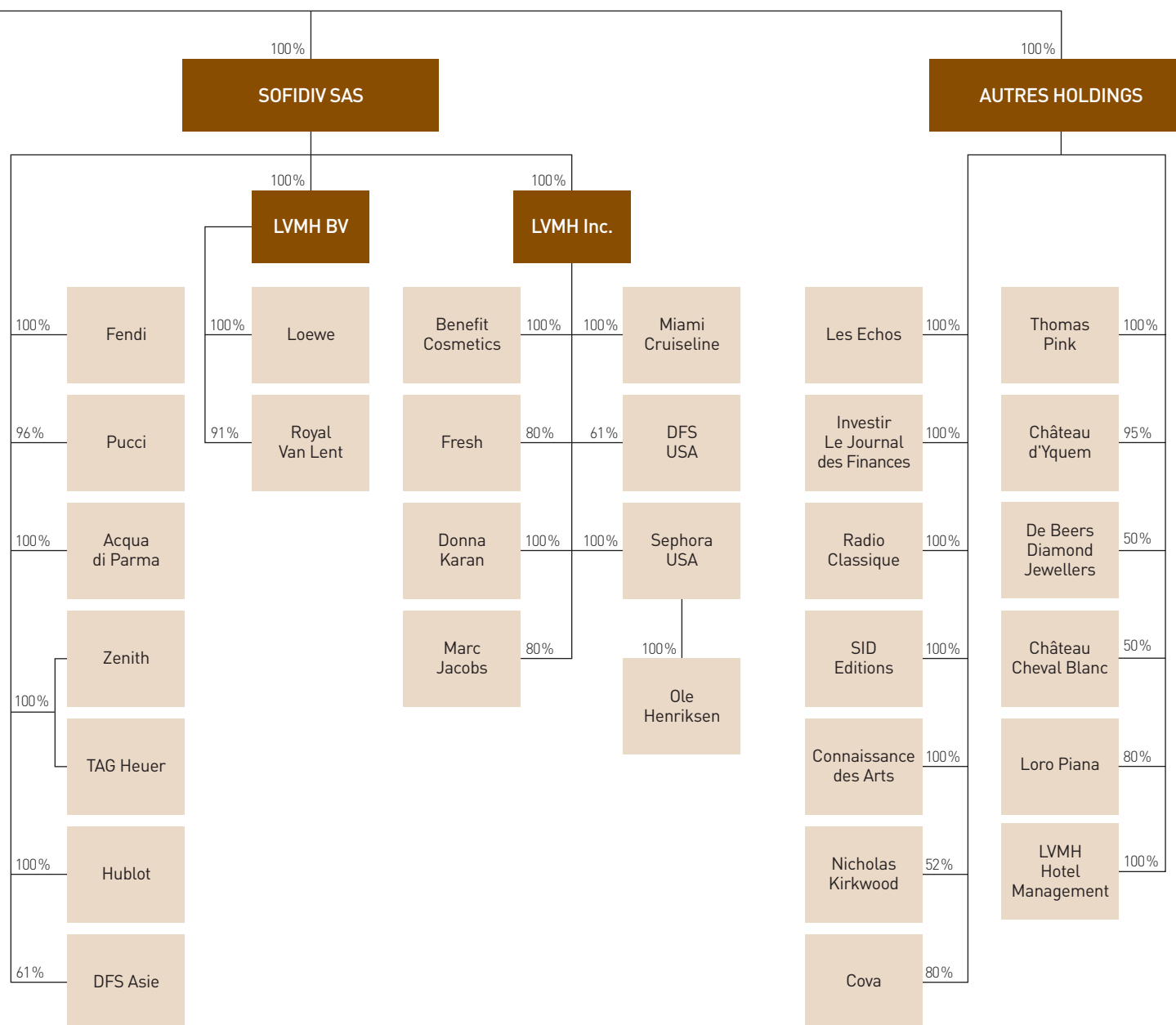
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2014



Le Groupe détient également une participation de 23,1% dans Hermès International SCA (Paris, France).

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

■ Sociétés holdings ■ Marques et enseignes



ACTIVITÉS DU GROUPE

1.	VINS ET SPIRITUEUX	10
1.1.	Champagne et Vins	10
1.2.	Cognac et Spiritueux	12
1.3.	La distribution des Vins et Spiritueux	14
2.	MODE ET MAROQUINERIE	15
2.1.	Les marques du groupe Mode et Maroquinerie	15
2.2.	La création	16
2.3.	La distribution	16
2.4.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	16
3.	PARFUMS ET COSMÉTIQUES	17
3.1.	Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques	17
3.2.	La recherche en Parfums et Cosmétiques en 2013	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.	La distribution	20
4.3.	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

1. VINS ET SPIRITUEUX

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

1.1. Champagne et Vins

En 2013, les ventes de champagne et vins se sont élevées à 1 951 millions d'euros, soit 47 % des ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

1.1.1. Les marques de champagne et vins

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

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

La marque **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,

En 2013, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 4 187 millions d'euros, soit 14 % des ventes totales du groupe LVMH.

Cloudy Bay en Nouvelle-Zélande, **Newton** en Californie, ainsi que **Terrazas de los Andes** en Argentine.

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 un équilibre exceptionnel et une personnalité unique. Cette participation est consolidée par intégration proportionnelle depuis août 2009.

1.1.2. Position concurrentielle

En 2013, les expéditions en volume des marques de champagne de LVMH reculent de 1 % tandis que les expéditions de la région Champagne reculent de 2 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 18,8 % du total des expéditions de la région, contre 18,7 % en 2012 (source : CIVC).

Les expéditions de champagne, pour la totalité région Champagne, se répartissent ainsi :

	2013			2012			2011		
	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	167,1	9,4	5,6	171,4	9,9	5,8	181,6	10,6	5,8
Export	136,8	47,8	34,9	137,4	47,9	34,9	141,4	48,4	34,2
Total	303,9	57,2	18,8	308,8	57,8	18,7	323,0	59,0	18,3

(en millions de bouteilles et pourcentage)

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

La ventilation géographique des ventes de champagne de LVMH en 2013, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

(en pourcentage)	2013	2012	2011
Allemagne	5	5	5
Grande-Bretagne	9	9	10
États-Unis	17	18	19
Italie	4	5	5
Suisse	2	2	2
Japon	8	7	6
Autres	37	36	35
Total export	83	83	82
France	17	17	18
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 2013, ces stocks représentaient environ 205 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 3,6 années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 13 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée, suivant les règles applicables à la profession.

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

Le Groupe possède 1 683 hectares en production, qui fournissent un peu plus d'un quart des besoins annuels. Au-delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vignerons et de coopératives, sur la base d'accords pluriannuels ; le premier fournisseur de raisins et de vins représente moins de 10 % du total des approvisionnements des Maisons du Groupe. Avant 1996, un prix indicatif était publié par l'interprofession ; s'y ajoutaient des primes spécifiques négociées individuellement entre les vignerons et les négociants. Depuis 1996, des accords interprofessionnels ont été signés et renouvelés, dans une volonté de modération dans les fluctuations du prix du raisin, à la hausse ou à la baisse. Le renouvellement le plus récent de cet accord date de 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 vignerons et négociants ont mis en place une réserve qualitative permettant de faire face aux irrégularités des récoltes, les stocks excédentaires ainsi « bloqués » pouvant être mis en vente les années de faible récolte. Ces vins « bloqués » en réserve qualitative assurent une certaine sécurité pour les années futures de petite récolte.

Pour la récolte 2013, l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) a fixé le rendement maximum de l'appellation Champagne à 10 000 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 3 100 kg/ha pour la récolte 2013. La récolte au-delà du rendement en appellation est bloquée en réserve, conservée en cuves et utilisée pour compléter une récolte déficitaire. Le niveau maximum de cette réserve bloquée est fixé à 10 000 kg/ha.

Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2013 s'établit entre 5,30 euros et 6,11 euros suivant les crus, en augmentation de 2 % par rapport à 2012.

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.

En 2013, les Maisons de Champagne ont eu recours à des sous-traitants pour un montant de 17 millions d'euros environ ; ces prestations portent notamment sur les opérations de pressurage, de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2. Cognac et Spiritueux

En 2013, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 2 236 millions d'euros, soit 53 % 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.

Depuis 2007, LVMH détient 100 % de Millennium, producteur et distributeur de vodka haut de gamme sous la marque **Belvedere**⁽¹⁾. Millennium a été créée en 1993 dans le but d'apporter au marché américain une vodka de luxe pour connaisseurs ; en 1996, Belvedere est introduite 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. En 1999, la société décide de développer des vodkas aromatisées.

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

	2013			2012			2011		
	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	3,4	0,3	9,1	3,6	0,3	8,3	4,0	0,3	6,7
Europe (hors France)	37,1	8,7	23,4	38,8	9,1	23,5	39,1	8,6	22,1
États-Unis	50,5	29,9	59,2	49,5	29,1	58,8	48,2	27,9	57,9
Japon	1,3	0,8	59,2	1,2	0,7	58,3	1,2	0,7	59,0
Asie (hors Japon)	55,8	23,6	42,2	62,3	25,6	41,1	57,5	23,1	40,2
Autres marchés	9,3	5,6	59,9	8,3	4,9	59,0	7,6	4,2	55,7
Total	157,5	68,8	43,7	163,7	69,7	42,6	157,6	64,8	41,1

(en millions de bouteilles et pourcentage)

LVMH a acquis Glenmorangie en 2005. Le groupe Glenmorangie détient en particulier les marques de whisky single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg**.

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

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

1.2.2. Position concurrentielle

En 2013, les volumes d'expédition de la région de Cognac reculent de 4 % par rapport à 2012, alors que les expéditions en volume de Hennessy reculent de 1 %. La part de marché de Hennessy s'établit ainsi à 43,7 %, contre 42,6 % en 2012 (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.

(1) Il n'existe aucune relation entre la marque Belvedere, détenue par LVMH et le groupe français de vins et spiritueux Belvédère.

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

(en pourcentage)	2013	2012	2011
États-Unis	43	42	43
Japon	1	1	1
Asie (hors Japon)	35	37	36
Europe (hors France)	13	13	13
Autres	8	7	7
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 ses 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 171 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 2013, le prix des eaux-de-vie de la récolte est en augmentation de 6,5 % par rapport à celui de la récolte 2012.

Grâce à un stock optimal d'eaux-de-vie, le Groupe peut gérer les effets des évolutions de prix, en adaptant ses achats d'une année sur l'autre.

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

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

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

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

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

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

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Millennium représente moins de 22 % 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, les « *mash tuns* », afin d'extraire les sucres de l'orge malté. Le liquide résultant de ce brassage, appelé « *worsts* », est placé dans une cuve et additionné de levures en vue d'opérer la fermentation alcoolique. Le liquide ainsi obtenu, appelé « *wash* », subit ensuite une double distillation dans des alambics de cuivre connus sous le nom de « *wash stills* » et « *spirit stills* ». Chaque distillerie possède des alambics dont la taille et la forme spécifiques influencent fortement les arômes du whisky qu'elle produit. Les alambics de Glenmorangie, les plus hauts d'Écosse, s'élèvent à 5,14 mètres de hauteur, ne laissant se dégager et se condenser que les émanations les plus subtiles. Chez Ardbeg, les alambics sont équipés d'un purificateur unique en son genre.

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

1.2.7. Mode d'élaboration du rhum 10 Cane

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

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

1.3. La distribution des Vins et Spiritueux

La distribution des Vins et Spiritueux de LVMH sur les principaux marchés mondiaux est assurée pour l'essentiel par un réseau de filiales internationales, dont une partie en joint-ventures avec le groupe de spiritueux Diageo ; en 2013, 33 % des ventes de champagne et de cognac ont été réalisées par ce canal.

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

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

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

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

1.2.8. Mode d'élaboration des spiritueux Wen Jun

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

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

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

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

Jusqu'en 2011, la distribution des Vins et Spiritueux de LVMH en Russie était réalisée par une joint-venture entre LVMH et la société Whitehall. Depuis 2011, à la suite du rachat par LVMH des parts de la société Whitehall, la distribution est réalisée par une filiale à 100 % de Moët Hennessy.

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Céline, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda, Loro Piana et Nicholas Kirkwood composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis dispose de 1 339 magasins dans le monde (hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014). 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 2013, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 9 882 millions d'euros, soit 34 % des ventes totales de LVMH.

2.1. Les marques du groupe Mode et Maroquinerie

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

Louis Vuitton, 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, sa première collection de lunettes en 2005, ainsi qu'une ligne de Haute Maroquinerie en 2011.

Fendi, fondée à Rome en 1925, l'une des marques phares de la scène italienne, fait partie du Groupe depuis 2000. 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 et est entrée dans le Groupe en 2001. Ses lignes de prêt-à-porter, *Collection*, la plus exclusive, et *DKNY*, déclinaison plus active, correspondent à un style de vie très actuel et international.

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

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

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

Kenzo, créée en 1970, a rejoint le Groupe en 1993. La Maison exerce aujourd'hui ses activités dans le prêt-à-porter féminin et masculin, les accessoires de mode, la maroquinerie et le décor de la maison. Son activité dans le domaine des parfums est intégrée dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.

Givenchy, fondée en 1952 par Hubert de Givenchy et dans le Groupe depuis 1988, 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 au Royaume-Uni 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 2000.

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

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

Loro Piana, Maison italienne fondée en 1924, dans laquelle LVMH a acquis une participation de 80 % en décembre 2013, crée des produits et des tissus exceptionnels, en particulier à partir du cachemire, dont elle est le premier transformateur au monde. La Maison est célèbre pour sa dévotion à la qualité et aux matières premières les plus nobles, pour ses standards incomparables dans le design et son savoir-faire artisanal.

Nicholas Kirkwood, marque de souliers britannique éponyme de son fondateur née en 2004, dans laquelle LVMH a acquis une participation de 52 % en 2013, et connue dans le monde entier pour son approche unique et innovante dans la création de souliers.

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 : en 2013, Nicolas Ghesquière succède à Marc Jacobs qui créait depuis 1998 les collections de prêt-à-porter féminin de Louis Vuitton. Chez Fendi, Karl Lagerfeld crée les collections de prêt-à-porter féminin, tandis que Silvia Fendi est en charge des accessoires et du prêt-à-porter

masculin. Phoebe Philo a été nommée Directrice artistique de Céline en 2008. Le créateur Riccardo Tisci est depuis 2005 Directeur artistique pour la Haute Couture, le prêt-à-porter et les accessoires féminins de Givenchy et s'est vu confier la création du prêt-à-porter masculin en 2008. En 2013, Jonathan Anderson a succédé à Stuart Vevers à la Direction Artistique de Loewe. En 2011, la Direction Artistique de l'ensemble des collections Kenzo a été confiée à Humberto Leon et Carol Lim. Donna Karan continue de créer les lignes de la Maison qui porte son nom. Peter Dundas a rejoint en 2008 la Maison Emilio Pucci en qualité de Directeur artistique. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti. La création d'une collection de prêt-à-porter masculine a été confiée en 2011 à Alessandro Sartori, nommé Directeur artistique de la Maison.

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 1 339 magasins au 31 décembre 2013 (hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014).

2.4. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Louis Vuitton Malletier achète ses matières auprès de fournisseurs localisés dans le monde entier et avec lesquels Louis Vuitton Malletier a établi des relations de partenariat. La stratégie fournisseurs mise en œuvre depuis quelques années a permis de répondre aux besoins tant en termes de volumes que de qualité et d'innovation grâce à une politique de concentration et d'accompagnement des meilleurs fournisseurs tout en limitant la dépendance de Louis Vuitton vis-à-vis de ces derniers. Ainsi le premier fournisseur de cuirs ne pèse pas plus de 15 % du total des approvisionnements en cuir de Louis Vuitton. Louis Vuitton Malletier a démarré en 2009 une stratégie d'intégration visant notamment à acquérir et maîtriser certains savoir-faire

et à sécuriser des filières stratégiques. Les prises de participation dans la tannerie Heng Long, spécialisée dans les cuirs exotiques, et dans les Tanneries Roux, spécialiste français des cuirs de veau haut de gamme, illustrent notamment cette stratégie.

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

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance de production représente en 2013 environ 38 % du coût des ventes.

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

Le groupe LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques par ses grandes Maisons françaises Parfums Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. À cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent Benefit Cosmetics et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétiques en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, marque espagnole détenant de fortes positions sur son marché domestique, et Make Up For Ever, marque française spécialisée à l'origine dans les produits de maquillage professionnel. Les parfums Fendi, de création récente, viennent compléter ce groupe d'activités.

La présence d'un large éventail de marques au sein du groupe d'activités génère des synergies et constitue une force sur le marché. L'effet de volume permet notamment l'achat d'espace publicitaire à de meilleurs tarifs et la négociation de meilleurs emplacements dans les grands magasins. Dans le domaine de la recherche et développement, les marques du Groupe ont mutualisé leurs ressources dès 1997 avec un centre en commun

à Saint-Jean de Braye (France), sur le site industriel de Parfums Christian Dior. L'utilisation de services partagés par les filiales augmente l'efficacité des fonctions de support de distribution dans le monde et facilite l'expansion des marques les plus récentes. Ces économies d'échelle permettent d'investir davantage dans la création et la communication, qui sont deux facteurs clés de succès dans le secteur d'activités des Parfums et Cosmétiques.

Les marques de Parfums et Cosmétiques du Groupe sont commercialisées principalement dans les circuits dits de « distribution sélective », par opposition à la grande distribution et à la parapharmacie, mais également pour certaines marques dans leurs propres magasins, 123 au total à fin 2013 pour le groupe d'activités.

En 2013, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 3 717 millions d'euros, soit 13 % des ventes totales de LVMH.

3.1. Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques

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

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.

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

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et se sont développés avec le succès de *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a diversifié son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant la gamme *KenzoKi* en 2001. Les années suivantes ont vu le lancement du parfum féminin *KenzoAmour*, celui du parfum masculin *KenzoPower*, la création de *KenzoHomme*

eau de toilette boisée, le lancement de *Eau de Parfum Madly Kenzo* et de *KenzoHomme Sport* et, en 2013, celui de *Flower in the Air*.

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-neuf boutiques exclusives à travers le monde (Californie, Chicago, New York, Royaume-Uni, Hong Kong, Chine et Sydney), la marque est actuellement distribuée dans environ 4 000 points de vente dans 43 pays à travers le monde.

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

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

Make Up For Ever, créée en 1984, a rejoint LVMH en 1999. La marque est spécialisée dans le maquillage professionnel et ses applications pour le grand public. Ses produits sont distribués dans des boutiques exclusives à Paris, New York, Los Angeles et Dallas, et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, en Europe, aux États-Unis, marchés développés en partenariat avec Sephora, mais aussi en Chine, en Corée et au Moyen-Orient.

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Parme et acquise par LVMH en 2001, 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 et à Paris.

3.2. La recherche en Parfums et Cosmétiques en 2013

L'innovation joue un rôle primordial dans la stratégie de développement des Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH, dans le contexte actuel d'accélération de la mise sur les marchés de nouveaux produits et de nouvelles contraintes réglementaires sur certains marchés. Le Groupement d'Intérêt Économique (« GIE ») LVMH Recherche regroupe les laboratoires de recherche et développement de marques cosmétiques du Groupe. Ce GIE est en charge de la recherche et du développement des nouveaux produits mis sur le marché chaque année. Le GIE assure également le suivi des réglementations en vue de la commercialisation des produits dans les différentes parties du monde.

À Saint-Jean de Braye (Loiret, France), au cœur de la Cosmetic Valley, plus de 260 scientifiques, chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins, travaillent sur le développement des produits de soin, maquillage et parfums des marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy et Fresh, ainsi que sur un certain nombre de développements pour d'autres sociétés du Groupe, Benefit, Make Up For Ever, Parfums Kenzo, Acqua di Parma, Fendi, Pucci, Loewe. Cette concentration en un seul lieu de moyens et de compétences permet à LVMH Recherche de mener, en liaison avec des partenaires et de grandes universités, des projets de recherche appliquée dont l'ensemble des marques bénéficie pour le développement de leurs produits.

2013 a vu, sur le site de Saint-Jean de Braye, l'inauguration d'un nouveau centre de recherche baptisé Hélios. Ce centre de recherche de 18 000 m², labellisé HQE (haute qualité environnementale), regroupe en un seul lieu l'ensemble des équipes de recherche et développement. Equipé de façon ultramoderne et respectueuse des normes les plus exigeantes, ce véritable campus de recherche a été conçu pour favoriser les synergies entre équipes et l'innovation ouverte par la tenue de séminaires scientifiques et l'accueil temporaire de chercheurs extérieurs dans le cadre d'un partenariat collaboratif avec l'université d'Orléans. Localisé dans la Cosmetic Valley, Hélios est pleinement intégré dans le territoire et participe activement à de nombreux projets de recherche.

Les chercheurs ont consolidé leurs travaux dans les domaines clés de la recherche amont et du développement. Dans la recherche amont, une plate-forme de criblage à haut débit d'ingrédients actifs permet d'augmenter significativement les possibilités de tests multiparamétriques et de découvertes applicables aux gammes de produits de soin des différentes marques. En histologie, de nouvelles méthodes de visualisation associées

aux nouveaux modèles de cultures de cellules de peau ont permis de découvrir des cibles biologiques impliquées dans le vieillissement de la peau et sa réparation. Un programme de recherche sur l'identification d'une nouvelle manière d'appréhender des marqueurs de l'âge et leur évolution à partir de l'expérience des femmes a été mis en œuvre. Des recherches ont permis d'améliorer les connaissances des peaux asiatiques en relation avec les facteurs environnementaux et le mode de vie. Une cartographie des préférences a été réalisée en Chine pour identifier des cibles sensorielles de texture en relation avec leur pouvoir cosmétique. La mise au point de nouvelles méthodologies et de nouveaux protocoles d'analyse d'images permet de mesurer les effets bénéfiques d'un maquillage ou d'un soin sur l'apparence de fatigue d'un visage. Des nouveaux tests « flash » ultrarapides d'évaluation du niveau d'efficacité de prototypes de formules cosmétiques sont un outil précieux d'aide à la décision pour les équipes de formulation de soin et de maquillage.

Concernant le développement, de nouvelles technologies d'encapsulation de produits naturels ont émergé, donnant lieu par exemple au lancement de la cure *Abeille Royale* chez Guerlain. En complément, pour parfaire les formulations, des recherches d'optimisation et de rationalisation de nouveaux composants et d'ingrédients actifs ont été menées. La rencontre du soin et du maquillage a donné naissance à des produits sublimateurs de beauté naturelle comme la *BB cream Nude* chez Parfums Christian Dior et un soin majeur Dior dans la gamme *Capture* lancé en janvier 2014. Le maquillage a bénéficié de recherches sur des textures de plus en plus sophistiquées en termes de structure, que ce soit sur des mélanges complexes d'huiles pour allier brillance et sensation de lèvres nues (*Gloss d'Enfer* chez Guerlain) ou des associations de polymères et de pigments traités pour donner légèreté, tenue et couvrance sur mesure (*Teint Couture* de Givenchy).

La recherche sur les produits naturels s'est poursuivie. La plate-forme de recherche internationale Orchidarium (Guerlain) consacrée à la recherche sur les orchidées a vu l'agrandissement des collections de conservation d'espèces sauvages et le développement de son programme de recherche en phytochimie sur de nouvelles orchidées susceptibles d'applications futures en cosmétique. Les recherches sur les roses ont été poursuivies, cet actif phare clé pour la gamme *Prestige* de Parfums Christian Dior. Les structures de recherche au Japon et en Chine ont favorisé le développement de partenariats sur des projets stratégiques concernant de nouvelles formulations maquillage et soin.

Les modifications importantes de la législation européenne et des réglementations cosmétiques en diverses parties du monde ont conduit les structures de LVMH Recherche à adapter leurs méthodes d'évaluation de la sécurité du produit, grâce à l'intégration de nouvelles méthodologies par simulation informatique permettant d'identifier, sur la base de leur structure chimique, les profils toxicologiques des nouvelles molécules. LVMH est l'un des rares groupes de parfums et cosmétiques participant non seulement à la validation internationale des méthodes alternatives mais ayant également intégré en interne un département de toxicologie in vitro, reconnu Bonnes Pratiques de Laboratoire.

3.3. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Les cinq centres de production français de Guerlain, Parfums Christian Dior et LVMH Fragrances Brands assurent la quasi-totalité de la production des quatre grandes marques françaises, y compris Kenzo Parfums, tant dans le domaine des produits parfumants que dans ceux du maquillage ou des produits de soin. Make Up For Ever dispose également de capacités de production en France. Les marques Benefit, Parfums Loewe, Fresh et Parfums Fendi confient la fabrication de leurs produits pour partie aux autres marques du Groupe, le solde étant sous-traité à l'extérieur du Groupe.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2013, pour cette activité, environ 8 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 11 millions d'euros de sous-traitance logistique.

En outre, LVMH Recherche continue à protéger régulièrement ses inventions par des dépôts de brevets. Comme les autres années, l'ensemble des activités de recherche a donné lieu à des communications scientifiques dans des congrès internationaux spécialisés.

Enfin, pour conforter sa démarche d'innovation collaborative, LVMH Recherche poursuit lors de séminaires et de conférences ses collaborations d'échanges et de partage des connaissances en vue de nourrir l'innovation future. LVMH Recherche a également poursuivi la mise en place d'une exposition de photographies scientifiques en collaboration avec le magazine *La Recherche* et a participé aux journées « Les Fondamentales » organisées par le CNRS.

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

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

4. MONTRES ET JOAILLERIE

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH regroupe un portefeuille de marques horlogères et joaillières de premier plan et aux positionnements très complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Hublot, marque horlogère récente haut de gamme, Zenith, manufacture de Haute Horlogerie, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la Maison de couture, Bulgari, grand nom de la Haute Joaillerie italienne depuis 1884, 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.

Le groupe d'activités a désormais largement déployé sa présence internationale et 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, en particulier pour la conception de prototypes, et par un partage des meilleures méthodes en matière d'investissements, d'amélioration de la productivité et de négociation des conditions d'achat auprès des fournisseurs.

En 2013, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 2 784 millions d'euros, soit 9 % 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, s'est associée depuis de longues années 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 les séries *Aquaracer*, *Link* et *Formula 1* ; pour les montres et chronographes classiques et automatiques, les modèles *Carrera* et *Monaco*. TAG Heuer a lancé en 2010 le *Calibre 1887*, le premier mouvement développé et fabriqué dans sa manufacture. TAG Heuer est également présente, via des licences, dans le domaine des lunettes, et celui des téléphones mobiles, avec *Meridiist*, conçu en collaboration avec la société ModeLabs.

Hublot, marque fondée en 1980 et faisant partie de LVMH depuis 2008, 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 a relancé sa gamme historique *Classic Fusion*.

Zenith, fondée en 1865 et implantée au Locle près du 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 *El Primero* et le mouvement extra-plat *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque.

Bulgari, fondée en 1884, synonyme de créativité et d'excellence dans le monde entier, est unanimement reconnue comme l'un

des acteurs majeurs de son secteur. La célèbre Maison italienne tient une place prééminente dans les domaines de la joaillerie, avec notamment sa ligne iconique *Serpenti* et de l'horlogerie, de même qu'un rang significatif dans celui des parfums et des accessoires.

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 1999.

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

De Beers est une marque de Haute Joaillerie créée en juillet 2001, exploitée en commun par les groupes LVMH et De Beers, au sein de la société De Beers Diamond Jewellers. La société, dont le siège est à Londres (Royaume-Uni), 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.

Fred, fondée en 1936 et faisant partie de LVMH depuis 1995, est présente dans la Haute Joaillerie, la joaillerie et l'horlogerie. 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, portées en particulier par sa ligne iconique, *Force 10*.

4.2. La distribution

Le réseau de magasins des marques de Montres et Joaillerie compte 363 boutiques fin 2013. Les produits des marques joaillières sont ainsi mis en valeur dans le cadre d'emplacements prestigieux, situés dans les plus grandes villes du monde.

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

4.3. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Grâce à ses ateliers et manufactures suisses, situés au Locle, à La Chaux-de-Fonds, à Neuchâtel, à Cornol, au Sentier à Chevenez et à Nyon, le Groupe assure la quasi-totalité de l'assemblage des montres et chronographes vendus sous les marques TAG Heuer, Hublot, Zenith, Bulgari, Christian Dior, Chaumet et Fred, ainsi que la conception et fabrication des mouvements mécaniques *El Primero* et *Elite* de Zenith, le *Calibre 1887* de TAG Heuer, l'*UNICO* de Hublot et les Hautes Complications de Bulgari. En 2011, TAG Heuer a acquis 100 % de ArteCad, un acteur suisse majeur dans l'approvisionnement en cadrans de montre, et Hublot a acquis la totalité du capital de Profusion, entreprise spécialisée dans la maîtrise de

la fibre de carbone, ce qui complète les capacités actuelles de TAG Heuer et Bulgari sur les composants critiques de cadrans, boîtes et bracelets. La Manufacture de Zénith au Locle a fait l'objet d'une rénovation majeure en 2012. En 2013, TAG Heuer a inauguré une nouvelle manufacture de mouvements à Chevenez.

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance représente en 2013 9 % du coût des ventes.

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

5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Les activités de Distribution sélective ont pour vocation de promouvoir un environnement approprié à l'image et au statut des marques de luxe. Leurs activités se développent en Europe, en Amérique du Nord, en Asie et au Moyen-Orient et s'exercent dans deux domaines : le « travel retail » (vente de produits de luxe à la clientèle des voyageurs internationaux), métier de DFS

5.1. L'activité « travel retail »

DFS

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

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

Depuis son origine en 1960 en qualité de concessionnaire de produits hors taxes au sein de l'aéroport de Kai Tak à Hong Kong, DFS a acquis une connaissance approfondie des besoins de la clientèle des voyageurs, a bâti de solides partenariats avec les tour opérateurs japonais et internationaux et a considérablement développé son activité, tout particulièrement au sein des destinations touristiques situées dans la région Asie-Pacifique.

La stratégie actuelle de DFS a pour priorité le développement et la promotion de ses magasins *Galleria* de centre ville, qui assurent aujourd'hui la moitié de ses ventes.

D'une superficie de 6 000 à 12 000 mètres carrés environ, les *Gallerias* sont implantées dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon. Chacune associe en un même lieu, à proximité des hôtels où séjournent les voyageurs, deux espaces commerciaux

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 et a développé une offre de produits exclusifs grâce à son association avec des marques sélectionnées pour leur audace et leur créativité.

et Miami Cruiseline, et les concepts de distribution sélective représentés par Sephora et le grand magasin parisien Le Bon Marché.

En 2013, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 8 938 millions d'euros, soit 31 % des ventes totales de LVMH.

différents et complémentaires : une offre généraliste de produits de luxe (parfums et cosmétiques, mode et accessoires...) et une galerie de boutiques de grandes marques appartenant ou non au groupe LVMH (Louis Vuitton, Hermès, Bulgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Céline...).

Tout en privilégiant le développement de ses *Gallerias* où réside sa principale source de croissance, DFS maintient son intérêt stratégique pour les concessions d'aéroports si celles-ci sont remportées ou renouvelées dans de bonnes conditions économiques. DFS est actuellement présent dans une vingtaine d'aéroports internationaux situés en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon, notamment à Hong-Kong, grâce aux trois nouvelles concessions remportées fin 2012.

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline, dont l'acquisition a été réalisée par LVMH en 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.

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. En Europe, Sephora est implantée dans 15 pays. Le concept de Sephora a traversé l'Atlantique en 1998, avec une forte présence aux États-Unis, un site Internet, sephora.com, et un réseau au Canada. Sephora est implanté en Chine depuis 2005. Ayant débuté son implantation au Moyen-Orient en 2007, l'enseigne y est présente dans cinq pays à fin 2013. Après avoir inauguré en 2010 sa présence en Amérique latine grâce à l'acquisition de Sack's, le leader brésilien des ventes en ligne de parfums et cosmétiques sélectifs, Sephora a poursuivi son développement au Mexique et au Brésil. Par ailleurs, Sephora a renforcé sa présence en Russie en 2011, portant à 65 % sa participation dans le capital de l'enseigne de distribution de parfums et cosmétiques Ile de Beauté.

Le Bon Marché

Établi en 1852, Le Bon Marché Rive Gauche 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 Rive Gauche 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 XVI^e 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 Rive Gauche 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, le constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent, LVMH Hotel Management et, depuis 2013, la pâtisserie Cova, basée à Milan (Italie).

Groupe Les Echos

LVMH a acquis le groupe Les Echos en 2007. Le groupe Les Echos comprend *Les Echos*, premier quotidien économique en France, *LesEchos.fr*, premier site Internet économique en France, le magazine *Enjeux-Les Echos*, ainsi que d'autres services économiques spécialisés. En outre, le groupe Les Echos réunit plusieurs titres de la presse économique et culturelle antérieurement détenus par LVMH : *Investir – Le Journal des finances*, né de la fusion en 2011 des titres *Investir* et *Le journal des finances*, *Connaissance des Arts*, ainsi que la station de radio française *Radio Classique*. Le groupe Les Echos est également présent dans le domaine de la presse professionnelle, avec les titres édités par SID Presse, et du service aux entreprises, avec notamment *Les Echos Formation*, *Les Echos Conférences*, *Le Salon des Entrepreneurs*, et les études *Eurostaf*.

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. Il fait l'objet d'un grand projet architectural le transformant en un ensemble qui comportera hôtel, bureaux, galerie de commerces et logements sociaux, pour lequel le permis de construire a été obtenu fin 2012, le chantier a démarré en 2013. En novembre 2010, LVMH a repris à la Fondation Cognacq-Jay les 40,1 % que celle-ci détenait dans le capital de La Samaritaine.

Royal Van Lent

Fondée en 1849, Royal Van Lent est spécialisée 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.

LVMH Hotel Management

LVMH Hotel Management porte le développement des activités hôtelières du groupe LVMH et privilégie, dans une logique d'intégration verticale, un contrôle complet, de la conception à l'exploitation des sociétés. Dans ce cadre, LVMH Hotel Management assure notamment la gestion de l'hôtel Saint Barth Isle de France situé sur l'île de Saint-Barthélemy (Antilles françaises), acquis en 2013.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le groupe LVMH

1.	COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LA SITUATION FINANCIÈRE	24
1.1.	Commentaires sur le compte de résultat consolidé	24
1.2.	Vins et Spiritueux	28
1.3.	Mode et Maroquinerie	29
1.4.	Parfums et Cosmétiques	31
1.5.	Montres et Joaillerie	32
1.6.	Distribution sélective	34
1.7.	Commentaires sur le bilan consolidé	35
1.8.	Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée	36
2.	FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE	37
2.1.	Risques stratégiques et opérationnels	37
2.2.	Politique d'assurance	40
2.3.	Risques financiers	41
3.	ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE	43
4.	INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	44
4.1.	Dépenses de communication et promotion	44
4.2.	Frais de recherche et développement	44
4.3.	Investissements industriels et dans les réseaux de distribution	44
5.	PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES	45
5.1.	Production	45
5.2.	Distribution	46
5.3.	Établissements administratifs et immeubles locatifs	46
6.	PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR DES FILIALES	46
7.	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	47
8.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	48
9.	ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES	48

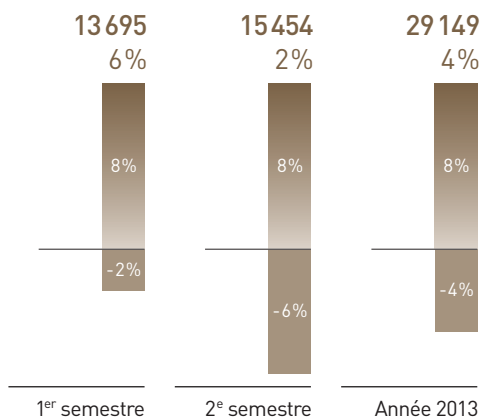
1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LA SITUATION FINANCIÈRE

1.1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé

1.1.1. Analyse des ventes

Évolution des ventes par semestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



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

(a) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les ventes des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 27.

Les ventes de l'exercice 2013 s'élèvent à 29 149 millions d'euros, en hausse de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Elles ont été affectées par la baisse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de -27 % pour le yen japonais.

Depuis le 1^{er} janvier 2012, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans la Mode et Maroquinerie, acquisition de 80 % de Loro Piana le 5 décembre 2013 et 52 % du chausseur britannique Nicholas Kirkwood le 1^{er} octobre 2013 ; dans les autres activités, acquisition en juin 2013 de 80 % de la pâtisserie Cova basée à Milan et de l'Hôtel Saint Barth Isle de France en septembre 2013. Ces évolutions du périmètre de consolidation n'ont pas d'effet significatif sur la variation des ventes annuelles.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 8 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2013	2012	2011
Euro	23	24	26
Dollar US	28	28	27
Yen Japonais	7	8	8
Hong Kong dollar	8	6	6
Autres devises	34	34	33
Total	100	100	100

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro et du yen japonais baisse de 1 point pour s'établir respectivement à 23 % et 7 %, le poids du dollar US et des autres devises reste stable à 28 % et 34 % respectivement, alors que celui du dollar de Hong Kong augmente de 2 points, pour s'établir à 8 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2013	2012	2011
France	11	11	12
Europe (hors France)	19	20	21
États-Unis	23	23	22
Japon	7	8	8
Asie (hors Japon)	30	28	27
Autres marchés	10	10	10
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse de 1 point du poids relatif dans les ventes du Groupe de l'Europe (hors France) et du Japon pour atteindre respectivement 19 % et 7 %, alors que le poids de l'Asie (hors Japon) augmente de 2 points à 30 %. La France, les États-Unis et les autres marchés restent stables à 11 %, 23 % et 10 %.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	4 187	4 137	3 524
Mode et Maroquinerie	9 882	9 926	8 712
Parfums et Cosmétiques	3 717	3 613	3 195
Montres et Joaillerie	2 784	2 836	1 949
Distribution sélective	8 938	7 879	6 436
Autres activités et éliminations	(359)	(288)	(157)
Total	29 149	28 103	23 659

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie sensiblement, conséquence de l'apport de trois concessions majeures remportées fin 2012 à l'aéroport de Hong Kong dans la Distribution sélective, dont la part augmente de 3 points à 31 %. La part de la Mode et Maroquinerie, des Vins et Spiritueux et des Montres et Joaillerie baisse de 1 point pour s'établir respectivement à 34 %, 14 % et 9 %. La part des Parfums et Cosmétiques reste stable à 13 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 1 % en données publiées. Affectées par un effet de change négatif de 5 points, les ventes de ce groupe d'activités sont en hausse de 6 % à taux de change et périmètre comparables. Cette performance est réalisée grâce à une progression des volumes et une politique soutenue de hausses de prix conforme à la stratégie de valeur poursuivie. La demande est toujours dynamique en Asie et aux États-Unis. La Chine reste le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

Les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie sont en hausse de 5 % à taux de change et périmètre comparables, et stables en données publiées. La performance de ce groupe d'activités bénéficie toujours de la progression de Louis Vuitton. Céline, Kenzo, Givenchy et Berluti confirment leur potentiel et réalisent des croissances à deux chiffres.

Les ventes des Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 7 % à taux de change et périmètre comparables et de 3 % en données publiées. Cette progression confirme l'efficacité de la stratégie de valeur fermement maintenue par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles engendrées sur les marchés par la crise économique. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a sensiblement augmenté son chiffre d'affaires aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 4 % à taux de change et périmètre comparables, et sont en baisse de 2 % en données publiées. L'environnement économique incertain et le marché fortement concurrentiel ont provoqué un ralentissement des achats des détaillants horlogers multimarques. Le Japon constitue, pour l'ensemble des marques, la région la plus dynamique.

La croissance des ventes des activités de Distribution sélective est de 13 % en données publiées et de 17 % 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 grâce à l'intégration depuis fin 2012 de trois concessions majeures à l'aéroport de Hong Kong et au développement continu du tourisme chinois dont bénéficient ses implantations à Hong Kong et Macao.

1.1.2. Résultat opérationnel courant

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Ventes	29 149	28 103	23 659
Coût des ventes	(10 055)	(9 917)	(8 092)
Marge brute	19 094	18 186	15 567
Charges commerciales	(10 849)	(10 101)	(8 360)
Charges administratives	(2 224)	(2 164)	(1 944)
Résultat opérationnel courant	6 021	5 921	5 263
Taux de marge opérationnelle <i>(en %)</i>	21	21	22

La marge brute du Groupe s'élève à 19 094 millions d'euros, en hausse de 5 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 66 %, en hausse de 1 point

grâce notamment à la bonne maîtrise des coûts de revient des produits vendus.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 10 849 millions d'euros, sont en hausse de 7 % en données publiées et de 12 % à taux de change et périmètre comparables. Cette augmentation provient principalement du développement des réseaux de distribution, mais aussi du renforcement des investissements en communication des principales marques. Néanmoins, le niveau de ces charges ne progresse que de 1 point en pourcentage des ventes et s'établit à 37 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 11 % des ventes et sont en augmentation de 5 % à taux de change et périmètre comparables.

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

<i>(en nombre)</i>	2013	2012	2011
France	443	412	390
Europe (hors France)	926	910	883
États-Unis	669	644	621
Japon	370	370	360
Asie (hors Japon)	749	670	621
Autres marchés	227	198	165
Total	3 384^(a)	3 204	3 040

(a) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014.

Les charges administratives sont de 2 224 millions d'euros, en hausse de 3 % en données publiées et de 6 % à taux de change et périmètre comparables. Elles représentent 8 % des ventes, proportion identique à celle de 2012.

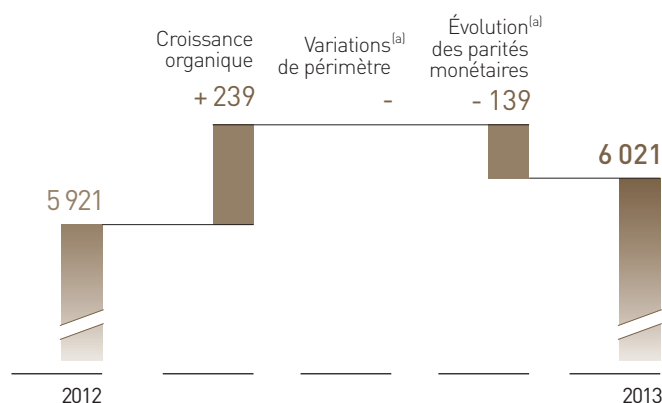
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	1 370	1 260	1 101
Mode et Maroquinerie	3 140	3 264	3 075
Parfums et Cosmétiques	414	408	348
Montres et Joaillerie	375	334	265
Distribution sélective	901	854	716
Autres activités et éliminations	(179)	(199)	(242)
Total	6 021	5 921	5 263

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 6 021 millions d'euros, en hausse de 2 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à 21 %, stable par rapport à 2012.

Évolution du résultat opérationnel courant

(en millions d'euros)



(a) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les résultats opérationnels courants des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 27.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant par rapport à l'exercice précédent est négatif de 139 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices ; la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises ; l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone Euro.

À devises, effets de couverture de change et périmètre constants, le résultat opérationnel courant du Groupe progresse de 4 %.

Vins et Spiritueux

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	4 187	4 137	3 524
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 370	1 260	1 101
Taux de marge opérationnelle (en %)	33	30	31

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 370 millions d'euros, en hausse de 9 % par rapport à 2012. Cette performance résulte à la fois de l'augmentation des ventes en volume mais également d'une politique soutenue de hausse de prix. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de cette activité augmente de 3 points à 33 %.

Mode et Maroquinerie

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	9 882	9 926	8 712
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	3 140	3 264	3 075
Taux de marge opérationnelle (en %)	32	33	35

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 3 140 millions d'euros, en baisse de 4 %. Louis Vuitton maintient son niveau de profitabilité très élevé, tandis que Céline et Marc Jacobs confirment leur dynamique de croissance rentable. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point et s'établit à 32 %.

Parfums et Cosmétiques

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	3 717	3 613	3 195
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	414	408	348
Taux de marge opérationnelle (en %)	11	11	11

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 414 millions d'euros, en hausse de 2 % par rapport à 2012. Cette hausse est tirée notablement par Guerlain, Benefit et Fresh qui améliorent leur résultat, grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités reste stable à 11 %.

Montres et Joaillerie

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	2 784	2 836	1 949
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	375	334	265
Taux de marge opérationnelle (en %)	13	12	14

Le résultat opérationnel du groupe d'activités Montres et Joaillerie est de 375 millions d'euros, en hausse de 12 % par rapport à 2012. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 1 point à 13 %.

Distribution sélective

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	8 938	7 879	6 436
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	901	854	716
Taux de marge opérationnelle (en %)	10	11	11

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 901 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport à 2012. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point et s'établit à 10 %.

Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 179 millions d'euros, en amélioration par rapport à 2012. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média ainsi que les yachts Royal Van Lent.

1.1.3. Autres éléments du compte de résultat

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Résultat opérationnel courant	6 021	5 921	5 263
Autres produits et charges	(127)	(182)	(109)
Résultat opérationnel	5 894	5 739	5 154
Résultat financier	(199)	(14)	(242)
Impôts sur les bénéfices	(1 755)	(1 820)	(1 453)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	4	6
Résultat net avant part des minoritaires	3 947	3 909	3 465
Part des minoritaires	(511)	(485)	(400)
Résultat net, part du Groupe	3 436	3 424	3 065

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de 127 millions d'euros contre 182 millions d'euros en 2012. En 2013, les Autres produits et charges incluent 88 millions d'euros d'amortissements et dépréciations de marques, écarts d'acquisition. Le solde est constitué principalement des frais relatifs aux acquisitions réalisées en 2013 et aux coûts de réorganisations industrielles ou commerciales. En 2012, ils incluaient en outre des dépréciations d'actifs corporels à hauteur de 74 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 5 894 millions d'euros, en hausse de 3 % par rapport à 2012.

Le résultat financier de l'exercice est négatif de 199 millions d'euros ; il était négatif de 14 millions d'euros en 2012. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à 103 millions d'euros, en baisse par rapport à 2012. La hausse de l'encours moyen de la dette financière nette au cours de l'exercice a été compensée par la baisse du coût moyen de la dette ;
- des autres produits et charges financiers, négatifs de 96 millions d'euros, à comparer à un montant positif de 126 millions d'euros en 2012. Le résultat positif de 2012 incluait un dividende exceptionnel provenant de la participation du Groupe dans Hermès.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 31 % contre 32 % en 2012, une évolution liée notamment à la reconnaissance de produits d'impôts différés dans certaines filiales.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence en 2013 est de 7 millions d'euros, elle s'établissait à 4 millions d'euros en 2012.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 511 millions d'euros contre 485 millions d'euros en 2012.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 3 436 millions d'euros, stable par rapport à 2012. Il représente 12 % des ventes en 2013, proportion identique à celle de 2012.

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

Les effets de l'évolution des parités monétaires sont déterminés par conversion des comptes de l'exercice des entités ayant une monnaie fonctionnelle autre que l'euro aux taux de change de l'exercice précédent, à l'exclusion de tout autre retraitement.

Les effets des variations de périmètre sont déterminés :

- pour les acquisitions de l'exercice, en déduisant des ventes de l'exercice le montant des ventes réalisées durant l'exercice par les entités acquises à compter de leur entrée dans le périmètre de consolidation ;
- pour les acquisitions de l'exercice précédent, en déduisant des ventes de l'exercice le montant des ventes réalisées au cours des mois durant lesquels les entités acquises n'étaient pas consolidées lors de l'exercice précédent ;
- pour les cessions de l'exercice, en ajoutant aux ventes de l'exercice le montant des ventes réalisées par les entités cédées l'exercice précédent, au cours des mois durant lesquels ces entités ne sont plus consolidées sur l'exercice en cours ;
- pour les cessions de l'exercice précédent, en ajoutant aux ventes de l'exercice 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

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	4 187	4 137	3 524
Ventes en volume			
(en millions de bouteilles)			
Champagne	57,4	56,8	55,5
Cognac	69,1	67,1	63,5
Autres spiritueux	16,9	15,7	14,1
Vins tranquilles et pétillants	44,7	43,3	41,8
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	7	8
Europe (hors France)	19	20	22
États-Unis	23	22	23
Japon	5	6	6
Asie (hors Japon)	31	30	26
Autres marchés	15	15	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant			
(en millions d'euros)	1 370	1 260	1 101
Marge opérationnelle (en %)	33	30	31
Investissements d'exploitation			
(en millions d'euros)	187	182	159

L'activité **Vins et Spiritueux** réalise en 2013 une croissance organique de 6 % de ses ventes. Son résultat opérationnel courant progresse de 9 %. Dans un environnement marqué par une bonne dynamique en Asie et aux États-Unis, et un marché contrasté en Europe, le groupe d'activités continue d'illustrer les axes de sa stratégie de valeur : fermeté des prix et forte dynamique d'innovation visant à toujours renforcer la désirabilité des Maisons. Les ventes en volume progressent de 1 % pour l'ensemble des marques de champagne de LVMH avec une demande soutenue pour les cuvées de prestige ; elles sont en hausse de 3 % pour le cognac Hennessy. La dynamique des Maisons est servie par le réseau de distribution puissant et réactif de Moët Hennessy et par des investissements soutenus en communication.

Moët & Chandon illustre sa nouvelle plate-forme de communication en orchestrant les apparitions de son ambassadeur Roger Federer à travers le monde. Il est notamment l'invité d'honneur de la célébration des 270 ans de la Maison à New York, en compagnie de nombreux hôtes prestigieux. En l'honneur du *Grand Vintage Rosé 2004*, une dégustation verticale permet de découvrir les plus beaux Vintages Rosés de la Maison, avec pour point culminant le *Grand Vintage Rosé 1878*, la plus ancienne cuvée de champagne rosé de la Maison. Un événement unique en son genre, propre à mettre en exergue l'expertise historique de Moët & Chandon tout autant que sa vision contemporaine.

Dom Pérignon réaffirme sa singularité notamment à travers le lancement de nouveaux millésimes et des événements conçus autour de grands créateurs. Jeff Koons réalise une sculpture « Balloon Venus pour Dom Pérignon » pour le lancement du *Dom Pérignon Rosé 2003*. Cette création est ensuite réinterprétée

pour l'édition limitée d'un coffret de fin d'année abritant ce même millésime et le *Dom Pérignon 2004*.

Mercier connaît un nouvel élan en redonnant vie à ses valeurs d'origine. Un packaging rajeuni et une nouvelle communication affirment l'identité et le positionnement de la marque.

Veuve Clicquot reste fidèle à sa stratégie d'innovation. Entre autres initiatives, son coffret *Shakkei* connaît un grand succès au Japon, tandis que *Naturally* est le premier étui éco-responsable. La Maison met en valeur son expertise via un partenariat gastronomique avec Joël Robuchon. Elle poursuit son développement en Chine et en Europe Centrale et Orientale, tout en se renforçant sur ses marchés historiques aux États-Unis, au Japon et en Australie. Le Rosé confirme son succès et sa vocation de puissant levier de croissance.

Ruinart consolide ses positions en France et progresse solidement à l'international, particulièrement sur les marchés émergents d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine. La Maison maintient la priorité donnée aux produits premium, à l'image du nouveau millésime *Dom Ruinart Rosé 2002*. Intensifiant son engagement dans l'art contemporain, Ruinart est aujourd'hui associée aux foires internationales majeures. L'artiste Piet Hein Eek crée une œuvre en hommage à l'héritage de la Maison et imagine deux collections en édition limitée.

Krug s'attache à développer sa notoriété et à recruter de nouveaux consommateurs en revisitant les codes du luxe. Des « Lieux Ephémères » sont organisés à travers le monde et des voyages d'exception reflétant les valeurs de la Maison fédèrent le réseau « Krug Ambassades ». Au-delà d'une belle dynamique aux États-Unis et d'une bonne tenue en Europe, Krug réalise d'excellentes performances au Japon et en Asie-Pacifique.

Les vins pétillants et tranquilles d'**Estates & Wines** enregistrent des résultats remarquables. La marque **Chandon** progresse fortement sur les marchés domestiques et d'exportation. Poursuivant leur montée en gamme, les vins tranquilles réalisent aussi d'excellentes performances.

Château d'Yquem confirme son statut d'unique Sauternes Premier Cru Classé Supérieur. Alors que l'Europe et les États-Unis redeviennent des marchés dynamiques, l'Asie attire un nombre croissant d'amateurs. La sortie du *Château d'Yquem 2011*, plébiscité par les critiques, et la mise en marché du *Y 2012* marquent l'année. **Château Cheval Blanc** conforte sa place de 1^{er} Grand Cru Classé A.

Hennessy connaît une nouvelle progression sensible, grâce à la puissance de sa marque et à la diversité géographique de ses ventes. Cette avancée est notamment tirée par les États-Unis, premier marché en volume. En Chine, le fort ancrage historique de la marque et son dynamisme dans le monde de la nuit compensent l'impact des mesures gouvernementales affectant les réceptions et les cadeaux d'affaires. La marque maintient une position forte à Taïwan, en Malaisie et au Vietnam, tout en se développant activement au Cambodge, en Inde et aux Philippines. Elle affiche un fort dynamisme en Europe de l'Est, où elle bénéficie de la mise en place de la filiale de distribution Moët Hennessy en Russie. Enfin, elle continue à bâtir de solides

relais de croissance sur les continents africain et américain, notamment au Mexique et dans les Caraïbes. Au-delà du succès de ses qualités vieilles, Hennessy se réinvente sur les qualités jeunes comme *Very Special* et *Classivm*, pour conquérir de nouvelles générations de consommateurs. La marque intensifie sa présence dans le monde de la nuit, autour du nouvel univers *Very Special* imaginé par Pininfarina et des concerts événements *Hennessy Artistry*.

Les whiskies single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg** continuent de progresser fortement sur leurs marchés clés. Salués par la critique, les lancements de l'année chez Glenmorangie sont des succès commerciaux. L'édition limitée *Ealanta* reçoit le titre de « Whisky mondial de l'année » décerné par la *Whisky Bible*, guide de référence de l'industrie. Vendue en ligne et lancée à l'occasion de l'Ardbeg Day 2013, l'édition limitée *Ardbog* est épuisée sur ses marchés clés en quelques heures.

La vodka **Belvedere** poursuit sa forte croissance. Soutenue aux États-Unis par une large campagne de communication, elle gagne des parts de marché en Europe, en Asie, au Brésil et en Afrique.

1.3. Mode et Maroquinerie

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	9 882	9 926	8 712
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	20	19	20
États-Unis	20	20	18
Japon	12	14	14
Asie (hors Japon)	31	31	32
Autres marchés	9	8	8
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	52	51	51
Ventes de gros	43	43	42
Licences	5	6	7
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	3 140	3 264	3 075
Marge opérationnelle (en %)	32	33	35
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	629	579	437
Nombre de magasins	1 339^(a)	1 280	1 246

(a) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014.

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de ses ventes de 5 %. Son résultat opérationnel courant est en recul de 4 %.

Wenjun enregistre une forte croissance en Chine dans un contexte très concurrentiel pour le baijiu premium.

Perspectives

Les Maisons de Vins et Spiritueux porteront en 2014 leur désirabilité et leur rayonnement à travers le monde à un niveau toujours plus élevé, grâce à une réputation d'excellence et une politique d'innovation très active. Des investissements significatifs en communication, dédiés aux marchés et segments les plus porteurs, soutiendront les initiatives des marques. Ces éléments sont les clés d'une stratégie de valeur qui s'appuie sur une montée en gamme du mix produits et une augmentation des prix. La puissance du réseau mondial de distribution de Moët Hennessy, associée à l'expérience et l'ambition de ses équipes, constituent des atouts importants pour le groupe d'activités, qui s'attachera à consolider ses positions de leader sur le marché des vins et spiritueux de prestige et continuera à bâtir une croissance harmonieuse et rentable.

Louis Vuitton inscrit l'année 2013 dans la continuité de sa dynamique créative et de sa quête d'excellence tant au plan des produits que de la distribution. Louis Vuitton s'emploie tout aussi activement au développement qualitatif de son réseau de magasins.

Réinterprétation de modèles iconiques ou nouvelles créations, les lignes cuir illustrent l'engagement de la Maison et le savoir-faire de ses artisans dans la sélection et le travail des peaux les plus nobles.

Ces développements, auxquels s'ajoute par ailleurs le lancement d'une nouvelle collection de joaillerie, sont soutenus par de nouvelles campagnes de communication.

Louis Vuitton poursuit l'objectif de faire de chacun de ses magasins un lieu d'exception, avec l'ambition de sublimer ses différents univers et d'offrir un service et une expérience uniques à ses clients à travers le monde. Cette volonté se traduit par l'expansion et la rénovation de plusieurs boutiques à travers le monde, notamment à Londres, Tokyo et Pékin. Deux inaugurations marquent l'année 2013, celles des Maisons Louis Vuitton de Venise et de Munich.

Faisant suite au départ de Marc Jacobs pour se consacrer au développement de sa Maison éponyme, la Direction Artistique des collections féminines est confiée à Nicolas Ghesquière.

Fendi poursuit sa progression et étend de façon qualitative son réseau de distribution, mettant en valeur son offre orientée sur le haut de gamme. En maroquinerie, l'offre se concentre sur la valorisation des lignes iconiques *Selleria*, *Peekaboo* et *Baguette*, tandis que la ligne *2Jours*, lancée en 2012, dépasse les meilleurs succès historiques de la Maison. La fourrure bénéficie d'une visibilité accrue, notamment grâce à l'exposition à Tokyo et à Pékin des plus belles pièces dessinées par Karl Lagerfeld.

depuis 1965, emblèmes de la créativité et du savoir-faire artisanal de Fendi.

La Maison romaine réalise de belles avancées sur l'ensemble de ses marchés, notamment en Europe avec des ouvertures de magasins phares, vitrines du nouveau concept de boutiques, à Paris avenue Montaigne et à Milan Via Montenapoleone.

Céline réalise une performance remarquable avec un nouveau record de ventes. La maroquinerie poursuit son essor rapide grâce au succès des lignes iconiques *Luggage*, *Trapeze* et *Classic* tandis que les nouvelles collections *Edge* et *Tie* reçoivent un excellent accueil. Sous l'impulsion de sa créatrice Phoebe Philo, le prêt-à-porter continue d'affirmer avec force l'identité de la marque à travers ses éléments de modernité iconique, d'intemporalité et de qualité. Céline accélère son programme de rénovation de boutiques à travers le monde et poursuit l'expansion de son réseau de distribution, notamment aux États-Unis et en Chine. Parallèlement, sa présence dans les magasins multimarques est plus sélective.

Marc Jacobs enregistre une progression soutenue, portée par les avancées rapides des collections d'accessoires *Marc by Marc Jacobs*. Les créations récentes en maroquinerie *Dr Q* et *Too hot to handle* s'inscrivent comme de véritables piliers de la Maison. La nouvelle ligne de cosmétiques, distribuée en exclusivité dans les magasins Sephora, rencontre un grand succès. Les activités en Chine font l'objet d'une reprise en direct. Marc Jacobs a décidé de se concentrer pleinement sur l'activité de la Maison afin de soutenir ses développements futurs. Au cours de l'exercice, le Groupe a porté à 80 % le niveau de sa détention dans Marc Jacobs.

Donna Karan accomplit une bonne performance grâce au relancement réussi de la ligne *DKNY Jeans* et de la montée en puissance de ses collections d'accessoires. Cette dynamique profite tout particulièrement aux activités internationales. Pour dynamiser son identité visuelle, la marque new-yorkaise donne carte blanche à des artistes du monde entier pour réinterpréter son logo au sein de leur univers, dans le cadre du programme *DKNY artworks*. Donna Karan poursuit l'expansion qualitative de sa distribution à travers des ouvertures ciblées et un programme de rénovation de ses magasins existants.

Loewe continue son avancée avec une progression particulièrement remarquable au Japon. Les lignes emblématiques *Amazona* et *Flamenco* poursuivent leurs développements. Après Paris, de nouvelles boutiques rénovées sont inaugurées à Shanghai et à Rome. Loewe renforce les capacités de production de son site de Getafe et crée une école de Maroquinerie pour pérenniser son exceptionnel savoir-faire dans le travail du cuir. Jonathan Anderson, l'un des plus talentueux créateurs de la jeune génération britannique, est nommé Directeur Artistique de Loewe.

Kenzo confirme avec l'arrivée d'Humberto Leon et Carol Lim en 2011, le succès de son nouveau positionnement créatif, soutenu par une communication décalée en phase avec l'esprit aspirationnel du duo créateur. Une clientèle très internationale et plus jeune plébiscite les motifs les plus emblématiques *Tiger* et *Eye* des collections de sweat-shirt. En maroquinerie, le sac *Kalifornia* vient enrichir l'offre.

Les progressions sont rapides tant dans les boutiques en propre que chez les détaillants. Le site Internet, dont l'activité commerciale porte pour la première fois sur une année pleine, connaît une excellente dynamique.

Givenchy voit ses ventes progresser fortement grâce aux bonnes performances de toutes ses catégories de produits, notamment dans ses boutiques en propre. Le directeur artistique Riccardo Tisci reçoit en 2013 l'International Award aux CFDA (Council of Fashion Designers of Americas), couronnant près de huit années passées à sublimer l'héritage de la Maison. L'expansion du réseau de distribution se poursuit avec l'ouverture de boutiques sur des emplacements de qualité à Paris, à Hong Kong et en Chine.

Thomas Pink poursuit son développement international et inaugure de nouveaux territoires, l'Indonésie et les Philippines. Les ventes en ligne enregistrent une croissance rapide. Un partenariat a été mis en place avec l'équipe de rugby des Lions britanniques et irlandais lors de sa tournée du 125^e anniversaire en Australie.

Pucci poursuit le renouveau de son image de marque à travers un programme de rénovation de ses magasins phares, notamment à Paris et à Rome. Les ventes de gros poursuivent leur développement.

Berluti déploie à l'international son nouveau concept de boutiques, mettant en lumière l'ensemble des métiers de la Maison. De nouveaux territoires sont inaugurés comme Singapour, Taïwan et Macao. Le prêt-à-porter connaît un succès remarquable. Les souliers, tant les lignes emblématiques que les nouveautés, poursuivent une progression rapide. Avec l'ouverture de sa nouvelle boutique au 14 rue de Sèvres à Paris, Berluti est la première Maison à entrer dans l'univers du sur-mesure avec le service *Bespoke* pour les souliers et *Grande-Mesure* pour le prêt-à-porter.

Perspectives

Louis Vuitton aborde en 2014 une nouvelle et passionnante évolution créative, guidée par une vision managériale ambitieuse et portée par le talent de toutes ses équipes. Nicolas Ghesquière a présenté en mars sa première collection de prêt-à-porter. Réaffirmant conjointement ses valeurs historiques et son éternelle modernité, Louis Vuitton continuera de revisiter et renforcer ses collections et produits iconiques qui restent les axes stratégiques majeurs de sa croissance future. Ces nombreux projets créatifs vont de pair avec la poursuite du développement sélectif et qualitatif d'un réseau de distribution unique au monde.

Fendi continuera à mettre en valeur son offre orientée sur le haut de gamme et sur la fourrure. La Maison maintiendra une expansion qualitative de son réseau de magasins, avec notamment des ouvertures à Londres, à Munich et à New York.

Portées par leur élan créatif, les autres marques continueront à renforcer leurs positions sur leurs marchés stratégiques. Elles affirmeront leur identité forte et différenciante pour exprimer au mieux leur potentiel de développement. Créativité des collections et excellence de la distribution resteront au cœur de leurs objectifs.

2014 marquera l'intégration au sein de LVMH de **Loro Piana**, entreprise familiale acquise par le groupe LVMH à hauteur de 80 % fin 2013. Fort de son expérience sur plus de six générations, Loro Piana crée des produits et des tissus exceptionnels, en particulier à partir du cachemire, dont elle est le premier transformateur au monde. La Maison est célèbre pour sa dévotion

à la qualité et aux matières premières les plus nobles, pour ses standards incomparables dans le design et son savoir-faire artisanal. Cette nouvelle alliance repose sur des valeurs partagées, sur la même attention à la qualité et sur une vision commune de l'avenir de cette marque emblématique au fort potentiel.

1.4. Parfums et Cosmétiques

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	3 717	3 613	3 195
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	45	48	49
Maquillage	37	35	34
Produits de soins	18	17	17
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	13	13	10
Europe (hors France)	32	33	37
États-Unis	12	12	9
Japon	5	6	6
Asie (hors Japon)	24	22	22
Autres marchés	14	14	16
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	414	408	348
Marge opérationnelle (en %)	11	11	11
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	229	196	150
Nombre de magasins	123	94	85

L'activité **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 7 % de ses ventes en 2013, une progression supérieure à celle du marché. Le résultat opérationnel courant augmente de 2 %. Sur un marché très concurrentiel, innovation continue, enrichissement des lignes phares et communication soutenue ont contribué au rayonnement des marques de LVMH.

Parfums Christian Dior poursuit sa dynamique. Avec le lancement réussi de *Voile de Parfum*, le parfum iconique *J'adore* conforte sa place de numéro un sur un grand nombre de marchés, notamment en France. Premier parfum de la Maison créé par Monsieur Dior en 1947, *Miss Dior* est mis à l'honneur à travers l'exposition qui lui est consacrée à Paris au Grand Palais. *Dior Homme* connaît une avancée rapide, soutenue par une nouvelle communication mettant en scène Robert Pattinson. La *Collection Privée Christian Dior* se dote d'un écrin de voyage moderne et raffiné, une offre sur-mesure empreinte de l'image de haute parfumerie de la Maison.

Le maquillage maintient une forte dynamique grâce aux bonnes performances des dernières innovations comme *Diorskin Nude BB Crème*. Le rouge à lèvres iconique *Rouge Dior* connaît un succès international extraordinaire. *Prestige*, la ligne premium emblématique du soin Dior, réalise une très bonne performance, notamment en Asie.

Guerlain réalise une performance solide portée notamment par la progression continue de *La Petite Robe Noire*, qui s'installe solidement dans le trio de tête sur le marché français et connaît un développement rapide à l'international. Le parfum mythique *Shalimar* bénéficie d'une nouvelle mise en scène à l'occasion d'une fresque cinématographique. En soin, *Orchidée Impériale* maintient un bon rythme de croissance, en Asie en particulier. Après d'ambitieux travaux, a été inaugurée, à Paris, la boutique phare de Guerlain du 68, Champs-Élysées, incarnant parfaitement la vision de prestige de la Maison au travers de ses créations exclusives, de sa mise en scène artistique orchestrée par Peter Marino et du service proposé. Le « 68 » est aujourd'hui la plus grande boutique de parfums et cosmétiques dédiée à une seule marque.

Parfums Givenchy déploie à l'international son nouveau parfum masculin *Gentlemen Only* qui connaît un vif succès. La fragrance *Very Irresistible*, incarnée par sa nouvelle égérie Amanda Seyfried, fête son 10^e anniversaire. Le segment du maquillage, en croissance soutenue, tire profit de l'excellente performance de son nouveau rouge à lèvres *Le Rouge*.

Kenzo Parfums bénéficie du succès de sa nouvelle fragrance *Flower in the Air*, affirmant sa ligne *Flower* comme un grand classique de la parfumerie. La communication mise en scène dans les magasins illustre l'approche poétique unique de la Maison sur le marché.

Fendi Parfums enregistre une forte croissance, portée notamment par le déploiement réussi de ses lancements intervenus à la fin d'année 2012. Son nouveau parfum *Fan di Fendi pour Homme* et la fragrance *L'Acquarossa*, dont l'égérie est Chiara Mastroianni, contribuent également aux bons résultats de la Maison.

Benefit confirme son excellente dynamique avec le succès considérable de sa dernière innovation en maquillage, *Fake Up*, anticernes au pouvoir hydratant, et la progression continue de ses produits phares *They're Real!* et *Porefessional*. Forte de son style ludique et décalé, la marque innove également en matière de distribution avec l'installation dans plusieurs aéroports américains, de ses kiosques *Glam Up & Away*, distributeurs automatiques en forme de bus roses au décor vintage.

Make Up For Ever gagne des parts de marché tandis qu'une nouvelle identité visuelle a été déployée et un nouveau site Internet a été lancé. Ses gammes phares *HD* et *Aqua* réalisent des performances remarquables.

Fresh accentue son développement à l'international, notamment en Asie où la marque reçoit un excellent accueil. Ses produits de soin à base d'ingrédients naturels et l'élégance sobre de ses points de vente suscitent l'intérêt croissant d'une clientèle jeune.

Parfums Loewe renforce son image internationale avec sa nouvelle ambassadrice Linda Evangelista qui incarne son dernier lancement, *Aura Loewe*.

Acqua di Parma continue d'affirmer son approche artisanale de la parfumerie, mettant en valeur ses eaux de Cologne et autres lignes classiques.

Perspectives

Les marques de LVMH, chacune dotée d'un fort potentiel de croissance quel que soit son positionnement spécifique, se fixent un nouvel objectif de gain de parts de marché. Elles maintiendront une position offensive en termes d'innovation et d'investissements publicitaires.

Parfums Christian Dior concentrera ses efforts sur ses marchés prioritaires et soutiendra le développement de ses lignes phares. Son statut de Maison de Haute Parfumerie continuera d'être affirmé. L'expansion de sa distribution sera qualitative à travers une sélectivité accrue de ses points de vente.

1.5. Montres et Joaillerie

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	2 784	2 836	1 949
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	6	7
Europe (hors France)	27	27	26
États-Unis	12	12	13
Japon	13	14	14
Asie (hors Japon)	27	26	26
Autres marchés	14	15	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	375	334	265
Marge opérationnelle (en %)	13	12	14
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	192	136	117
Nombre de magasins ^(a)	363	347	327

(a) Hors franchises.

Guerlain accélérera son développement nourri par des investissements soutenus en communication. Un nouveau parfum masculin complètera la gamme alors que *La Petite Robe Noire* poursuivra son déploiement tant en France qu'à l'international. Un nouveau rouge à lèvres *Kiss Kiss* sera lancé. Le 68, Champs-Élysées deviendra un lieu de découverte et de programmation culturelle et artistique permanent.

Parfums Givenchy poursuivra le déploiement mondial de sa ligne *Gentlemen Only*. *Dahlia Noir* s'enrichira d'une nouvelle déclinaison incarnée par une nouvelle égérie. Le segment du maquillage sera étoffé par plusieurs nouveautés.

Kenzo Parfums lancera une variante de *Kenzo Amour* tandis que les lignes *Kenzo Flower* et *Kenzo Homme* seront soutenues par de nouvelles communications.

Benefit étendra sa distribution, affirmant son positionnement innovant. La marque poursuivra le déploiement de son concept de « Bar à sourcils », important vecteur de fidélisation de sa clientèle.

Make Up For Ever vise à nouveau une croissance forte portée par une dynamique soutenue d'innovation. Sa communication sera renforcée, notamment dans l'univers digital.

Fresh poursuivra son expansion en Asie avec l'ouverture de nouveaux comptoirs et le déploiement de ses produits phares. La Maison affinera sa présentation en magasin et sa communication pour exprimer pleinement ses valeurs uniques.

L'activité **Montres et Joaillerie** enregistre une croissance organique de 4 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 12 %. La performance est excellente dans les boutiques en propre, dont le réseau continue de s'étendre à travers le monde, contribuant au renforcement de l'image des Maisons et de la qualité de leur distribution.

TAG Heuer maintient ses positions dans un marché globalement stable. Sa stratégie de montée en gamme porte ses fruits avec de belles avancées sur le segment de prix supérieurs à 3 000 euros. Des réalisations innovantes et audacieuses ont reçu un excellent accueil au salon de Bâle 2013 avec notamment deux modèles de montre et de chronographe *Mikropendulum*, munis d'un régulateur magnétique révolutionnaire. L'intégration industrielle se poursuit et une nouvelle manufacture de mouvements a été inaugurée à Chevenez, confirmant sa place parmi les leaders suisses en matière de chronographes de manufacture. TAG Heuer a célébré les 50 ans de sa collection légendaire *Carrera*, enrichie en 2013 par plusieurs nouveautés comme la *Jack Heuer Chronograph*, tandis que la série *Aquaracer* a été mise à l'honneur à travers la victoire lors de la coupe de l'America d'Oracle Team USA, partenaire de TAG Heuer. La marque conforte par ailleurs sa visibilité dans le domaine des sports automobiles en renouvelant son

contrat avec l'écurie McLaren et devenant membre fondateur et chronométrateur officiel du futur championnat de Formule E conçu pour des voitures électriques. Le réseau de distribution poursuit son développement, avec notamment l'ouverture d'une boutique avenue des Champs Élysées à Paris.

Hublot continue d'enregistrer une croissance remarquable en volume et en valeur. Avec de nombreuses nouveautés très créatives, sa ligne *Classic Fusion* poursuit son développement rapide au côté de l'emblématique *Big Bang*. Hublot accentue sa montée en gamme avec la présentation de produits exceptionnels comme la montre *Ayrton Senna* ou *LaFerrari*, associant la Maison à des valeurs de design et de performance. Hublot démontre sa maîtrise industrielle avec ses chronographes de manufactures *UNICO* et ses nombreuses complications à forte valeur ajoutée. La mise au point par les laboratoires d'une céramique rouge de qualité inédite illustre encore une fois la capacité d'innovation de la marque et son savoir-faire technologique. Un programme de marketing ambitieux est mis en place avec des partenariats prestigieux dans les domaines du football, particulièrement à l'occasion de la prochaine coupe du monde au Brésil, des sports automobiles et de la voile.

Zenith poursuit son développement dans le groupe très fermé des marques de manufacture de prestige. L'Europe, le Japon et le Moyen-Orient sont les marchés les plus dynamiques. Entièrement centrée sur cinq lignes emblématiques, sa collection s'enrichit de quelques nouveautés ciblées, notamment la *El Primero Lightweight* ou la *Pilot Aeronef*. Une nouvelle communication contribue à renforcer l'image de la Maison tandis que la qualité du réseau de distribution se voit renforcée par une sélectivité accrue des points de vente.

Bulgari accomplit une belle année et enregistre en particulier une forte croissance dans ses magasins. La joaillerie fait preuve d'une excellente dynamique, notamment le segment de la Haute Joaillerie comme en témoigne le succès de la collection *Serpenti* mise à l'honneur lors des expositions organisées à Shanghai, Dubaï et New York. Entre autres temps forts, la nouvelle collection *Diva* est lancée. Les lignes *Bulgari Bulgari*, *B.zero1* participent également au succès de la Maison. Nouvelle égérie, l'artiste Carla Bruni renforce le rayonnement international de Bulgari. Dans le segment des montres, la *Bulgari Octo* continue de se positionner comme la référence dans le haut de gamme masculin. L'activité horlogère dans les magasins en propre est également soutenue par les bonnes performances des

montres joaillières *Serpenti*. La qualité de la distribution de l'activité Accessoires ainsi que celle des parfums sont renforcées. Le réseau des magasins poursuit son programme ambitieux de rénovation et d'agrandissement engagé depuis l'intégration de la Maison au sein de LVMH. Les magasins phares de Ginza Tower à Tokyo et de Chater House à Hong Kong sont symboliques de cette stratégie d'expansion.

Chaumet connaît une bonne progression dans son réseau de boutiques en propre, notamment en Asie et au Moyen-Orient. Sa nouvelle collection de Haute Joaillerie *Hortensia*, création délicate inspirée par des thèmes floraux, est dévoilée tandis qu'un modèle de montre vient compléter la ligne joaillière *Liens*. Le réseau de magasins continue de s'étendre avec de nouvelles boutiques à Shanghai, Séoul et Cannes.

Les Montres Dior poursuivent leur développement avec de nouveaux lancements dans la collection *Dior VIII* et le succès confirmé des séries limitées *Grand Bal* et *D de Dior*. Cette stratégie s'accompagne d'une sélectivité toujours plus forte du réseau de distribution.

De Beers s'affirme comme la référence sur le segment du diamant solitaire. Les ventes de Haute Joaillerie sont en forte progression tandis que la Maison continue son expansion en Grande Chine.

Fred poursuit une croissance rapide, avec un développement prioritaire en France et au Japon, et un travail continu sur ses lignes iconiques *Force 10* et *Baie des Anges*. La nouvelle collection *Pain de Sucre* rencontre un vif succès.

Perspectives

Le groupe d'activités poursuivra sa stratégie de montée en gamme, visant à renforcer la notoriété de ses Maisons. La priorité est donnée au renforcement de leur image au sein des marchés les plus prometteurs avec des investissements marketing soutenus. Les Maisons s'attacheront également à renforcer la qualité de leur réseau de distribution, tout en veillant à améliorer leur rentabilité et leur productivité. Un contrôle rigoureux des coûts sera maintenu, parallèlement à la mise en œuvre continue de synergies au sein du groupe d'activités. Les investissements seront ciblés sur la montée en gamme des magasins et le développement des capacités industrielles en ligne avec la stratégie d'intégration verticale poursuivie. Enfin, l'ensemble des Maisons lancera de nouvelles collections dans un souci permanent de créativité, de savoir-faire et de haute qualité.

1.6. Distribution sélective

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	8 938	7 879	6 436
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	15	17	20
Europe (hors France)	10	11	10
États-Unis	33	36	36
Japon	1	1	2
Asie (hors Japon)	32	27	26
Autres marchés	9	8	6
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	901	854	716
Marge opérationnelle (en %)	10	11	11
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	390	332	215
Nombre de magasins Sephora	1 481	1 398	1300
Autres	60	68	68

L'activité **Distribution sélective** enregistre en 2013 une croissance organique de 17 % de ses ventes. Son résultat opérationnel courant progresse de 6 %.

DFS connaît une nouvelle forte progression de ses ventes, reflétant notamment l'intégration pour la première fois sur une année pleine des trois nouvelles concessions remportées fin 2012 à l'aéroport de Hong Kong. Celles-ci, qui contribuent de façon significative à la hausse des ventes, ont fait l'objet d'investissements importants dédiés aux travaux d'aménagement inhérents à tout démarrage d'activité. À périmètre comparable, la croissance des ventes continue d'être portée par le dynamisme de la clientèle asiatique, dont bénéficient en particulier Hong Kong et Macao. DFS poursuit sa stratégie de montée en gamme dans l'ensemble de ses destinations comme l'illustrent la nouvelle identité visuelle des magasins, rebaptisés *T Galleria*, et la rénovation de nombreux points de ventes. L'arrivée de nouvelles marques de luxe contribue également à renforcer la dynamique et l'attractivité de l'offre.

Miami Cruiseline renforce ses positions sur le marché des croisières et bénéficie de la montée en puissance des itinéraires de croisière en Méditerranée et en Asie. Miami Cruiseline poursuit la montée en gamme de ses boutiques et continue d'adapter son approche commerciale et son offre produits aux spécificités des régions et de la clientèle de chaque compagnie de croisière.

Fort de sa position de leader sur le marché mondial de la distribution sélective, **Sephora** continue de réaliser une belle performance et gagne des parts de marché dans toutes les régions.

En Europe, Sephora a fait preuve d'une bonne résistance dans un contexte économique difficile et renforce ses positions, notamment en France, en Italie et en Russie.

En Amérique du Nord, l'enseigne poursuit une excellente dynamique tant dans ses magasins que dans l'univers digital. La refonte en 2012 du site Internet porte ses fruits et positionne la marque comme une référence dans le secteur de l'e-commerce. Les avancées de Sephora sont particulièrement rapides en Chine où un magasin phare a été ouvert à Shanghai début 2013. Avec des magasins emblématiques comme celui de Dubaï Mall, le Moyen-Orient rencontre un succès remarquable et enregistre une progression exceptionnelle de ses ventes. Les nouveaux territoires d'Asie du Sud-Est et d'Amérique latine confirment par ailleurs leur fort potentiel de croissance. Un nouveau territoire, la Thaïlande, a été inauguré en fin d'année avec un premier magasin à Bangkok. L'innovation, la personnalisation de la relation client et le renforcement des services tant en magasin qu'en ligne restent au cœur de la stratégie de Sephora. L'enseigne continue à développer au niveau mondial des initiatives comme le paiement mobile, le service Color IQ/Profile permettant de choisir le fond de teint le plus adapté à sa carnation de peau, ou l'outil de personnalisation My Sephora pour les conseillères de vente.

Côté produit, l'offre se veut toujours plus innovante et unique. Le succès de la marque Sephora est toujours grandissant, tandis que l'offre exclusive se renforce avec le lancement de deux nouvelles marques aux États-Unis et au Moyen-Orient : Marc Jacobs et Formula X.

Le Bon Marché Rive Gauche voit son activité portée par les secteurs des accessoires et de la mode Homme. Le succès de l'exposition consacrée au Brésil constitue un des temps forts de 2013. D'importants projets commerciaux ont été entrepris au rez-de-chaussée du grand magasin comme l'ouverture de nouvelles boutiques de luxe, l'inauguration d'un espace dédié à l'horlogerie et la création d'un nouveau département Accessoires. La Grande Épicerie de Paris a fait l'objet d'une transformation complète avec une mise en lumière des savoir-faire et la création d'un restaurant au 1^{er} étage, accessible par de nouveaux escalators, créés à l'image de celui situé au cœur du bâtiment principal du Bon Marché.

Perspectives

DFS bénéficiera en 2014 à la fois du récent développement de ses concessions dans les aéroports de Hong Kong, Los Angeles et New York, et de la poursuite de l'expansion et de la rénovation de ses points de vente en aéroport et en centre-ville. La concession renouvelée de liqueurs et tabac à l'aéroport de Changi à Singapour fera l'objet d'une rénovation. L'attractivité de DFS sera renforcée par le déploiement de sa nouvelle identité visuelle dans l'ensemble de ses *T Galleria* et par la poursuite de l'élévation de ses programmes de marketing et services. Le lancement de nouveaux sites Internet et mobiles, ainsi que de programmes de fidélité segmentés par clientèle, sont parmi les initiatives engagées. DFS poursuivra de manière sélective des opportunités de diversification de sa clientèle ainsi que de sa couverture géographique.

Sephora maintiendra un rythme d'expansion soutenu à travers le monde. L'enseigne inaugurera un nouveau pays : l'Indonésie.

Un programme de rénovation ambitieux sera entrepris pour ses magasins phares, avec l'objectif permanent d'offrir à ses clients la meilleure expérience de shopping dans le domaine de la beauté. L'innovation dans les magasins et dans l'univers digital restera au cœur des priorités, tant au niveau des produits que des services.

1.7. Commentaires sur le bilan consolidé

(en milliards d'euros)	2013	2012 ^(a)	Variation
Immobilisations corp. et incorporelles	31,0	28,1	2,9
Autres	8,6	7,6	1,0
Actifs non courants	39,6	35,7	3,9
Stocks	8,6	8,1	0,5
Autres	7,5	6,2	1,3
Actifs courants	16,1	14,3	1,8
Actif	55,7	50,0	5,7

(en milliards d'euros)	2013	2012 ^(a)	Variation
Capitaux propres	27,7	25,5	2,2
Dette financière à plus d'un an	4,2	3,8	0,4
Autres passifs non courants	12,1	11,2	0,9
Capitaux permanents	44,0	40,5	3,5
Dette financière à moins d'un an	4,7	3,0	1,7
Autres	7,0	6,5	0,5
Passifs courants	11,7	9,5	2,2
Passif	55,7	50,0	5,7

(a) Le bilan au 31 décembre 2012 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés.

Le total du bilan consolidé de LVMH à fin 2013 s'élève à 55,7 milliards d'euros, en progression de 11 % par rapport à fin 2012. Les actifs non courants, en hausse de 3,9 milliards d'euros, représentent 71 % du total du bilan, comme à fin 2012.

Les immobilisations corporelles et incorporelles progressent de 2,9 milliards d'euros, dont 1,9 milliard liés à l'acquisition de Loro Piana, correspondant principalement à l'écart d'acquisition provisoire. Les investissements de l'année, nets des dotations aux amortissements et des cessions, représentent une augmentation additionnelle de 0,6 milliard d'euros ; ils sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie. La revalorisation des engagements d'achat de titres de minoritaires, reflétant en particulier la bonne performance des activités concernées par ces engagements, entraîne une augmentation de 0,3 milliard d'euros du montant des écarts d'acquisition. Enfin, la valeur de marché des terres à vigne a progressé de 0,4 milliard d'euros. À l'inverse, l'évolution des parités monétaires entraîne une baisse de 0,4 milliard d'euros de la valeur des immobilisations corporelles et incorporelles.

Le Bon Marché Rive Gauche continuera de cultiver son caractère d'exception tout en poursuivant ses projets commerciaux et la rénovation de ses espaces de vente. Un nouvel espace dédié à la joaillerie sera créé tandis qu'un magasin Art de Vivre sera inauguré au-dessus de La Grande Épicerie de Paris. Futur levier de croissance, un nouveau programme relationnel client sera mis en place.

La progression des autres actifs non courants, de 1,0 milliard d'euros, est principalement liée à l'augmentation de la valeur de l'investissement dans Hermès International, en raison de l'évolution du cours de bourse (263,50 euros au 31 décembre 2013 contre 226,30 euros fin 2012) ; à la clôture, la participation de 23,1 % dans Hermès représente un montant de 6,4 milliards d'euros.

Les stocks progressent de 0,5 milliard d'euros, reflétant la croissance des activités du Groupe. Leur évolution est commentée dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

Les autres actifs courants sont en hausse de 1,3 milliard d'euros, dont 1 milliard d'euros correspondant à la progression du niveau de trésorerie, et 0,2 milliard d'euros dus à l'augmentation des créances clients.

Les autres passifs non courants, à 12,1 milliards d'euros, augmentent de 0,9 milliard d'euros, sous l'effet, principalement, de la hausse de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires. Cette progression inclut, pour 0,5 milliard d'euros, la comptabilisation de l'engagement octroyé aux actionnaires minoritaires de Loro Piana pour l'acquisition des 20 % qu'ils détiennent dans la société.

Les autres passifs courants augmentent de 0,5 milliard d'euros, à 7,0 milliards d'euros, dont 0,2 milliard d'euros liés à la hausse des dettes envers les fournisseurs et 0,1 milliard d'euros à la progression des dettes fiscales et sociales.

Dette financière nette et capitaux propres

(en milliards d'euros)	2013	2012 ^(a)	Variation
Dette financière à plus d'un an	4,2	3,8	0,4
Dette financière à moins d'un an et instruments dérivés	4,5	2,8	1,7
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	8,7	6,6	2,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie, et placements financiers	(3,4)	(2,3)	(1,1)
Dette financière nette	5,3	4,3	1,0
Capitaux propres	27,7	25,5	2,2
Ratio dette financière nette / Capitaux propres	19%	17%	2%

(a) Le bilan au 31 décembre 2012 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés.

Le ratio dette financière nette sur capitaux propres, 17 % au 31 décembre 2012, augmente de 2 points pour s'établir à 19 %, les capitaux propres ayant progressé à un rythme inférieur à celui de la dette financière nette, notamment en raison des acquisitions de l'année, en particulier Loro Piana.

Le total des capitaux propres s'établit à 27,7 milliards d'euros à fin 2013, en hausse de 2,2 milliards d'euros par rapport à fin 2012. Cette variation reflète en premier lieu les bons résultats du Groupe, distribués en partie seulement, soit une progression nette de 2,0 milliards. S'y ajoutent 0,8 milliard de gains enregistrés en capitaux propres, dont 0,9 milliard liés à l'augmentation de valeur de l'investissement dans Hermès International, 0,2 milliard résultant de l'augmentation de valeur de marché des terres à vignes, et l'effet de l'évolution des parités monétaires sur les réserves des entités en devises, négatif de 0,4 milliard d'euros. En outre, les effets de périmètre sont négatifs de 0,5 milliard d'euros, notamment du fait de la comptabilisation de l'engagement d'achat des 20 % non acquis de Loro Piana. Au 31 décembre 2013, le total des capitaux propres représente 49 % du total du bilan, contre 51 % fin 2012.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin 2013 à 8,7 milliards d'euros, en augmentation de 2,1 milliards par rapport à fin 2012. Durant l'année, LVMH a

procédé, dans le cadre de son programme EMTN, à deux émissions obligataires à trois et six ans, de 0,5 milliard d'euros chacune, ainsi qu'à une émission obligataire publique à sept ans de 0,6 milliard d'euros, le solde de 0,2 milliard d'euros correspondant à l'émission et à la souscription d'autres dettes. À l'inverse, les remboursements de dette financière se sont élevés à 1,0 milliard d'euros, parmi lesquels une partie de la dette au titre des placements privés en devises et l'emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses émis en 2007, ainsi que divers emprunts bancaires, pour 0,4 milliard d'euros. Enfin, l'encours de billets de trésorerie a progressé de 1,1 milliard d'euros. L'évolution des parités monétaires a entraîné une réduction de 0,3 milliard d'euros du niveau de la dette brute, partiellement compensée par la consolidation des dettes financières de Loro Piana, soit 0,2 milliard d'euros. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent en fin d'exercice à 3,4 milliards d'euros, supérieurs de 1,1 milliard d'euros par rapport aux 2,3 milliards atteints fin 2012.

À fin 2013, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 4,4 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2013 atteint 2,3 milliards d'euros.

1.8. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	Variation
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	7 329	7 113	216
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(112)	(154)	42
Impôt payé	(1 979)	(1 970)	(9)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt	5 238	4 989	249
Variation du besoin en fonds de roulement	(617)	(813)	196
Investissements d'exploitation	(1 663)	(1 702)	39
Cash flow disponible	2 958	2 474	484
Investissements financiers	(2 317)	(140)	(2 177)
Opérations en capital	(1 911)	(1 860)	(51)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	(1 270)	474	(1 744)

La capacité d'autofinancement générée par l'activité, à 7 329 millions d'euros, progresse de 3 % par rapport aux 7 113 millions enregistrés un an plus tôt. Après paiement des intérêts financiers et de l'impôt, la capacité d'autofinancement atteint 5 238 millions d'euros, soit une augmentation de 5 % par rapport à l'exercice 2012.

Les intérêts payés, à 112 millions d'euros, sont en baisse par rapport au montant de 2012 ; la baisse des taux sur les emprunts, une meilleure rémunération de la trésorerie disponible, et une progression contenue de l'encours moyen de dette par rapport à 2012 expliquent cet effet favorable.

Les impôts payés atteignent 1 979 millions d'euros, stables par rapport aux 1 970 millions décaissés l'an dernier, le résultat imposable évoluant peu.

Le besoin en fonds de roulement progresse de 617 millions d'euros, en raison essentiellement de l'augmentation des stocks, qui génère des besoins de trésorerie de 765 millions d'euros. Cette progression des stocks, portée par le développement du volume d'activité du Groupe et du nombre de magasins, concerne principalement les Vins et Spiritueux, en particulier les Maisons de Champagne, la Mode et Maroquinerie ainsi que, dans une moindre mesure, la Distribution sélective. Le solde de l'évolution du besoin en fonds de roulement est une variation positive de 148 millions d'euros, le besoin de trésorerie de 288 millions d'euros lié à la progression des créances commerciales étant inférieur au financement apporté par l'augmentation des dettes envers les fournisseurs et la variation des autres créances et dettes.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent en 2013 un débours de trésorerie de 1 663 millions d'euros, contre 1 702 millions d'euros un an plus tôt. Ils sont constitués principalement des investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS, Bulgari et Berluti dans leurs réseaux de distribution, ceux des marques de champagne dans leur outil de production, et de Parfums Christian Dior dans ses comptoirs.

En 2013, 2 317 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers et acquisitions de titres consolidés, dont 2 158 millions d'euros pour les acquisitions de titres consolidés. Parmi celles-ci, l'acquisition de 80 % de Loro Piana a représenté un investissement, net de la trésorerie acquise, de 1 982 millions d'euros, le solde étant lié aux acquisitions de Hotel Saint Barth Isle de France, de Cova et d'une participation de 52 % dans le chausseur britannique Nicholas Kirkwood.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 1 911 millions d'euros. Ce montant

correspond, à hauteur de 1 501 millions d'euros, aux dividendes versés au cours de l'exercice par LVMH SA, hors actions auto-détenues, dont 900 millions d'euros au titre du solde du dividende 2012 et 600 millions d'euros à titre d'acompte pour l'exercice 2013. À cela s'ajoutent les dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées, pour 220 millions d'euros, et l'effet des acquisitions d'intérêts minoritaires, pour 150 millions d'euros, correspondant principalement à l'acquisition de participations complémentaires dans Château d'Yquem et Marc Jacobs. À l'inverse, les levées d'options de souscription réalisées durant l'exercice ont permis de recueillir 66 millions d'euros.

Le besoin de trésorerie après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'est ainsi élevé à 1 270 millions d'euros. L'apport de trésorerie au titre des opérations de financement ayant été de 2 147 millions d'euros, le niveau de trésorerie en fin d'exercice est en hausse de 923 millions d'euros par rapport à fin 2012.

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

2.1. Risques stratégiques et opérationnels

2.1.1. Image et notoriété du Groupe

Le groupe LVMH est caractérisé par ses marques, un savoir-faire unique et des méthodes spécifiques de production, pour des produits vendus dans le monde entier. La notoriété des marques repose sur la qualité et l'exclusivité des produits et de leurs modes de distribution, ainsi que sur les politiques de communication et de promotion mises en œuvre. Des produits ou une politique de communication en inadéquation avec l'image des marques, des comportements inappropriés de la part des ambassadeurs de nos marques, des employés, distributeurs ou fournisseurs du Groupe, 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, enseignes et écarts d'acquisition inscrits au bilan du Groupe au 31 décembre 2013 s'élève à 21,4 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, via une communication visant à limiter le risque de confusion entre les marques LVMH et des marques de même nom, et via une veille constante associée, le cas échéant, à des recours juridiques. Les actions menées par le Groupe visent en particulier à la mise en place d'un cadre juridique adapté au monde digital, afin d'établir les responsabilités des différents acteurs impliqués, un

devoir de vigilance contre les actes illicites en ligne devant être partagé par l'ensemble des acteurs tout au long de la chaîne de valeur digitale.

Dans le cadre de ses activités de Vins et Spiritueux, de Parfums et Cosmétiques, et, dans une moindre mesure, de Montres et Joaillerie, LVMH vend une partie de ses produits à des distributeurs hors Groupe, ceux-ci assurant la vente au client final. La notoriété des produits repose donc en partie sur le respect par les distributeurs des exigences du Groupe en matière de mise en valeur des produits, de politique de communication, de gestion des prix de vente. Afin de se prémunir contre des pratiques inappropriées, les contrats de distribution encadrent strictement ces aspects, qui font également l'objet de contrôles réguliers de la part des Maisons.

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 et à la confiance des consommateurs. 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. LVMH lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution.

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

La lutte contre la contrefaçon a coûté au Groupe en 2013, en dépenses internes et externes, 30 millions d'euros environ.

2.1.3. Obligations contractuelles

Dans le cadre de ses activités, le Groupe s'engage envers ses partenaires et notamment envers certains de ses fournisseurs sur des périodes pluri-annuelles (contrats de location et de concession,

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 concession et d'approvisionnement s'élève à 8,0 milliards d'euros au 31 décembre 2013 ; ces engagements sont détaillés dans les Notes 30.1 et 30.2 de l'annexe aux comptes consolidés. Il n'existe cependant aucun contrat, pris individuellement, dont l'interruption serait de nature à entraîner des coûts significatifs au niveau du Groupe.

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

En outre, le Groupe s'est engagé envers ses partenaires dans certaines activités à acquérir les participations que ceux-ci détiennent dans les activités concernées s'ils en font la demande, selon une formule de prix contractuelle. Cet engagement, évalué à 6 milliards d'euros au 31 décembre 2013, est enregistré au bilan du Groupe, en Autres passifs non courants (voir Note 20 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 Moët Hennessy et DFS, dont le montant de dividendes minimum est fixé contractuellement à 50 % du résultat consolidé de ces entités.

2.1.4. Capacité du Groupe à anticiper les nouvelles attentes des clients

Les marques doivent identifier les nouvelles tendances, les changements de comportements et de goûts, afin de proposer des produits et des expériences en adéquation avec les attentes des consommateurs, sans laquelle le succès de leurs produits serait menacé. Par l'entretien de relations fortes et en constant renouvellement avec leurs sources d'inspiration traditionnelles, tels le monde de l'art, du sport, du cinéma, des nouvelles technologies..., les différentes marques du Groupe s'attachent à devancer et répondre pleinement aux nouvelles attentes des clients, dans le profond respect de l'identité et des affinités de chacune avec ces différents univers.

2.1.5. Exposition internationale du Groupe

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

mesures prises par la Chine en 2013 concernant l'augmentation de la taxation des produits de luxe.

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. 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 décrits ici.

En outre, une part significative des ventes du Groupe est liée aux flux touristiques, ceci concerne particulièrement les activités de « travel retail » au sein de la Distribution sélective, ainsi que le groupe d'activités Mode et Maroquinerie, dont les magasins bénéficient de la clientèle des touristes. Des événements de nature à perturber ces flux (instabilité géopolitique, dégradation de l'environnement économique, catastrophe naturelle...) auraient un impact défavorable sur les ventes du Groupe.

Enfin, le Groupe participe activement aux discussions globales visant à conclure une nouvelle génération d'accords de libre-échange entre l'Union européenne et les pays tiers, qui concernent non seulement l'accès aux marchés des pays tiers, mais aussi la signature d'accords facilitant l'accès des touristes des pays tiers à l'Union européenne.

2.1.6. Sécurité du consommateur

Beaucoup de produits du Groupe sont soumis, en France, dans l'Union européenne et dans l'ensemble des pays où le Groupe exerce ses activités, à des réglementations spécifiques ; celles-ci portent notamment sur les conditions de production ou de fabrication des produits, leur vente, la sécurité du consommateur, l'étiquetage des produits ou leur composition. Au-delà de la sécurité industrielle, les sociétés du Groupe s'attachent à renforcer la sécurité et la traçabilité des produits afin d'augmenter la capacité d'anticipation et de réactivité en cas de rappel de produits. 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.

Voir également le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – LVMH et l'environnement* », § 6 Santé et Sécurité des consommateurs concernant ce sujet.

2.1.7. 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. Des événements imprévisibles sur les derniers mois de l'année peuvent ainsi affecter sensiblement le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

2.1.8. Approvisionnements et compétences stratégiques

L'attractivité des produits du Groupe repose sur la disponibilité de certaines matières premières, en quantité suffisante mais aussi qualitativement, ces produits devant répondre aux critères de qualité exigés par le Groupe. Il s'agit notamment des approvisionnements en raisins et eaux-de-vie dans le cadre des activités des Vins et Spiritueux, en cuirs, toiles et fourrures dans le cadre des activités Mode et Maroquinerie, mais aussi en composants horlogers, pierres et métaux précieux pour les activités Montres et Joaillerie. Afin de s'assurer des approvisionnements correspondant à ses exigences, le Groupe met en place des partenariats privilégiés avec les fournisseurs concernés. Tout en inscrivant dans la durée ce type de partenariats, le Groupe est constamment à la recherche de nouveaux fournisseurs pouvant répondre à ses exigences. À titre d'illustration, une évaluation du risque de défaillance des fournisseurs a été menée et des bonnes pratiques échangées, conduisant notamment à mettre en place des politiques de dédoublement des approvisionnements pour les produits stratégiques dans les Parfums et Cosmétiques.

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

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

Les métiers de LVMH requièrent également des compétences particulières, par exemple dans le domaine de la maroquinerie ou de l'horlogerie. Afin de garantir la pérennité de ces savoir-faire, LVMH mène des actions en faveur de la formation et de la sauvegarde de ces métiers, indispensables à la qualité de ses produits, notamment à travers une action envers la reconnaissance de la spécificité des métiers du luxe comme métiers « d'excellence », avec des critères propres au secteur économique du luxe et permettant de mieux répondre à ses besoins et exigences.

Enfin, le succès du Groupe repose également sur le développement de son réseau de distribution, et sur sa capacité à sécuriser les meilleurs emplacements sans obérer la rentabilité future des points de vente. Le Groupe a développé une expertise particulière dans le domaine immobilier, qui, partagée avec les différentes marques, permet d'optimiser le développement du réseau de distribution.

2.1.9. Systèmes d'information

Le Groupe est exposé au risque de défaillance de ses Systèmes d'information, en raison d'un dysfonctionnement ou d'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 permettant

d'éviter toute propagation de risque. Par l'intermédiaire de son réseau de Responsables sécurité des Systèmes d'information, le Groupe continue de mettre en place un ensemble de mesures permettant d'assurer la protection des données sensibles, ainsi que des plans de continuité d'exploitation au niveau de chaque Maison. La protection des données personnelles de nos clients et de nos employés notamment est l'un de ces sujets sensibles. Le Groupe a ainsi développé des outils de bonne gouvernance à destination des Maisons, tels que des principes pour le marketing en ligne et la protection des données.

2.1.10. Risques industriels, environnementaux et météorologiques

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.

L'activité de production de vins et spiritueux du Groupe dépend des conditions météorologiques prévalant avant la récolte des raisins. Les vignerons et négociants de Champagne ont instauré un mécanisme permettant de faire face à ces aléas, via le maintien d'une réserve qualitative. Voir la partie « *Activités* », § 1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins du Document de référence concernant la description de ce mécanisme.

2.2. Politique d'assurance

La politique de gestion des risques du Groupe 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 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'est pas 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 0,17 % du chiffre d'affaires consolidé.

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.

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

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

Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux ; dans ce cadre, environ 100 sites ont été audités par des cabinets d'ingénieurs en 2013.

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

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

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

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

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

Les garanties de dommages aux biens sont délivrées à hauteur des capitaux exposés, les garanties de pertes d'exploitation couvrent la marge brute des sociétés du Groupe sur une période d'indemnisation d'une durée, selon l'exposition aux risques, de 12 à 24 mois. La limite de garantie de ce programme est de 1,750 milliard d'euros par sinistre, ce montant ayant été déterminé d'après 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 de 75 millions d'euros par sinistre et par an. Suite à une étude de modélisation du risque tremblement de terre au Japon

réalisée en 2009, une garantie spécifique de 140 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 pour les transports en cours à un instant donné.

2.2.3. Assurance responsabilité civile

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

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 n'entraîne pas de risque clients. Il s'agit des ventes effectuées directement à notre clientèle par la Distribution sélective, par les activités de Mode et Maroquinerie, et dans une moindre mesure par les Montres et Joaillerie ; cette part représente approximativement 63 % des ventes de 2013.

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 satisfaisante ; les demandes de couverture de crédit auprès des assureurs sont satisfaites à environ 90 % au 31 décembre 2013.

2.3.2. Risque de contrepartie

La crise financière de ces dernières années a modifié sensiblement le paysage bancaire mondial et nécessite un contrôle accru et dynamique du risque de contrepartie, auquel le Groupe est exposé. La diversification des risques est un objectif important. Une attention particulière est portée aux expositions de nos contreparties bancaires aux risques financiers et souverains, ainsi qu'à leur notation qui doit refléter des signatures de premières catégories.

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

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

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

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

2.2.4. Couverture des risques spéciaux

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

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 2014 pour les principales devises de facturation sont détaillés dans la Note 22.5 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 22.5 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 5,3 milliards d'euros environ au 31 décembre 2013. Après effet des instruments dérivés, l'encours de dette financière brute est de 56 % à taux fixe et à de 44 % 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 18.5 et 18.7 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 pour partie liée aux actions LVMH auto-détenues, essentiellement en couverture des plans de stock-options et des plans d'attribution d'actions gratuites. Les actions LVMH constituent en normes IFRS des instruments de fonds propres dont les variations de valeur n'affectent pas le compte de résultat consolidé.

Le Groupe détient une participation dans Hermès International SCA qui est de 23,1 % au 31 décembre 2013. D'autres titres cotés peuvent être détenus par certains des fonds dans lesquels le Groupe a investi, ou 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, peuvent être mises en place des couvertures de plans de rémunération liés au cours de l'action LVMH. Les produits dérivés peuvent aussi être utilisés pour disposer synthétiquement d'une position acheteuse.

2.3.6. Risque des marchés matières premières

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

2.3.7. Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière à moins d'un an, avant prise en compte des instruments dérivés, nette de la trésorerie et équivalents, soit 1,3 milliard à fin 2013, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 2,3 milliards d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 4,4 milliards d'euros.

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

Par ailleurs, comme il est d'usage, la marge exigible sur les tirages effectués sur certaines lignes de crédit long terme dépend de la notation du Groupe par l'agence Standard & Poor's. Au 31 décembre 2013, 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 spécifique susceptible d'en modifier significativement les conditions.

La ventilation des passifs financiers par échéance contractuelle est présentée dans la Note 22.7 de l'annexe aux comptes consolidés.

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

Le Groupe applique une stratégie de gestion des risques de change et de taux destinée principalement à limiter l'impact négatif des fluctuations des monnaies ou des taux d'intérêts sur son activité ou ses investissements.

Cette gestion est pour l'essentiel centralisée, que ce soit au niveau de la société mère ou de la filiale assurant la gestion centralisée de la trésorerie du Groupe.

Le Groupe a mis en place une politique, des règles de gestion et des procédures très strictes pour mesurer, gérer et contrôler ces risques de marché.

L'organisation de ces activités repose sur la séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (trésorerie et *front office*), de gestion administrative (*back office*) et de contrôle financier.

Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle très rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Comité d'audit.

Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe, et font l'objet d'une documentation détaillée.

3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

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

- L'amélioration de la structure et la flexibilité financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - l'accroissement sensible des capitaux propres : les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une nette progression de 9 % et atteignent 27,7 milliards d'euros fin 2013, contre 25,5 milliards (retraités des effets de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés) un an auparavant. Cette progression reflète notamment les bons résultats du Groupe, distribués en partie seulement ;
 - l'accès à la liquidité du Groupe grâce notamment au programme de Billets de Trésorerie qui bénéficient à la fois de taux et de spreads extrêmement attractifs, mais aussi à la capacité à faire appel de manière récurrente aux marchés obligataires avec des maturités moyen/long terme et des spreads d'émission à des niveaux historiques en 2013 ;
 - le maintien d'un volume important de placements de trésorerie et équivalents de trésorerie auprès de contreparties bancaires diversifiées et de premier rang : la trésorerie a bénéficié de rendements attractifs auprès de signatures de très bonne qualité, avec un souci constant de suivi dynamique du risque de contrepartie ;
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées non tirées de 4,4 milliards d'euros au total, dont un crédit syndiqué d'un montant de 2 milliards d'euros d'une maturité résiduelle de 5 ans.
- 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 la couverture du patrimoine du Groupe.
- Une concentration accrue des liquidités du Groupe grâce aux déploiements de « cash poolings » à travers le monde, qui assure une fluidité de ces liquidités à travers le Groupe et qui permet une gestion optimisée des excédents. De manière générale, le Groupe pratique une politique d'investissement et de placement diversifiée.

- 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 2013 de 1,20 euro dès décembre 2013 ;
- proposition de versement d'un dividende par action de 3,10 euros au titre de l'exercice (soit un solde de 1,90 euro distribuable en 2014). La distribution aux actionnaires de la société LVMH est ainsi d'un montant total de 1 574 millions d'euros au titre de l'année 2013, avant effet des actions auto-détenues.

L'endettement net s'élève à 5,3 milliards d'euros à fin 2013 contre 4,3 milliards un an auparavant. Hors l'acquisition de Loro Piana, représentant 2,0 milliards d'euros, la dette nette a baissé de 1,0 milliard d'euros. Cette évolution est rendue possible par une génération de trésorerie issue des opérations d'exploitation et d'investissement (cash flow disponible) qui demeure élevée en 2013, grâce en particulier à la progression du résultat opérationnel, à une stabilisation des investissements d'exploitation et à l'amélioration de la variation du besoin en fonds de roulement par rapport à 2012.

Concernant la dette, le Groupe a maintenu une position lui permettant de bénéficier de la stabilité des taux courts, qui a permis d'abaisser le coût de la dette financière nette à 103 millions d'euros en 2013, contre 140 millions d'euros en 2012.

En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de protéger contre l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une partie de la hausse, ont continué à être privilégiées. Cette stratégie a porté ses fruits dans une année extrêmement volatile. Elle a permis d'obtenir pour le dollar US un cours de couverture inférieur au cours moyen de la devise sur l'année. Pour ce qui concerne le yen japonais, le cours de couverture est très inférieur au cours moyen de la devise sur l'année.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

4.1. Dépenses de communication et promotion

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

Dépenses de communication et promotion :	2013	2012	2011
- en millions d'euros	3 332	3 277	2 711
- en % des ventes	11,4	11,7	11,5

Ces frais englobent essentiellement le coût des campagnes publicitaires, notamment lors de lancements des nouveaux produits, ainsi que le coût des opérations de relations publiques et de promotion, et des équipes de marketing responsables de l'ensemble de ces activités.

4.2. Frais de recherche et développement

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Frais de recherche et développement	72	69	63

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

4.3. Investissements industriels et dans les réseaux de distribution

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

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

Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles :	2013	2012	2011
- en millions d'euros	1 732	1 710	1 749
- en % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité	24	24	29

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 2013, outre les acquisitions d'actifs immobiliers, les investissements d'exploitation ont principalement porté sur les points de vente, le réseau total de magasins du Groupe étant porté en 2013 de 3 204 à 3 384 magasins (hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014). En particulier, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 1 481 magasins à fin 2013 contre 1 398 à fin 2012.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, en complément des renouvellements nécessaires de barriques et d'équipements industriels, les investissements de 2013 concernent également la poursuite de l'investissement en Champagne, initié en 2012.

5. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

5.1. Production

Vins et Spiritueux

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

(en hectares)	2013		2012	
	Total	Dont en production	Total	Dont en production
France				
Appellation Champagne	1 861	1 683	1 857	1 717
Appellation Cognac	245	171	245	173
Vignobles bordelais	253	148	252	154
International				
Californie (États-Unis)	440	305	440	321
Argentine	1 527	928	1 398	882
Australie, Nouvelle-Zélande	525	476	525	481
Brésil	232	70	231	72
Espagne	112	83	56	52
Chine	68	-	68	-

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

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des « wineries », des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Espagne, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, au Royaume-Uni et en Pologne. L'ensemble représente environ 1 280 000 m² en France et 400 000 m² à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses dix-sept ateliers de fabrication de maroquinerie et souliers qui se trouvent essentiellement en France ; des ateliers importants sont également situés près de Barcelone en Espagne, à Fiesso en Italie 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 180 000 m².

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

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

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

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

Les autres installations utilisées par le groupe d'activités sont en location.

Parfums et Cosmétiques

Les installations de Recherche et Développement des activités Parfums et Cosmétiques du Groupe, de fabrication et de distribution de Parfums Christian Dior, près d'Orléans en France, sont la propriété de Parfums Christian Dior, l'ensemble représentant 122 000 m².

Guerlain a acquis en 2012 un terrain de 90 000 m² à Chartres pour y construire un nouveau site de production qui remplacera le site actuel de la région. Un autre centre de production à Orphin en France est également la propriété de la marque.

Parfums Givenchy possède deux usines en France, à Beauvais et à Vervins, d'une surface totale de 19 000 m², cette dernière unité assurant la production à la fois des lignes de produits Givenchy et Kenzo. La société possède également des installations de logistique à Hersham au Royaume-Uni.

Montres et Joaillerie

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

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

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

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

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

5.2. Distribution

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

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins de Tokyo, Guam, Hawaï, Séoul, Cannes, Saint-Tropez ; l'ensemble représente environ 8 000 m².

Céline, Fendi et Loewe sont également propriétaires de certains magasins, à Paris, en Italie 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 totales d'environ 80 000 m² ;
- DFS est propriétaire de ses magasins de Guam, de Saipan et d'Hawaï.

Au 31 décembre 2013, le réseau de magasins du Groupe est réparti de la façon suivante :

(en nombre de magasins)	2013	2012	2011
France	443	412	390
Europe (hors France)	926	910	883
États-Unis	669	644	621
Japon	370	370	360
Asie (hors Japon)	749	670	621
Autres marchés	227	198	165
Total	3 384	3 204	3 040

(en nombre de magasins)	2013	2012	2011
Mode et Maroquinerie ^(a)	1 339	1 280	1 246
Parfums et Cosmétiques	123	94	85
Montres et Joaillerie	363	347	327
Distribution sélective	1 541	1 466	1 368
Dont : Sephora	1 481	1 398	1 300
Autres, incluant DFS	60	68	68
Autres	18	17	14
Total	3 384	3 204	3 040

(a) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014.

5.3. Établissements administratifs et immeubles locatifs

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

Le Groupe détient 40 % de la société propriétaire de l'immeuble où se trouve son siège social avenue Montaigne à Paris ; le Groupe détient en outre trois immeubles à New York (environ 24 000 m²) et un immeuble à Osaka (environ 5 000 m²) hébergeant des filiales.

Enfin, le Groupe est propriétaire d'immeubles locatifs, dans le centre de Paris, ainsi qu'à Londres, qui représentent respectivement environ 50 000 m² et 8 000 m².

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

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

Néant.

7. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

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

À la suite de la décision rendue en mars 2006 par le Conseil de la concurrence dans le secteur de la parfumerie de luxe en France, et de l'arrêt rendu le 26 juin 2007 par la Cour d'appel de Paris, les sociétés concernées du Groupe avaient formé un pourvoi en cassation. En juillet 2008, la Cour de cassation a cassé l'arrêt de la Cour d'appel de Paris et renvoyé l'affaire devant la même juridiction, autrement composée. En novembre 2009, la Cour d'appel a annulé la décision du Conseil de la concurrence en raison de la durée excessive de la procédure. En novembre 2010, la Cour de cassation a cassé l'arrêt de la Cour d'appel et renvoyé l'affaire devant la même juridiction, autrement composée. Le 26 janvier 2012, la Cour d'appel de Paris, tout en confirmant la décision rendue en 2006 par le Conseil de la concurrence à l'encontre des principaux fabricants et distributeurs de parfums et cosmétiques de luxe pour des faits remontant aux années 1997 à 2000, a réduit à 13 millions d'euros le montant global des sanctions pécuniaires infligées aux sociétés du Groupe. Le 11 juin 2013, la Cour de cassation a confirmé l'arrêt rendu par la Cour d'appel de Paris.

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. À la suite du pourvoi en cassation formé par eBay, la Cour de cassation a confirmé le 3 mai 2012 l'analyse effectuée par la Cour d'appel de Paris, selon laquelle l'activité de eBay relève du courtage et non du seul hébergement, mais a annulé son arrêt en ce qu'il a reconnu sa compétence à l'égard de la société eBay Inc. et renvoyé les parties devant la Cour d'appel de Paris.

À la suite de l'annonce par LVMH le 23 octobre 2010 de son entrée au capital de la société Hermès International, l'Autorité des marchés financiers a procédé à une enquête sur le marché et l'information financière des titres Hermès et LVMH. Le 13 août 2012, l'AMF a adressé à LVMH une notification de griefs pour de possibles manquements à des règles sur l'information financière et du public, dont une copie a été transmise à la commission des sanctions. Celle-ci s'est réunie le 31 mai 2013 et a rendu le 25 juin 2013 une décision qui considère que LVMH aurait dû, dès le mois de juin 2010 et alors même que son Conseil d'administration n'a été saisi de la question que le 21 octobre 2010, informer le marché de la possibilité qu'elle avait de décider de monter au capital de la société Hermès. À ce titre, elle a prononcé une sanction de 8 millions d'euros. Cette décision n'a pas fait l'objet de recours.

Le 18 juin 2013, la société Hermès International a assigné la société LVMH et certaines de ses filiales devant le Tribunal de commerce de Paris au prétexte de demander l'annulation des contrats d'*equity swaps* conclus en 2008 par des sociétés du Groupe et les opérations subséquentes. Cette assignation mentionne le dépôt en octobre 2012 d'une plainte avec constitution de partie civile pour délit d'initié, manipulation de cours et complicité. De son côté, le groupe LVMH a saisi le Procureur de la République d'une plainte en dénonciation calomnieuse. Il a également introduit devant le Tribunal de commerce de Paris une action en responsabilité personnelle contre les dirigeants d'Hermès, en réparation du préjudice à lui causé par l'action en nullité précitée qui répond à des visées personnelles de ces dirigeants et non à l'intérêt des sociétés qu'ils dirigent.

Il n'existe pas de procédure administrative, judiciaire ou d'arbitrage dont la Société a connaissance, qui soit en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir 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 2013 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 30 janvier 2014.

9. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

Dans un environnement monétaire et économique incertain en Europe, LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre en 2014 sa dynamique de croissance pour l'ensemble de ses métiers. Le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques porté par un renforcement de ses savoir-faire et par une politique soutenue d'innovation 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 2014 avec confiance et se fixe à nouveau comme objectif de renforcer son avance sur le marché mondial du luxe.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

1.	COMMENTAIRES SUR LES COMPTES	50
1.1.	Commentaires sur le bilan	50
1.2.	Résultats de la société mère et perspectives d'avenir	50
2.	AFFECTATION DU RÉSULTAT	51
3.	ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS – ATTRIBUTIONS D'ACTIONS GRATUITES	52
3.1.	Principaux actionnaires	52
3.2.	Actions détenues par les organes de direction et de contrôle	52
3.3.	Actionnariat des salariés	52
3.4.	Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription	52
3.5.	Attributions d'actions gratuites et d'actions de performance	56
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	61
5.1.	Information sur les programmes de rachat d'actions	61
5.2.	Descriptif des principales caractéristiques du programme de rachat soumis à l'autorisation de l'Assemblée générale mixte du 10 avril 2014	62
5.3.	Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1 ^{er} janvier au 31 décembre 2013	62
6.	RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX	63
6.1.	Synthèse des rémunérations, des options et actions gratuites de performance attribuées aux dirigeants mandataires sociaux	63
6.2.	Récapitulatif des rémunérations de chaque dirigeant mandataire social	63
6.3.	Contrat de travail, retraite spécifique, indemnités de départ et clause de non-concurrence en faveur des dirigeants mandataires sociaux	64
6.4.	Récapitulatif des jetons de présence, rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des autres mandataires sociaux	64
6.5.	Détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice	65
7.	ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES	65
8.	QUESTIONS ADMINISTRATIVES	66
8.1.	Liste des mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration	66
8.2.	Composition du Conseil d'administration	66
8.3.	Rémunération des Dirigeants mandataires sociaux	66
9.	TRANSFORMATION DE LA SOCIÉTÉ EN SOCIÉTÉ EUROPÉENNE	66
10.	ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE	67

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 2013 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 19,9 milliards d'euros contre 18,5 milliards d'euros à fin 2012, soit une augmentation de 1,4 milliards d'euros.

Le 5 décembre 2013, Vicuna Holding SpA, filiale à 100 % de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA, a acquis 77,1 % (80 % après effet de l'auto-détention) du capital de la société italienne Loro Piana SpA. Cette acquisition a été financée, à concurrence de 1,4 milliards d'euros, par voie de contribution par LVMH à un compte de réserve ouvert chez Vicuna Holding SpA sous l'intitulé « *riserva in conto futuro aumento di capitale* ».

1.1.2. Structure financière

Au cours de l'exercice 2013, LVMH a procédé, dans le cadre de son programme EMTN, à deux émissions obligataires de 500 millions d'euros chacune ainsi qu'à une émission de 600 millions d'euros. Ces émissions sont remboursables *in fine* au pair en novembre 2019, septembre 2016 et novembre 2020 respectivement. L'emprunt d'échéance 2019 porte intérêt au taux de 1,25 % ; il a fait l'objet de *swaps* à l'émission, le convertissant pour 50 % de son nominal en un financement à taux variable. L'emprunt remboursable en 2016 porte intérêt à taux variable. Enfin, le dernier emprunt, d'échéance 2020, porte intérêt au taux de 1,75 %. Il n'a fait l'objet d'aucun swap de couverture.

En outre, un emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses émis en 2007 a été remboursé au cours de l'année ainsi qu'une partie de la dette au titre des placements privés en devises (20 milliards de yens japonais et 350 millions de dollars US).

1.1.3. Opérations de couverture

La société LVMH utilise de façon régulière des instruments financiers. Cette pratique répond aux besoins de couverture du risque de change ou de taux sur ses actifs ou passifs financiers, y compris les flux de dividendes à recevoir de participations étrangères ; chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts.

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés des instruments ayant nature de couverture d'actifs nets en devises en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques, tels les titres de participation.

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

1.1.4. Capital social

Au 31 décembre 2013, le capital social d'un montant de 152,3 millions d'euros est constitué de 507 793 661 actions entièrement libérées.

Au cours de l'exercice, 1 025 418 actions ont été émises du fait d'exercice d'options de souscription ; en outre 1 395 106 actions ont été annulées.

1.1.5. Informations sur les délais de paiement

Au 31 décembre 2013, les dettes fournisseurs s'élèvent à 107 millions d'euros (109 millions d'euros en 2012) et sont essentiellement non échues. Le délai de règlement moyen est de 43 jours en 2013, contre 45 jours en 2012.

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

Le résultat financier de l'exercice est de 2 103,3 millions d'euros ; il était de 1 823,8 millions d'euros en 2012.

Le résultat de gestion des filiales et participations est de 2 077,4 millions d'euros en 2013, contre 1 958,9 millions d'euros en 2012. Cette évolution provient principalement d'une augmentation des produits financiers de filiales et participations (2 173,4 millions d'euros en 2013 contre 1 950,7 millions d'euros en 2012), dont l'effet est atténué par l'augmentation des dépréciations de titres et des dotations aux provisions enregistrées au titre des filiales et participations (résultat négatif de 96 millions d'euros en 2013 contre un résultat positif de 8,2 millions d'euros en 2012).

Les produits financiers des filiales et participations sont constitués des dividendes reçus et de la quote-part de résultat de Moët Hennessy SNC ; leur variation provient notamment de l'augmentation de cette quote-part pour 97 millions d'euros et du dividende de 100 millions d'euros versé par Bulgari SpA.

Le résultat financier inclut en outre le coût de la dette financière nette et des instruments dérivés de taux associés pour 90,8 millions d'euros en 2013, ainsi que les gains sur instruments et opérations de change pour 124,7 millions d'euros en 2013.

Le résultat d'exploitation reflète les charges d'exploitation non refacturées aux filiales et participations, soit une charge de

117 millions d'euros en 2013, contre 92,9 millions d'euros en 2012. Cette variation s'explique notamment par le produit d'exploitation généré en 2012 par la décision de refacturer le coût des options d'achats exercées et des actions gratuites attribuées, aux filiales employant les bénéficiaires.

Le résultat exceptionnel correspond à la sanction de 8 millions d'euros prononcée par l'Autorité des marchés financiers le 25 juin 2013 dans le cadre de la procédure qu'elle avait initiée suite à l'annonce par LVMH en 2010 de son entrée au capital de la société Hermès International.

Après effet négatif de l'impôt sur les sociétés de 123,5 millions d'euros, intégrant l'effet du résultat d'intégration fiscale, le résultat net s'élève à 1 854,8 millions d'euros, en augmentation par rapport à celui de l'exercice 2012 qui s'élevait à 1 666,7 millions d'euros.

Compte tenu des résultats de 2013 des filiales et participations détenues par la société LVMH, il est attendu en 2014 des distributions de dividendes d'un niveau satisfaisant.

Enfin, lors de l'établissement de la déclaration fiscale de la Société, aucune dépense n'a été considérée comme devant être réintégrée dans le résultat imposable ou non déductible, au sens des articles 39-4, 39-5, 54 quater et 223 quinquies du Code général des impôts.

2. AFFECTATION DU RÉSULTAT

La proposition d'affectation du montant distribuable de l'exercice est la suivante :

<i>(en euros)</i>	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31/12/2013	1 854 832 105,63
Part disponible de la réserve légale ^(a)	11 090,64
Report à nouveau	5 154 070 701,12
Montant du résultat distribuable	7 008 913 897,39
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5%, soit 0,015 euro par action	7 616 904,92
Dividende complémentaire de 3,085 euros par action	1 566 543 444,18
Report à nouveau	5 434 753 548,29
	7 008 913 897,39

(a) Part de la réserve légale supérieure à 10% du capital social au 31 décembre 2013.

Pour mémoire, au 31 décembre 2013, la Société détient 7 391 919 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 450,8 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 3,10 euros par action. Un acompte sur dividende de 1,20 euro par action ayant été distribué le 3 décembre 2013, le solde est de 1,90 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 17 avril 2014.

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 <i>(en euros)</i>	Nature	Date de mise en paiement	Dividende brut	Abattement fiscal ^(a)
2012	Acompte	4 décembre 2012	1,10	0,44
	Solde	25 avril 2013	1,80	0,72
	Total		2,90	1,16
2011	Acompte	2 décembre 2011	0,80	0,32
	Solde	25 avril 2012	1,80	0,72
	Total		2,60	1,04
2010	Acompte	2 décembre 2010	0,70	0,28
	Solde	25 mai 2011	1,40	0,56
	Total		2,10	0,84

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

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

3.1. Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2013, le groupe familial Arnault contrôlait 46,45 % du capital et 62,59 % des droits de vote en Assemblée générale, contre respectivement 46,42 % et 62,65 % au 31 décembre 2012.

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

Au 31 décembre 2013, les membres du Conseil d'administration et du Comité exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,1 % du capital social.

3.3. Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2013, 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 0,1 % 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.

Six plans d'options de souscription ayant un solde d'options positif et mis en place par la société LVMH entre 2004 et 2009 étaient en vigueur au 31 décembre 2013. 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 de souscription attribuées peuvent être exercées à compter de l'ouverture du plan 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 mandataires sociaux dirigeants, leurs options ne devenaient exerçables que si, au titre de trois des quatre exercices 2009 à 2012, l'un au moins de ces trois indicateurs enregistrait une variation positive par rapport à l'exercice 2008. La condition de performance a été satisfaite en 2009, 2010, 2011 et 2012.

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

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

Pour les plans mis en place depuis 2007, 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. Plan d'options d'achat

Date de l'Assemblée	17/05/2000
Date du Conseil d'administration	22/01/2003
Nombre total d'options attribuées	3 213 725
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>1 220 000</i>
<i>Bernard Arnault^(b)</i>	<i>600 000</i>
<i>Nicolas Bazire^(b)</i>	<i>200 000</i>
<i>Antonio Belloni^(b)</i>	<i>200 000</i>
<i>Pierre Godé^(b)</i>	<i>200 000</i>
<i>Gilles Hennessy^(b)</i>	<i>20 000</i>
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</i>	<i>495 000</i>
Nombre de bénéficiaires	979
Point de départ d'exercice des options	22/01/2006
Date d'expiration	21/01/2013
Prix d'achat <i>(en euros)</i>	37,00 ^(d)
Nombre d'options exercées en 2013	19 620
Nombre d'options devenues caduques en 2013	85 700
Nombre cumulé d'options exercées au 31/12/2013	2 937 200
Nombre cumulé d'options caduques au 31/12/2013	276 525
Options en vie en fin d'exercice	-

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

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2013.

(c) Options attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux – en fonction à la date d'ouverture du plan.

(d) Le prix d'exercice pour les résidents italiens est de 38,73 euros.

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

3.4.2. Plans d'options de souscription

Date de l'Assemblée	15/05/2003	15/05/2003	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	14/05/2009	
Date du Conseil d'administration	21/01/2004	12/05/2005	11/05/2006	10/05/2007	15/05/2008	14/05/2009	29/07/2009	Total
Nombre total d'options attribuées	2 747 475	1 924 400	1 789 359	1 679 988	1 698 320	1 301 770	2 500	11 143 812
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>972 500</i>	<i>862 500</i>	<i>852 500</i>	<i>805 875</i>	<i>766 000</i>	<i>541 000</i>	<i>-</i>	<i>4 800 375</i>
<i>Bernard Arnault^(b)</i>	<i>450 000</i>	<i>450 000</i>	<i>450 000</i>	<i>427 500</i>	<i>400 000</i>	<i>200 000</i>	<i>-</i>	<i>2 377 500</i>
<i>Antoine Arnault^(b)</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>-</i>	<i>28 500</i>
<i>Delphine Arnault^(b)</i>	<i>10 000</i>	<i>10 000</i>	<i>10 000</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>-</i>	<i>58 500</i>
<i>Nicolas Bazire^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>142 500</i>	<i>142 500</i>	<i>100 000</i>	<i>-</i>	<i>835 000</i>
<i>Antonio Belloni^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>142 500</i>	<i>142 500</i>	<i>100 000</i>	<i>-</i>	<i>835 000</i>
<i>Pierre Godé^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>40 000</i>	<i>30 000</i>	<i>15 000</i>	<i>40 000</i>	<i>100 000</i>	<i>-</i>	<i>375 000</i>
<i>Gilles Hennessy^(b)</i>	<i>20 000</i>	<i>20 000</i>	<i>20 000</i>	<i>19 000</i>	<i>22 000</i>	<i>22 000</i>	<i>-</i>	<i>123 000</i>
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</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 <i>(en euros)</i>	55,70 ^(d)	52,82 ^(d)	78,84 ^(d)	86,12	72,50 ^(d)	56,50 ^(d)	57,10	
Nombre d'options exercées en 2013	68 340	78 656	57 426	66 881	330 709	420 906	2 500	1 025 418
Nombre d'options devenues caduques en 2013	9 600	3 000	2 625	3 025	3 438	4 801	-	26 489
Nombre cumulé d'options exercées au 31/12/2013	1 956 699	1 672 774	873 172	750 246	729 213	443 906	2 500	6 428 510
Nombre cumulé d'options caduques au 31/12/2013	122 950	94 425	96 873	90 442	88 332	44 791	-	537 813
Options en vie en fin d'exercice	667 826	157 201	819 314	839 300	880 775	813 073	-	4 177 489

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

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2013.

(c) Options attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux – en fonction à la date d'ouverture du plan.

(d) 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

Au 31 décembre 2013, la dilution théorique liée à l'attribution de ces options représente 0,82 % du capital. Toutefois, LVMH procédant à l'annulation d'un nombre d'actions équivalent à celui des actions émises dans le cadre des levées, l'exercice des options de souscription n'entraîne aucune dilution pour les actionnaires.

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

Aucun plan d'options n'a été ouvert en 2013.

Options levées par les mandataires sociaux dirigeants de la Société

Bénéficiaire	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
Antonio Belloni	LVMH	12/05/2005	15 000	52,82

Options levées par les autres mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
Delphine Arnault	LVMH	14/05/2009	4 800	56,50
Nicolas Bazire	LVMH	15/05/2008	117 500	72,50
Gilles Hennessy	LVMH	15/05/2008	22 000	72,50
	LVMH	14/05/2009	22 000	56,50

Options levées par les dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux, ayant exercé le plus grand nombre d'options

Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	21/01/2004	10 000	55,70
	12/05/2005	18 000	52,82
	11/05/2006	30 500	78,84
	10/05/2007	46 744	86,12
	15/05/2008	109 063	72,50
	14/05/2009	153 688	56,50

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

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

Pour les résidents fiscaux français, les actions sont attribuées définitivement après un délai de deux ans pour le plan mis en place en 2010 et de trois ans depuis 2011 à l'exception des deux plans spécifiques du 20 octobre 2011 et de celui du 31 janvier 2013. Les actions sont librement cessibles après une période complémentaire de conservation de deux ans. Les actions gratuites attribuées à des bénéficiaires ayant leur résidence fiscale à l'étranger sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Les plans ouverts les 15 avril 2010 et 31 mars 2011 associent attribution d'actions gratuites et attribution d'actions gratuites de performance (« actions de performance »), dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire. Les plans ouverts les 5 avril 2012 et 25 juillet 2013 prévoient exclusivement l'attribution d'actions de performance.

Les actions de performance ne sont définitivement attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et

3.5.1. Plans d'actions gratuites et d'actions de performance

Date de l'Assemblée	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008
Date du Conseil d'administration	14/05/2009	29/07/2009	15/04/2010	15/04/2010	31/03/2011	31/03/2011
	Actions gratuites	Actions gratuites	Actions gratuites	Actions de performance	Actions gratuites	Actions de performance
Nombre d'actions attribuées provisoirement	311 209	833	195 069	274 367	184 328	257 724
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	-	-	-	108 837	-	100 071
<i>Bernard Arnault^(b)</i>	-	-	-	40 235	-	36 994
<i>Antoine Arnault^(b)</i>	-	-	-	1 911	-	1 757
<i>Delphine Arnault^(b)</i>	-	-	-	1 911	-	1 757
<i>Nicolas Bazire^(b)</i>	-	-	-	20 118	-	18 498
<i>Antonio Belloni^(b)</i>	-	-	-	20 118	-	18 498
<i>Pierre Godé^(b)</i>	-	-	-	20 118	-	18 498
<i>Gilles Hennessy^(b)</i>	-	-	-	4 426	-	4 069
<i>Francesco Trapani^(b)</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</i>	48 165	833	27 372	67 350	23 387	64 611
Nombre de bénéficiaires	642	1	627	639	698	712
Date d'attribution définitive	14/05/2011 ^(d)	29/07/2013	15/04/2012 ^(d)	15/04/2012 ^(d)	31/03/2014 ^(e)	31/03/2014 ^(e)
Date à partir de laquelle les actions sont cessibles	14/05/2013	29/07/2013	15/04/2014	15/04/2014	31/03/2016 ^(e)	31/03/2016 ^(e)
Nombre d'attributions devenues définitives en 2013	122 921	833	1 163 ⁽ⁱ⁾	389 ⁽ⁱ⁾	323 ⁽ⁱ⁾	108 ⁽ⁱ⁾
Nombre d'attributions devenues caduques en 2013	3 751	-	4 731	1 766	6 610	2 466
Nombre cumulé d'attributions définitives au 31/12/2013	275 931	833	98 680	209 983	323	108
Nombre cumulé d'attributions caduques au 31/12/2013	35 278	-	17 375	7 208	16 829	6 583
Attributions en vie en fin d'exercice	-	-	79 014	57 176	167 176	251 033

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

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2013.

(c) Actions gratuites attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux LVMH ou dirigeant de sociétés liées en fonction à la date d'attribution provisoire.

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

(e) Attribution définitive et disponibilité des actions les 31 mars 2015, 5 avril 2016 et 26 juillet 2016 pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe. En ce qui concerne le plan mis en place le 15 avril 2010, la condition de performance a été satisfaite en 2010 et 2011 et les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France se sont vu attribuer définitivement leurs actions le 15 avril 2012. En ce qui concerne le plan mis en place le 31 mars 2011, la condition a été satisfaite en 2011 et 2012. En ce qui concerne le plan mis en place le 5 avril 2012, la condition a été satisfaite en 2012 et 2013. En ce qui concerne le plan mis en place le 25 juillet 2013, elle a été satisfaite en 2013.

Pour les plans mis en place depuis 2010, le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent en cas d'attribution définitive de leurs actions, conserver jusqu'à la cessation de leurs

fonctions, un nombre d'actions au nominatif pur correspondant à la moitié de la plus-value notionnelle nette d'impôts et de prélèvements sociaux calculée à la date d'attribution définitive des actions sur la base du cours d'ouverture à cette même date.

En outre, six plans spécifiques d'attribution d'actions gratuites et/ou d'actions de performance ont été mis en place les 20 octobre 2011, 26 juillet 2012, 31 janvier 2013 et 24 octobre 2013 au profit de salariés et de cadres dirigeants du Groupe. En ce qui concerne les plans d'actions de performance, la condition a été satisfaite en 2012 et 2013 pour les plans du 26 juillet 2012 et en 2013 pour le plan du 24 octobre 2013.

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

31/03/2011	31/03/2011	31/03/2011	31/03/2011	31/03/2011	31/03/2011	18/04/2013	18/04/2013	
20/10/2011	20/10/2011	5/04/2012	26/07/2012	26/07/2012	31/01/2013	25/07/2013	24/10/2013	
Actions gratuites	Actions gratuites	Actions de performance	Actions gratuites	Actions de performance	Actions gratuites	Actions de performance	Actions de performance	Total
95 000	20 000	416 609	45 000	830	32 800	397 406	6 228	2 237 403
-	-	85 913	45 000	-	-	78 572	-	418 393
-	-	28 008	-	-	-	17 968	-	123 205
-	-	1 478	-	-	-	1 644	-	6 790
-	-	1 478	-	-	-	1 644	-	6 790
-	-	15 560	-	-	-	17 308	-	71 484
-	-	15 560	-	-	-	17 308	-	71 484
-	-	15 560	45 000	-	-	17 308	-	116 484
-	-	3 422	-	-	-	-	-	11 917
-	-	4 847	-	-	-	5 392	-	10 239
95 000	20 000	90 078	-	830	32 800	69 606	6 228	546 260
1	1	747	1	1	1	748	3	
20/10/2013 ^(f)	20/10/2013	05/04/2015 ^(e)	26/07/2015 ^(e)	26/07/2015 ^(e)	31/01/2015	25/07/2016 ^(h)	24/10/2016 ^(h)	
20/10/2015 ^(g)	20/10/2015	05/04/2017 ^(e)	26/07/2017 ^(e)	26/07/2017 ^(e)	31/01/2017	25/07/2018 ^(h)	24/10/2018 ^(h)	
47 500	20 000	203 ⁽ⁱ⁾	-	-	-	-	-	193 440
-	-	10 381	-	-	-	2 307	-	32 012
47 500	20 000	203	-	-	-	-	-	653 561
-	-	14 144	-	-	-	2 307	-	99 724
47 500	-	402 262	45 000	830	32 800	395 099	6 228	1 484 118

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

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

(h) Attributions définitives et disponibilité des actions les 25 juillet 2017 et 24 octobre 2017 pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

(i) Attributions définitives pour les bénéficiaires devenus résidents fiscaux en France, ou à la suite de décès au cours de l'exercice 2013.

3.5.2. Actions attribuées durant l'exercice aux mandataires sociaux et aux dix premiers salariés du Groupe**Actions de performance attribuées provisoirement durant l'exercice aux mandataires sociaux dirigeants de la Société**

Bénéficiaires	Société ayant attribué les actions	Date de l'Assemblée	Date du plan	Nombre d'actions de performance	% du capital ^[a]	Valorisation des actions (en euros)
Bernard Arnault	LVMH	18/04/2013	25/07/2013	17 968	0,004	2 111 420
	Christian Dior	26/10/2012	25/07/2013	19 108	0,01	2 383 914
Antonio Belloni	LVMH	18/04/2013	25/07/2013	17 308	0,003	2 033 863

[a] Sur la base du capital statuaire.

Voir également pages 56 et 57 pour les autres modalités d'attribution.

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

Bénéficiaires	Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions gratuites	Nombre d'actions de performance
Antoine Arnault	LVMH	25/07/2013	-	1 644
Delphine Arnault	LVMH	25/07/2013	-	1 644
	Christian Dior	25/07/2013	-	6 095
Nicolas Bazire	LVMH	25/07/2013	-	17 308
Pierre Godé	LVMH	25/07/2013	-	17 308
Francesco Trapani	LVMH	25/07/2013	-	5 392

Actions de performance attribuées définitivement durant l'exercice aux mandataires sociaux dirigeants de la Société

Aucune action n'a été attribuée définitivement aux dirigeants mandataires sociaux.

Actions gratuites et actions de performance attribuées définitivement durant l'exercice aux autres mandataires sociaux de la Société

Aucune action n'a été attribuée définitivement aux autres mandataires sociaux.

Actions gratuites et actions de performance attribuées définitivement durant l'exercice aux dix salariés^[a] du Groupe, non mandataires sociaux, ayant reçu le plus grand nombre d'actions

Société ayant attribué les actions	Date d'attribution initiale des actions	Nombre d'actions gratuites	Nombre d'actions de performance
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	14/05/2009	28 916	-

[a] Salariés en fonction à la date de l'attribution définitive.

4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

4.1. État des délégations et autorisations en cours

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

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Utilisation au 31 décembre 2013
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 250 euros	18 avril 2013 (11 ^e résol.)	17 octobre 2014 (18 mois) ^(a)	10 % du capital 50 766 986 actions ^(b)	Mouvements au cours de l'exercice ^(c) Achats : 2 211 332 actions Ventes : 1 443 766 actions
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	18 avril 2013 (12 ^e résol.)	17 octobre 2014 (18 mois) ^(a)	10 % du capital par période de 24 mois 50 766 986 actions ^(b)	Actions annulées au cours de l'exercice : 1 395 106 actions

(a) Il sera proposé à l'Assemblée générale du 10 avril 2014 de renouveler cette autorisation. Voir ci-après point 4.2.

(b) Sur la base du capital statutaire.

(c) Mouvements entre le 18 avril 2013 et le 31 décembre 2013 mentionnés au point 5 au titre du programme de rachat d'actions adopté par l'Assemblée générale du 18 avril 2013. Pour les achats, y compris les exercices de calls. Voir également ci-après point 5.1.

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 2013
Par incorporation de réserves (L. 225-130)	18 avril 2013 (13 ^e résol.)	17 juin 2015 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^(a)	Non applicable	Néant
Avec droit préférentiel de souscription : actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital	18 avril 2013 (14 ^e résol.)	17 juin 2015 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a)(b)}	Libre	Néant
Sans droit préférentiel de souscription : actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital					
- par offre au public (L. 225-135 et suivants)	18 avril 2013 (15 ^e résol.)	17 juin 2015 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a)(b)}	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ^(c)	Néant
- par placement privé (L. 225-135 et suivants)	18 avril 2013 (16 ^e résol.)	17 juin 2015 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a)(b)}	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ^(c)	Néant
Dans le cadre d'une offre publique d'échange (L. 225-148)	18 avril 2013 (19 ^e résol.)	17 juin 2015 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^(a)	Libre	Néant
Dans le cadre d'apports en nature (L. 225-147)	18 avril 2013 (20 ^e résol.)	17 juin 2015 (26 mois)	10 % du capital 50 766 986 actions ^{(a)(d)}	Libre	Néant

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

(b) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé au (a), ce montant est susceptible d'être augmenté dans la limite de 15 % de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires [Assemblée du 18 avril 2013, 18^e résolution] (L. 225-135-1).

(c) Dans la limite de 10 % du capital, le Conseil d'administration peut fixer librement le prix d'émission sous réserve que celui-ci soit au moins égal à 90 % de la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse précédant la fixation [Assemblée du 18 avril 2013, 17^e résolution].

(d) Sur la base du capital statutaire.

Actionnariat des salariés

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 décembre 2013
Attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions (L. 225-177 et suivants)	5 avril 2012 [15 ^e résol.]	4 juin 2015 (38 mois)	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a) (b)}	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution ^(c) aucune décote	- attribuées : néant - attribuables : 5 076 698 options
Attribution d'actions gratuites (L. 225-197-1 et suivants)	18 avril 2013 [23 ^e résol.]	17 juin 2015 (26 mois)	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a) (b)}	Non applicable	- attribuées : 403 634 actions - attribuables : 4 673 064 actions
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise (L. 225-129-6)	18 avril 2013 [21 ^e résol.]	17 juin 2015 (26 mois)	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a) (b)}	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 20 %	Néant

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

(b) Sur la base du capital statuaire.

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

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 : 250 euros	17 ^e	18 mois	10 % du capital 50 766 986 actions ^(a)
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	18 ^e	18 mois	10 % du capital par période de 24 mois 50 766 986 actions ^(a)

(a) Sur la base du capital statuaire.

Il vous est proposé d'autoriser votre Conseil d'administration à acquérir des actions de la Société en vue notamment de (i) l'animation du marché, (ii) leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions d'actions gratuites ou de toutes autres opérations d'actionnariat salarié, (iii) leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société, (iv) leur annulation ou (v) leur conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement

dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe (voir ci-après point 5 le détail des opérations réalisées dans le cadre du précédent programme).

L'autorisation de réduire le capital social par voie d'annulation des actions acquises dans le cadre du programme de rachat pourra être utilisée en vue, notamment, de compenser la dilution résultant des levées d'options de souscription d'actions.

5. PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS

5.1. Information sur les programmes de rachat d'actions

L'objet de ce paragraphe est d'informer l'Assemblée générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées, entre le 1^{er} janvier 2013 et le 31 décembre 2013, 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 5 avril 2012 et 18 avril 2013.

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 2 018 745 actions LVMH au cours moyen de 134,37 euros et a cédé 2 015 745 actions LVMH au cours moyen de 135,03 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 2013 au 31 décembre 2013 :

<i>(en nombre d'actions sauf indication contraire)</i>	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société	Échange ou paiement lors d'acquisitions	Actions destinées à être annulées	Total
Solde au 31 décembre 2012	97 000	8 070 519	-	-	-	8 167 519
Achats	636 979	-	-	-	-	636 979
Prix moyen <i>(en euros)</i>	134,46	-	-	-	-	134,46
Cessions	(571 979)	-	-	-	-	(571 979)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	135,28	-	-	-	-	135,28
Levées d'options d'achat	-	(19 620)	-	-	-	(19 620)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	37,04	-	-	-	37,04
Exercice de calls	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Attributions d'actions gratuites	-	(2 518)	-	-	-	(2 518)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(493 484)	-	-	-	(493 484)
Solde au 18 avril 2013	162 000	7 554 897				7 716 897
Achats	1 381 766	140 000	-	-	689 566	2 211 332
Prix moyen <i>(en euros)</i>	134,33	139,13	-	-	137,62	135,66
Cessions	(1 443 766)	-	-	-	-	(1 443 766)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	134,93	-	-	-	-	134,93
Levées d'options d'achat	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Exercice de calls	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Attributions d'actions gratuites	-	(190 922)	-	-	-	(190 922)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(901 622)	-	-	-	(901 622)
Solde au 31 décembre 2013	100 000	6 602 353	-	-	689 566	7 391 919

- La Société a procédé, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2013, à l'annulation de 1 395 106 actions qui avaient été acquises 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 10 avril 2014

- 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 2013 : 50 766 986, mais compte tenu de l'auto-détention de 7 391 919 titres, seules 43 375 067 actions propres sont susceptibles d'être achetées.
- Prix d'achat unitaire maximum : 250 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 18 avril 2013.

5.3. Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1^{er} janvier au 31 décembre 2013

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 2013 au 31 décembre 2013.

Au 31 décembre 2013

Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte	1,46 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois	2 392 356
Nombre de titres détenus en portefeuille	7 391 919
Valeur comptable du portefeuille	450 836 064 euros
Valeur de marché du portefeuille	980 168 459 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 décembre 2013			
	Achats	Ventes/ Transferts	Positions ouvertes à l'achat		Positions ouvertes à la vente	
			Calls achetés	Achats à terme	Calls vendus	Ventes à terme
Nombre de titres	2 848 311	3 623 911	-	-	-	-
dont :						
- contrat de liquidité	2 018 745	2 015 745	-	-	-	-
- achats en couverture de plans	140 000	-	-	-	-	-
- levées d'options d'achat	-	19 620	-	-	-	-
- exercices de calls	-	-	-	-	-	-
- attributions d'actions gratuites	-	193 440	-	-	-	-
- achats pour annulation	689 566	-	-	-	-	-
- annulations	-	1 395 106	-	-	-	-
Échéance maximale moyenne	-	-	-	-	-	-
Cours moyen de la transaction ^[a]						
(en euros)	135,39	135,03	-	-	-	-
Prix d'exercice moyen (en euros)	-	37,04	-	-	-	-
Montants (en euros)	385 627 359	272 908 180	-	-	-	-

[a] Hors actions attribuées gratuitement et annulations.

6. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX

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

(en euros) Dirigeants mandataires sociaux	Rémunérations dues au titre de l'exercice		Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice		Valorisation des actions gratuites de performance attribuées au cours de l'exercice ^(b)	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Bernard Arnault	3 457 075	3 790 620	-	-	4 495 334	5 579 076
Antonio Belloni	5 549 317	5 553 780	-	-	2 033 863	1 775 085

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

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

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

Bernard Arnault

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2013	2012	2013	2012
Rémunération fixe	1 257 075 ^(h)	1 590 620	1 519 018 ^(b)	1 191 563
Rémunération variable ^(c)	2 200 000	2 200 000	2 200 000 ^(d)	2 200 000 ^(d)
Rémunération exceptionnelle	-	-	-	-
Jetons de présence	118 464	118 464	32 183	127 953
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	3 575 539	3 909 084	3 751 201	3 519 516

Antonio Belloni

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2013	2012	2013	2012
Rémunération fixe	3 234 067	3 238 530	2 447 811 ^(f)	3 445 786 ^(g)
Rémunération variable ^(e)	2 315 250	2 315 250	2 315 250 ^(d)	2 315 250 ^(d)
Rémunération exceptionnelle	-	-	-	-
Jetons de présence	87 245	87 245	87 245	87 245
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	5 636 562	5 641 025	4 850 306	5 848 281

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

(b) La différence entre les montants dus et les montants versés s'explique par le report en 2013 du paiement de rémunérations dues en 2012.

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

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

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

(f) Pour des raisons administratives, une partie des montants dus sera payée en 2014.

(g) La différence entre le montant dû et le montant versé a été régularisée en 2013.

(h) **Erratum** : un montant de 1 143 325 euros est mentionné par erreur sur la version qui a été en ligne sur les sites de LVMH et de l'AMF entre les 21 et 31 mars 2014.

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

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

(a) Ce complément de retraite n'est acquis que si l'intéressé justifie d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité exécutif du Groupe et fait valoir simultanément ses droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux, cette dernière condition n'étant pas requise en cas de départ à l'initiative du Groupe après l'âge de 55 ans, sans reprise d'activités professionnelles jusqu'à la liquidation des retraites. Il est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées perçues au cours de la carrière dans le Groupe, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale. Le complément de retraite annuelle est égal à la différence entre 60 % de la rémunération de référence (avec un plafond de 788 508 euros au 1^{er} janvier 2014) 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 2013, déterminé selon les principes de la norme IAS 19 Avantages au personnel :

- Bernard Arnault : 16 321 278 euros ;

- Antonio Belloni : 10 922 448 euros.

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

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

Administrateurs <i>(en euros sauf indication contraire)</i>	Jetons de présence versés en		Rémunération fixe versée au cours de l'exercice		Rémunération variable versée au cours de l'exercice	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Antoine Arnault ^{(b)(c)(d)}	45 000	45 000	401 667	350 000	150 000	180 000
Delphine Arnault ^{(b)(e)}	68 034	58 803	323 007	90 000	30 000	30 000
Nicolas Bazire ^{(b)(c)(f)}	55 000	55 000	1 235 000	1 235 000	2 700 000	2 700 000
Bernadette Chirac	39 000	45 000	-	-	-	-
Nicholas Clive Worms	67 500	67 500	-	-	-	-
Charles de Croisset	61 500	67 500	-	-	-	-
Diego Della Valle	39 000	30 000	-	-	-	-
Albert Frère	69 000	69 375	-	-	-	-
Pierre Godé ^{(b)(c)}	139 081	180 796	1 500 000	800 000	1 000 000	2 200 000
Gilles Hennessy ^{(b)(c)(e)(f)}	67 500	67 500	690 895	551 560	359 901	397 400
Marie-Josée Kravis	39 000	37 500	-	-	-	-
Lord Powell of Bayswater	45 000	45 000	205 000 ^(g)	205 000 ^(g)	-	-
Yves-Thibault de Silguy	101 250	95 625	-	-	-	-
Francesco Trapani ^{(b)(e)}	45 000	45 000	1 600 000	1 600 000	1 100 000	1 595 835
Hubert Védrine	33 000	45 000	-	-	-	-

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

(b) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice figure au paragraphe 3.5.

(c) Avantages en nature : voiture de fonction.

(d) Hors contrats conclus avec la société A.A. Conseil prévoyant une rémunération globale de 560 000 euros ht en base annuelle et faisant l'objet d'une convention réglementée.

(e) Plan d'intéressement à moyen terme.

(f) Autre avantage : complément de retraite.

(g) En livres sterling.

En outre, les jetons de présence versés par la Société aux Censeurs en 2013 s'élèvent à :

<i>(en euros)</i>	
Paolo Bulgari	27 000
Patrick Houël	45 000
Felix G. Rohatyn	21 000

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

Ce détail figure au paragraphe 3.5. ci-dessus.

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

Administrateur concerné	Nature des opérations	Nombre d'actions/ de titres	Prix moyen <i>(en euros)</i>
Delphine Arnault	Achat d'actions ^(b)	4 800	56,50
Société(s) liée(s) à Bernard Arnault, Antoine Arnault et Delphine Arnault	Monétisation d'actions LVMH	100 000 000	139,85
Nicolas Bazire	Achat d'actions ^(b)	117 500	72,50
	Cession d'actions	117 500	136,82
Antonio Belloni	Achat d'actions ^(b)	15 000	52,82
Personne(s) liée(s) à Antonio Belloni	Cession d'actions	15 000	143,51
Société(s) liée(s) à Albert Frère	Cession d'actions	27 000	149,49
	Achat d'actions	54 000	139,26
Gilles Hennessy	Achat d'actions ^(b)	44 000	64,50
	Cession d'actions	44 000	136,90
Francesco Trapani	Cession d'actions	1 181 592	132,88

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

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

8. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

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

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

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

8.2. Composition du Conseil d'administration

Il vous est proposé de renouveler les mandats :

- d'Administrateur de Mesdames Delphine Arnault et Marie-Josée Kravis ainsi que de Messieurs Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Diego Della Valle et Pierre Godé ;

- de Censeur de Messieurs Paolo Bulgari, Patrick Houël et Felix G. Rohatyn.

Il vous est également proposé de nommer Madame Marie-Laure Sauty de Chalon en qualité d'Administrateur de la Société.

8.3. Rémunération des Dirigeants mandataires sociaux

Il vous est demandé, en application de la recommandation du Code de gouvernement d'entreprise Afep-Medef de juin 2013, d'émettre un avis sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au Président-directeur général et au Directeur général délégué au titre de l'exercice clos. Ces éléments sont présentés dans :

- le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La Société LVMH* » aux pages 63 et 64 et suivantes pour la rémunération fixe, la rémunération variable, la rémunération exceptionnelle,

les jetons de présence, les avantages en nature, le régime de retraite supplémentaire ;

- le « *Rapport du Président du Conseil d'administration* », page 107 pour les règles d'attribution des jetons de présence.

Au cours de l'exercice 2013, la société n'a attribué ni options d'achat ni options de souscription. Le nombre d'actions de performance attribuées figure à la page 58 du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH* ».

9. TRANSFORMATION DE LA SOCIÉTÉ EN SOCIÉTÉ EUROPÉENNE

Au cours de ces dernières années, les nouvelles Maisons dont le Groupe LVMH s'est enrichi ont toutes des racines européennes. Elles ont significativement accru le poids des entreprises européennes non françaises, déjà fortement représentées au sein du Groupe.

C'est au niveau européen et pas seulement national que le Groupe LVMH entend se situer dans son action en faveur de la préservation, de la défense et du développement des métiers et savoir-faire artisanaux d'excellence, points d'appui d'une créativité harmonieuse et source d'un rayonnement mondial durable.

Ces considérations ont conduit votre Conseil d'administration à souhaiter traduire cette dimension européenne dans la forme juridique de la Société en vous proposant de faire évoluer le statut de LVMH d'une société anonyme classique vers une société européenne, telle qu'encouragée par le législateur pour accompagner précisément ce type de réalité.

Déjà retenue par de grandes sociétés, cette forme sociale présente l'avantage de bénéficier d'un socle formé par un dispositif homogène et reconnu au sein de la totalité de l'Union européenne.

La Société pourra ainsi bénéficier d'un statut juridique porteur de symbole dans la majorité des pays dans lesquels elle est présente, en cohérence avec sa réalité économique.

La transformation est régie par (i) les dispositions du Règlement n° 2157/2001/CE du Conseil du 8 octobre 2001 (ci-après le « *Règlement SE* ») et notamment les articles 2 §4 et 37 relatifs à la constitution d'une société européenne par voie de transformation ; (ii) les articles L. 225-245-1 et R. 229-20 à R. 229-22 du Code de commerce et (iii) les dispositions de la Directive n° 2001/86/CE du Conseil du 8 octobre 2001 complétant le statut de la société européenne pour ce qui concerne l'implication des travailleurs (ci-après la « *Directive SE* ») ainsi que les dispositions nationales françaises de transposition de la Directive SE telles que prévues aux articles L. 2351-1 et suivants du Code du travail.

En vertu des dispositions du Règlement SE, une société anonyme, constituée selon le droit d'un État membre et ayant son siège statuaire et son administration centrale dans l'Union européenne, peut se transformer en société européenne :

- si elle a depuis au moins deux ans une société filiale relevant du droit d'un autre état membre ; et
- si son capital souscrit s'élève au moins à 120 000 euros.

Ces conditions sont remplies puisque LVMH, société anonyme constituée selon le droit français et ayant son siège social et son administration centrale en France, (i) a un capital social de

152 300 959,50 euros et (ii) détient depuis plus de deux ans plusieurs filiales situées au sein de pays de l'Union européenne.

La Société restera régie notamment par les dispositions légales françaises applicables aux sociétés anonymes à Conseil d'administration.

La transformation ne donnera lieu ni à la dissolution de la Société, ni à la création d'une personne morale nouvelle. Elle n'entraînera aucune modification de l'objet, du siège ou du capital social de la Société dont la dénomination sociale sera suivie des mots « société européenne » ou des initiales « SE ».

Les statuts actuels de la Société seront adaptés pour y intégrer les dispositions du Règlement SE. Les modifications concernent pour l'essentiel le fonctionnement et les pouvoirs du Conseil d'administration (articles 13 et 14), les modalités de convocation de l'Assemblée générale et de comptabilisation des voix lors du vote des résolutions (article 23).

La composition des organes d'administration et de contrôle de la Société ne sera pas modifiée par la transformation et l'ensemble des autorisations et délégations de compétence et de pouvoirs conférées au Conseil d'administration sous sa forme actuelle

par toutes Assemblées générales de la Société et en vigueur au jour de l'immatriculation de la Société sous la forme de société européenne, bénéficieront automatiquement au Conseil d'administration de la Société sous sa nouvelle forme de société européenne.

La transformation de la Société en société européenne sera également soumise à l'approbation des Assemblées générales d'obligataires.

La transformation n'affectera ni les droits financiers, ni la quote-part de chaque actionnaire dans les droits de vote de la Société. Elle n'aura, en soi, aucun impact sur la valeur des titres LVMH.

Aucune modification ne sera apportée aux contrats de travail des salariés de la Société et de ses filiales et établissements en raison de sa transformation en société européenne. Ainsi leurs contrats de travail se poursuivront selon les mêmes termes et dans les mêmes conditions qu'antérieurement à la réalisation définitive de la transformation.

La transformation de la Société en société européenne et son immatriculation au registre du commerce et des sociétés interviendront à l'issue des négociations relatives à l'implication des salariés.

10. ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-100-3 du Code de commerce, sont mentionnés ci-dessous les éléments prévus par ce texte, susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique :

- structure du capital de la Société : la Société est contrôlée par le groupe familial Arnault qui, au 31 décembre 2013, contrôlait 46,45 % du capital et 62,59 % des droits de vote ;
- émission et rachat d'actions : dans le cadre de différentes résolutions, l'Assemblée générale a délégué au Conseil d'administration le pouvoir :
 - d'augmenter le capital social, soit avec maintien, soit avec suppression du droit préférentiel de souscription et offre au

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

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

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

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ressources Humaines

1.	REPORTING SOCIAL DU GROUPE	70
1.1.	Répartition et évolution de l'effectif	70
1.2.	Temps de travail	74
1.3.	Rémunérations	75
1.4.	Responsabilité sociale	76
1.5.	Développement des collaborateurs	79
1.6.	Hygiène et Sécurité	80
1.7.	Relations professionnelles	82
1.8.	Relations avec les tiers	82
1.9.	Respect des conventions internationales	85

1. REPORTING SOCIAL DU GROUPE

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

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

Pour chaque indicateur social, une fiche descriptive précise la pertinence de l'indicateur, les définitions des données, la procédure à appliquer pour le recueil de l'information et les différents contrôles à effectuer lors de la saisie des données. D'autre part, des contrôles informatiques sont mis en place tout au long de la session de reporting afin de vérifier la fiabilité et la cohérence des informations saisies.

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

calculés sur un périmètre de 613 entités organisationnelles couvrant plus de 99 % de l'effectif mondial et intègrent la totalité des collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures. Ils ne couvrent pas la Maison Loro Piana consolidée uniquement en décembre 2013.

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 Responsabilité Sociale et Environnementale, conformément à l'article R. 225-105-2 du Code de commerce. Deloitte & Associés a examiné, l'ensemble du chapitre « Ressources Humaines » du présent Rapport de gestion. Leurs conclusions sont présentées dans un rapport à la suite du chapitre « LVMH et l'environnement » du Document de référence.

Le reporting social annuel est complété d'un recensement des pratiques et des actions en matière de responsabilité sociale mené auprès des principales sociétés du Groupe. Il a donné lieu à la publication en 2013 du premier rapport « Initiatives en matière de responsabilité sociale » couvrant 80 % de l'effectif mondial.

Les collaborateurs de LVMH en Chine sont comptabilisés dans les effectifs CDI (10 618 au 31 décembre 2013). Même si les contrats chinois comportent une durée légale et ne sont transformés en CDI qu'après plusieurs années, le groupe LVMH considère ces personnes comme des effectifs en CDI compte tenu de la législation sociale chinoise.

1.1. Répartition et évolution de l'effectif

1.1.1. Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2013 est de 114 635 collaborateurs, en augmentation de 8 % par rapport à 2012. Il se répartit en 103 447 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 11 188 sous contrat à durée déterminée (CDD). 20 814 salariés travaillent à temps partiel, soit environ 18 % de l'ensemble du personnel. La part des effectifs hors de France est en augmentation de 2,5 % par rapport à l'an dernier et se situe maintenant à 81 % des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen 2013 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 98 617 personnes, en augmentation de 7 % par rapport à 2012. Les principales évolutions proviennent de l'ouverture de nouveaux magasins principalement en Asie, au Moyen-Orient et en Amérique latine. Ainsi les groupes d'activités Distribution sélective et Parfums & Cosmétiques enregistrent une croissance des effectifs moyens se situant respectivement à 11 % et 8 %.

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

Répartition par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre ^[a]	2013	%	2012	%	2011	%
Vins et Spiritueux	6 921	6	6 634	7	6 372	7
Mode et Maroquinerie	32 149	28	28 504	27	27 137	28
Parfums et Cosmétiques	21 256	19	19 578	18	18 423	19
Montres et Joaillerie	7 474	7	7 729	7	7 249	7
Distribution sélective	45 277	39	42 352	40	36 905	38
Autres activités	1 558	1	1 551	1	1 473	1
Total	114 635	100	106 348	100	97 559	100

[a] Effectif total CDI et CDD.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre ^[a]	2013	%	2012	%	2011	%
France	21 728	19	21 095	21	20 456	21
Europe (hors France)	27 710	24	25 250	24	23 859	24
États-Unis	26 341	23	24 867	23	22 986	24
Japon	5 726	5	5 473	5	5 192	5
Asie (hors Japon)	26 142	23	23 846	22	20 258	21
Autres marchés	6 988	6	5 817	5	4 808	5
Total	114 635	100	106 348	100	97 559	100

[a] Effectif total CDI et CDD.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre ^[a]	2013	%	2012	%	2011	%
Cadres	19 634	17	17 851	17	16 009	16
Techniciens, responsables d'équipe	11 197	10	9 960	9	9 078	9
Employés administratifs, personnel de vente	69 688	61	65 415	62	60 070	62
Personnel de production	14 116	12	13 122	12	12 402	13
Total	114 635	100	106 348	100	97 559	100

[a] Effectif total CDI et CDD.

Âge moyen et répartition par âge

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

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Âge : moins de 25 ans	12,0	6,3	8,4	19,5	2,9	14,1	18,9
25 – 29 ans	21,9	15,3	18,8	22,0	16,1	30,8	24,1
30 – 34 ans	19,7	16,0	20,0	16,7	24,7	23,8	21,0
35 – 39 ans	14,4	14,9	17,5	10,7	25,7	11,8	14,5
40 – 44 ans	11,2	14,0	13,9	8,7	15,6	7,6	9,0
45 – 49 ans	8,5	12,5	9,8	7,3	8,3	5,7	5,7
50 – 54 ans	6,2	10,8	6,3	6,2	4,6	3,4	3,4
55 – 59 ans	4,1	8,1	3,5	4,6	1,9	1,9	2,2
60 ans et plus	2,0	2,1	1,8	4,3	0,2	0,9	1,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Âge moyen	36	40	37	36	37	33	34

Ancienneté moyenne et répartition par ancienneté

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 10 ans en France et varie de 5 à 7 ans dans les autres zones géographiques. Cette différence s'explique principalement par la prédominance, dans ces régions, des activités de distribution caractérisées par

un taux de turnover plus important. Elle s'explique également par l'implantation récente des sociétés du Groupe dans les pays en forte croissance, où l'on constate une plus grande fluidité de l'emploi.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Ancienneté : moins de 5 ans	58,4	37,3	51,6	70,7	38,8	72,7	73,4
5 – 9 ans	21,5	21,5	27,3	18,7	33,7	16,5	17,5
10 – 14 ans	9,6	16,1	11,3	6,3	18,0	5,0	4,7
15 – 19 ans	4,1	7,2	4,9	2,0	5,2	2,8	1,9
20 – 24 ans	2,7	6,3	2,4	1,1	3,1	1,6	1,0
25 – 29 ans	1,8	5,3	1,3	0,7	0,9	0,9	0,8
30 ans et plus	1,9	6,3	1,2	0,5	0,3	0,5	0,7
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ancienneté moyenne	7	10	7	5	7	5	5

1.1.2. Politique de recrutement

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

Le groupe LVMH a permis en 2013 à ses principales écoles et universités partenaires de vivre une expérience exceptionnelle en les conviant dans les coulisses de certaines de ses Maisons emblématiques, affirmant ainsi le rayonnement de son image employeur et la singularité de ses Maisons. En complément des relations écoles traditionnelles et des événements organisés sur les campus chaque année, ce fut un moment unique où les participants ont pu approcher d'un peu plus près ce qui fait la personnalité exceptionnelle de chaque Maison du Groupe. En parallèle à cette initiative Groupe, plusieurs Maisons ont lancé en 2013 leur propre campagne de communication employeur, telles Sephora et Guerlain, afin d'attirer les meilleurs candidats.

Depuis 2009, LVMH a décidé de mieux faire connaître les opportunités de carrière au sein de ce que le Groupe nomme son « écosystème ». Ceci constitue un facteur d'attraction unique dans le monde du luxe, qui permet de motiver les meilleurs candidats pour rejoindre une des Maisons du Groupe. Cette volonté de se donner les moyens de renforcer l'image de LVMH comme employeur de choix est déjà très largement reconnue en France. Ainsi les actions de l'ensemble des Maisons du Groupe ont permis à LVMH de conserver en 2013 sa place d'employeur préféré des étudiants d'école de commerce en France au classement Universum et de progresser sur les classements Europe pour figurer parmi les premiers.

Fort du rayonnement de ses Maisons, de sa croissance et de son développement à l'international, le groupe LVMH attire naturellement des talents issus de l'univers du luxe et, au-delà,

de tous les univers innovants. C'est aussi grâce à des partenariats stratégiques et exclusifs avec des grandes écoles dans le monde que le Groupe met en scène ses Maisons, ses métiers, ses carrières et permet aux meilleurs candidats d'être formés par des managers du Groupe, et d'être recrutés pour les plus talentueux. Pour exemple, la chaire du marketing du luxe à l'Essec forme chaque année une vingtaine d'étudiants et leur permet de réfléchir à des cas pratiques réels en lien avec les Maisons du Groupe. Il en est de même pour le Luxury Business Track – SDA Bocconi en Italie, qui avec Bulgari, s'adresse à des étudiants de MBA souhaitant orienter leur carrière vers le secteur du luxe. Aux États-Unis et en Asie, des conférences sur les métiers du retail sont organisées avec les plus prestigieuses MBA et Universités locales (Harvard Business School, New York University et Columbia aux États-Unis ou Fudan, Shanghai Jiaotong et Shanghai International Studies University en Asie) afin de présenter aux étudiants les carrières dans le Groupe. Enfin, dans le cadre du partenariat stratégique avec le Central Saint Martins College of Art and Design, LVMH offre des bourses d'études à des étudiants en Bachelor of Arts & Fashion.

Il existe au sein du Groupe une grande diversité de métiers, certains parfois méconnus des étudiants et jeunes diplômés. En 2013, LVMH a donc initié une série d'événements sur mesure appelés « Talent Days », sur des thématiques clés, telles que « Retail », « Ingénieurs et Création », permettant à des étudiants sélectionnés de vivre une journée exceptionnelle au cœur de « l'écosystème » LVMH. Ces journées ayant un programme adapté en fonction de la thématique de la journée : visites de boutiques, d'ateliers ou de lieux uniques comme le chantier de la Fondation Louis Vuitton, témoignages de Présidents de Maisons, d'anciens étudiants actuellement en poste dans le Groupe, échanges avec des managers et travail collectif sur des cas concrets. Au-delà de la découverte du Groupe et de ses métiers, les étudiants ont eu l'opportunité d'être en contact direct avec les recruteurs du Groupe et pour certains d'être sélectionnés pour aller plus en avant dans le processus de recrutement.

Le Code de conduite Recrutement est largement diffusé à l'ensemble des salariés exerçant une activité de recrutement dans le Groupe. Il précise l'éthique du recrutement chez LVMH et garantit la diffusion de règles équitables et partagées par tous dans le monde. Il comporte quatorze engagements qui visent en particulier à prévenir toute forme de discrimination et à promouvoir la diversité. L'éthique en matière de recrutement et le Code de conduite Recrutement sont appuyés par la formation « recruter sans discriminer ». Depuis 2011, cette formation est obligatoire pour tous les responsables Ressources Humaines effectuant des recrutements. De cette manière, le Groupe et ses Maisons veillent de manière scrupuleuse et constante au respect de leurs engagements. Un module spécifique à l'Italie est en cours de développement.

Enfin, depuis 2008, LVMH organise un contrôle continu de ses pratiques vis-à-vis de la diversité des candidats en faisant réaliser par un cabinet indépendant et reconnu des tests de discrimination de ses propres offres d'emploi publiées sur les sites Carrières du Groupe. Par ce « testing sollicité », le Groupe veille de manière scrupuleuse et constante à l'excellence de ses pratiques en matière de recrutement.

1.1.3. Mouvements : recrutements, mobilités, départs

En 2013, les recrutements ont concerné 25 669 personnes sous contrat à durée indéterminée dont 2 555 en France. Plus de 5 000 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 21 460 en 2013, dont plus de 47 % dans la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (73 %), et le licenciement individuel (14 %).

Le taux de turnover global est en augmentation par rapport à 2012 et varie sensiblement selon les zones géographiques : les taux les plus élevés se rencontrent en Amérique du Nord, en Asie et sur les Autres marchés où les marchés de l'emploi restent les plus fluides.

Turnover par zone géographique

(en %)	2013	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés	2012	2011
Turnover global ^(a)	21,4	9,7	17,3	33,2	9,8	26,7	26,3	20,1	19,1
dont : turnover volontaire ^(b)	15,8	4,4	11,8	26,4	9,2	20,8	18,9	14,8	14,3
turnover involontaire ^(c)	5,2	4,0	5,1	6,5	0,3	5,8	7,2	5,0	4,4

(a) Tous motifs.

(b) Démissions.

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

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

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	901	797	902	654	553	543
Mode et Maroquinerie	5 676	6 276	5 870	4 895	4 411	3 761
Parfums et Cosmétiques	5 457	4 912	4 559	4 020	3 805	3 504
Montres et Joaillerie	1 221	1 546	758	1 529	1 298	382
Distribution sélective	12 257	12 947	10 467	10 233	9 018	7 158
Autres activités	157	210	179	129	150	133
Total	25 669	26 688	22 735	21 460	19 235	15 481
France	2 555	2 762	2 869	2 003	1 868	1 879
Europe (hors France)	4 694	5 147	3 911	4 084	3 987	2 681
États-Unis	7 181	7 221	7 070	6 605	6 092	4 757
Japon	599	567	406	484	426	391
Asie (hors Japon)	8 079	9 169	7 124	6 656	5 768	4 915
Autres marchés	2 561	1 822	1 355	1 628	1 094	858
Total	25 669	26 688	22 735	21 460	19 235	15 481

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

Le Groupe a fait de la mobilité interne, qu'elle soit géographique ou fonctionnelle, l'un des axes structurants de sa politique Ressources Humaines. L'écosystème LVMH offre un cadre particulièrement propice au développement des carrières : la diversité des secteurs d'activités et des métiers, le nombre de marques ainsi que la présence géographique du Groupe permettent aux collaborateurs de réaliser des parcours professionnels individualisés et aux Maisons de s'enrichir de nouvelles compétences, expériences et savoir-faire. La fonction Ressources Humaines s'efforce d'accompagner les évolutions de carrière des Talents du Groupe à travers des pratiques cohérentes et des initiatives globales. Ont ainsi été mis en place un Guide de la mobilité qui présente les principes de mobilité

à l'ensemble des collaborateurs, un module de e-learning qui professionnalise la gestion de la mobilité. La coordination Ressources Humaines s'étend à de nouvelles frontières avec l'Amérique latine et l'Océanie, en plus des places fortes comme l'Europe, les États-Unis, l'Asie et le Japon. Cela complète le maillage des comités de mobilités existants.

Ainsi en 2013, plus de 2 700 managers ont bénéficié d'une mobilité interne au sein du Groupe soit près de 30 % de plus qu'en 2012. Cette dynamique est renforcée par le lancement récent d'une plate-forme interne d'offres d'emplois, nommée MOVE, hébergée sur l'Intranet du Groupe.

1.2. Temps de travail

1.2.1. Aménagement du temps de travail

Au niveau mondial 13 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 46 % travaillent en équipe ou en horaires alternants.

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

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	13	34	16	2	13	1	5
Temps partiel	19	10	19	42	2	4	26
Travail en équipe ou en horaires alternants	46	11	31	76	82	56	58

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

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

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif France	Cadres	Techniciens Responsables d'équipe	Employés administratifs Personnel de vente	Personnel de production
Horaires variables ou aménagés	34	29	52	52	1
Temps partiel	10	3	6	21	6
Travail en équipe ou en horaires alternants	11	0	9	2	39
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	10	0	14	17	12

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

1.2.2. Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 55 millions d'euros, soit en moyenne 1,5 % de la masse salariale mondiale.

Taux d'heures supplémentaires par région

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

1.2.3. Absentéisme

Le taux global d'absentéisme au sein du Groupe, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, se situe à 4,9 %. Il augmente légèrement par rapport aux années précédentes (4,7 % en 2012 et 4,8 % en 2011). Cette augmentation résulte principalement de la hausse des absences pour maternité. Le taux d'absentéisme dans les entités européennes est globalement deux fois plus élevé que celui constaté dans les autres régions géographiques.

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

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

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

1.3. Rémunérations

Les Maisons du Groupe offrent des rémunérations attractives et motivantes. Des enquêtes de salaire internationales prenant en compte la spécificité des métiers et secteurs d'activités sont réalisées annuellement et permettent ainsi de veiller en permanence au bon positionnement par rapport au marché. À travers des parts variables prenant en compte la performance individuelle et les résultats financiers de leur société d'appartenance, 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 femmes et les hommes pour une même classification professionnelle. Les études et actions menées dans les Maisons concernent principalement l'égalité professionnelle dans la rémunération et dans la répartition des niveaux d'appréciation de la performance individuelle.

Les études menées en 2013 sur la répartition des niveaux de performance individuelle montrent ainsi une distribution identique pour les femmes et pour les hommes.

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 %)	2013	2012	2011
Moins de 1 500 euros	2,3	2,8	1,3
1 501 à 2 250 euros	28,4	27,2	32,6
2 251 à 3 000 euros	21,1	23,9	22,3
Plus de 3 000 euros	48,2	46,1	43,8
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)	2013	2012	2011
Masse salariale brute – Contrats à durée déterminée ou indéterminée	3 643,3	3 471,4	2 807,6
Charges sociales patronales	1 023,1	873,0	720,4
Travail temporaire	166,6	157,7	140,0
Total frais de personnel	4 833,0	4 502,1	3 668,0

1.4. Responsabilité sociale

La conscience permanente de son environnement, l'intégrité et le respect de tous sont aux fondements de la responsabilité sociale du Groupe LVMH.

Celle-ci se décline en quatre grands axes : l'attention constante portée aux conditions de travail, la prévention contre toutes formes de discrimination, l'intégration professionnelle des personnes en situation de handicap et l'implication au bénéfice des communautés environnantes. Le Groupe affirme son ambition sur ces dimensions et multiplie les initiatives dans les régions où il est présent.

Cette politique est impulsée par le Groupe et partagée par toutes les Maisons. Elles la déclinent en fonction de leurs contextes locaux et l'appliquent à leurs propres enjeux humains et sociétaux dans le respect de leur histoire et de leur patrimoine. La coordination s'effectue ensuite au niveau du Groupe à travers des échanges constants et des réunions avec les principaux correspondants RSE (Responsabilité Sociale en Entreprise) en Maison.

Un reporting international complet, couvrant les Maisons aux effectifs les plus significatifs (80 % de la population mondiale couverte) et tous les enjeux de responsabilité sociale pertinents pour LVMH, permet de recenser chaque année l'intégralité des actions menées par celles-ci au cours des douze derniers mois. Ces actions sont la déclinaison concrète des engagements du Groupe LVMH et des Maisons. Ces engagements et ces actions, ont donné lieu à la publication en 2013 du rapport « Initiatives en matière de responsabilité sociale ».

L'engagement est très largement communiqué grâce à la newsletter

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est stable par rapport à l'année précédente et représente 6,4 % 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 2013 une charge globale de 204,3 millions d'euros, versée au titre de l'année 2012, en augmentation par rapport aux années précédentes.

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Participation	103,5	93,2	71,6
Intéressement	71,1	66,9	57,4
Abondement aux plans d'épargne	16,1	15,0	9,1
Prime de partage des profits ^(a)	13,6	12,7	NC
Total	204,3	187,8	138,1

(a) En 2011, le montant de la prime de partage des profits est inclus dans Intéressement et Participation.

RSE et au site Intranet *LVMH Mind*. Tous les nouveaux managers sont systématiquement informés de la politique RSE menée par le Groupe, de sa mise en œuvre et de leur rôle, lors des séminaires d'intégration.

Régulièrement, la générosité de LVMH et de ses Maisons trouve à s'exprimer avec solidarité et compassion à l'occasion de manifestations climatiques dramatiques. Ce fut encore le cas récemment en 2013 aux Philippines avec le soutien financier apporté par Louis Vuitton, Moët Hennessy et DFS.

Enfin, le 7 novembre 2013, LVMH a organisé son premier « Dîner des Maisons engagées » au Jardin d'acclimatation à Paris, en mobilisant une trentaine de ses Maisons et plus de 200 participants, acteurs internes et partenaires externes de la responsabilité sociale. Créé pour célébrer l'engagement humain des collaborateurs et l'implication forte de ses Maisons dans la société, le « Dîner des Maisons Engagées » a également permis de lever des fonds en faveur de la lutte contre la drépanocytose, maladie orpheline et méconnue touchant près de 50 millions de personnes dans le monde.

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. Le Groupe soutient la Déclaration universelle des droits de l'Homme, les principes directeurs de l'OCDE, les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, les objectifs de développement du millénaire, ainsi que les principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies.

Toutes ces actions sont reconnues et valent à LVMH d'être classé dans les indices Dow Jones Sustainability Index, Ethibel Sustainability Index Excellence Europe et Euronext Vigeo Eurozone 120.

1.4.1. L'égalité femme-homme

La mixité professionnelle fait partie intégrante de la culture de LVMH. Les femmes représentent les trois quarts des effectifs totaux. Cette forte présence féminine est une caractéristique essentielle du Groupe. Elle s'explique notamment par la nature même des métiers de LVMH, très féminisés dans les Parfums et Cosmétiques (83 % de femmes), la Distribution sélective (82 % de femmes) ou la Mode et Maroquinerie (71 % de femmes). À l'opposé, les hommes sont majoritaires dans les métiers des Vins et Spiritueux où ils représentent 63 % des effectifs de ce groupe d'activités.

En 2013, LVMH et 32 Maisons du Groupe ont signé les « Principes d'autonomisation des femmes » des Nations Unies, mettant ainsi en exergue l'importance accordée à l'engagement ferme d'offrir aux effectifs féminins aussi bien que masculins la possibilité réelle de déployer leur potentiel.

Les sept Principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies portent notamment sur l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes ainsi que l'engagement en faveur de l'égalité au plus haut niveau de l'entreprise.

Cet engagement public confirme l'objectif du Groupe consistant à développer la présence des femmes dans les Comités de Direction pour atteindre 40 % en 2015 (pour 37 % en 2013 et 26 % en 2010). Le Groupe confirme ainsi son ambition de développer des équipes diversifiées reflétant ses réalités économiques et humaines. Six sociétés du Groupe ont à leur tête une Présidente : Krug, Fred, Loewe, Emilio Pucci, Acqua di Parma et Miami Cruiseline.

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

[% de femmes]	Recrutements			Effectifs Groupe		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	42	44	47	37	37	36
Mode et Maroquinerie	67	68	68	71	72	72
Parfums et Cosmétiques	84	84	85	83	83	84
Montres et Joaillerie	61	62	57	60	62	56
Distribution sélective	82	81	82	82	81	81
Autres activités	55	57	57	47	47	46
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	62	63	64	62	62	62
Techniciens/Responsables d'équipe	73	70	73	69	69	68
Employés administratifs/Personnel de vente	81	81	81	81	81	81
Personnel de production	44	47	55	61	61	63
Répartition par zone géographique						
France	73	73	74	69	69	69
Europe (hors France)	78	78	76	75	74	75
États-Unis	79	77	80	77	77	77
Japon	75	74	79	75	75	78
Asie (hors Japon)	75	75	75	75	75	75
Autres marchés	76	74	74	67	66	66
Groupe LVMH	77	76	77	74	74	74

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

À travers son programme EllesVMH, le Groupe vise à faciliter l'accès des femmes aux postes à responsabilités : accès aux formations managériales, exigence de diversité dans les successions aux postes-clés et une offre d'accompagnement professionnel spécifique pour les talents féminins par le biais du mentoring, ainsi que la création de réseaux de femmes à travers le Groupe, dans les cinq plus grands pays où il est présent. En 2013, un programme de coaching pour les futures dirigeantes a été lancé avec succès.

Innovant et puissant « EllesVMH Coaching » propose une approche innovante du coaching de femmes Hauts Potentiels afin de les aider à gérer leur carrière. Des femmes venant d'Asie,

d'Europe et des États-Unis ont été coachées individuellement par quatre experts externes sur quatre obstacles de gestion de carrière auxquels elles peuvent faire face : conciliation vie professionnelle/vie personnelle, expression de l'ambition, marketing de soi, double carrière à l'international dans un couple. Cette initiative a aussi été une superbe opportunité pour construire un réseau multiculturel de femmes.

Dans le domaine de la communication en ligne, la communauté Intranet « EllesVMH » est d'ores et déjà l'une des plus larges communautés internes, avec plus de 800 membres à travers le monde, hommes et femmes, une vraie plate-forme d'échange d'informations et de bonnes pratiques.

Le Groupe veille de manière continue à prendre en compte l'égalité entre les sexes et ce, dès le recrutement et tout au long de la carrière des collaborateurs. En 2013, en France, toutes les Maisons du Groupe ont conclu des accords d'entreprises ou établi des plans d'action en matière d'égalité entre les sexes, mettant en œuvre notamment des dispositions sur les conditions de travail, les évolutions de carrière et l'amélioration de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle.

En 2013, LVMH s'est associé à l'enquête nationale sur les relations entre les femmes et les hommes au travail, menée par le conseil supérieur à l'égalité professionnelle à la demande du ministère des Droits des femmes. Les résultats observés pour les Maisons du Groupe y dénotent une meilleure culture de la mixité que dans l'échantillon national de référence. Les femmes peuvent mieux y exprimer leur potentiel et leur talent, elles y sont moins entravées par des stéréotypes de genre ou autres pratiques sexistes. Ces bons résultats confirment la qualité de la démarche engagée par LVMH. Le Groupe poursuivra ses efforts dans les années à venir.

1.4.2. La politique en faveur des seniors

L'importance de la préservation des savoir-faire dans les différents métiers du Groupe place la question de leur transmission au cœur de la politique en faveur des seniors. Détenteurs de compétences artisanales et de savoir-faire précieux développés tout au long de leur carrière, les salariés seniors sont sollicités et valorisés à travers des actions de tutorat. Des sociétés comme Moët & Chandon, Berluti, Céline, Parfums Christian Dior ou encore LVMH Fragrance Brands développent ces dispositifs afin de veiller à la transmission de leurs savoir-faire uniques. Louis Vuitton fait appel à des salariés volontaires de plus de 55 ans pour animer les cours de son école des savoir-faire maroquiniers. Autre exemple, Guerlain propose à ses salariés seniors des interventions dans des écoles formant à ses métiers.

L'accès à l'emploi et le maintien dans l'emploi des salariés seniors constituent donc des préoccupations constantes du Groupe. Sous l'impulsion de la DRH Corporate, les Maisons s'attachent à mettre en œuvre une approche globale de gestion et de développement des collaborateurs seniors. Les sociétés du Groupe ont pu décliner cette politique en fonction de leurs caractéristiques propres, identifiées suite à la réalisation de diagnostics.

En France, 22 Maisons ont pris des engagements quant à la gestion de leurs collaborateurs seniors, par la voie d'accord ou de plan d'actions seniors et ce afin de favoriser le recrutement, l'emploi et le développement de carrière des salariés âgés de plus de 50 ans. Toutes les sociétés françaises du Groupe, quelle que soit leur taille ont négocié ou mis en place un dispositif de « contrat de génération » dans le triple objectif de développer l'accès durable des jeunes à l'emploi, le maintien de l'emploi des seniors et enfin la transmission des savoirs et de l'expérience entre les générations.

Des efforts sont portés sur l'ergonomie des postes de travail, la prévention de la pénibilité et plus largement les conditions de travail des plus de 55 ans, en particulier pour les postes les plus exposés dans les ateliers et les sites de production.

Ces démarches sont menées en collaboration étroite avec la Médecine du travail. Les efforts portés sur les postes de travail se conjuguent à la mise en place d'un suivi médical renforcé aux salariés de plus de 55 ans.

Des responsables Ressources Humaines dans toutes les Maisons ont été formés au pilotage d'entretien de mi-carrière, selon un programme établi par la DRH Corporate. Ces entretiens se déploient dans les Maisons (Moët & Chandon, Hennessy, Berluti, Parfums Christian Dior, Le Bon Marché...) afin de mieux gérer les carrières des seniors et de proposer systématiquement aux collaborateurs de plus de 50 ans un bilan professionnel adapté.

Des aménagements du temps de travail peuvent être ensuite proposés aux collaborateurs en fin de carrière (Hennessy, Louis Vuitton, Parfums Christian Dior, LVMH Fragrance Brands, Hublot...), ainsi que des réunions d'information sur la retraite (notamment par Le Bon Marché, Parfums Christian Dior, Hennessy ou encore Louis Vuitton).

Les engagements pris par les Maisons concernent aussi les recrutements et la formation des seniors. Une attention particulière est portée par les équipes Ressources Humaines sur cette population afin qu'elle soit équitablement et durablement représentée dans ces deux processus.

Dans le monde, 12,3 % des collaborateurs du groupe LVMH ont plus de 50 ans. Cette population représente 21 % de l'effectif en France.

1.4.3. L'emploi des personnes handicapées

Le soutien à l'insertion professionnelle et à l'emploi des personnes en situation de handicap est au fondement de la démarche de responsabilité sociale de LVMH. La place donnée au handicap agit comme révélateur des valeurs portées par la RSE Groupe, respect de la singularité de chacun, même exigence appliquée à tous et mise à disposition des moyens pour y répondre.

L'engagement du Groupe s'incarne dans la Mission Handicap LVMH, qui rassemble un réseau de 30 correspondants handicap en Maisons et pilote la démarche Groupe. En 2011-2012, elle a bénéficié du soutien et de la confiance de l'AGEFIPH, partenaire de référence sur le sujet de l'emploi des personnes en situation de handicap en France. Ce partenariat actif a permis de porter à fin 2013 le taux d'emploi de personnes en situation de handicap en France à 4,1 % en normes officielles.

La mobilisation pour l'emploi et la formation des personnes en situation de handicap dépasse très largement les frontières françaises. Au Japon, les Maisons montrent par exemple une sensibilité toute particulière à cette question, telles que Louis Vuitton ou encore Bulgari et Loewe qui y déploient leurs efforts pour recruter.

L'emploi des personnes en situation de handicap passe au préalable par la formation. LVMH préside l'association ARPEJEH (Accompagner la Réalisation des Projets d'Études de Jeunes Elèves et Etudiants Handicapés), structure rassemblant une soixantaine d'entreprises autour de la formation des plus jeunes handicapés. À Londres, Donna Karan a profité des liens tissés

avec le Down's Syndrome Association (DSA) depuis 2012 pour donner la possibilité à un jeune suivi par l'association de rejoindre ses équipes pour découvrir ses métiers. En Italie, Bulgari coopère avec l'Association Italienne pour le Syndrome de Down (AIPD) notamment par la réalisation d'un calendrier 2014 conçu en partenariat et promu par Bulgari au profit de l'AIPD.

LVMH favorise le recours au secteur protégé et adapté. Ce secteur permet à une personne connaissant une situation de handicap lourd, définitive ou passagère, d'exercer une activité dans un

milieu adapté à sa situation. À la suite du salon « Handicap et Achats Responsables » organisé en 2012 par LVMH, les Maisons ont travaillé en profondeur sur leurs politiques d'achats pour développer plus étroitement leurs relations avec des établissements du secteur, telles que Louis Vuitton, Bulgari, Guerlain ou encore Parfums Christian Dior. Les prestations sous-traitées au secteur protégé et adapté ont représenté un montant de plus de 6 millions d'euros en 2013, soit l'équivalent de plus de 150 emplois indirects.

1.5. Développement des collaborateurs

Pilotée par la fonction Ressources Humaines en association étroite avec les responsables opérationnels, la revue annuelle des organisations et des talents constitue l'axe central de la politique des Ressources Humaines du Groupe. Elle se nourrit des enjeux d'affaires identifiés dans les Plans Stratégiques de chacune des Maisons et met en évidence leurs implications en termes de Ressources Humaines. Cette revue se penche de manière anticipatrice sur les postes les plus critiques et les plans de successions associés. Elle assure également l'identification et l'évolution des talents au sein du Groupe par des opportunités de carrière à court et moyen terme et la construction de plans de développement individuels pour préparer les collaborateurs à leurs responsabilités futures. Il se confirme ainsi que le vivier des « *senior executives* » est stable et fidèle, et de plus en plus international avec une majorité des postes-clés occupés par des managers non-français. En outre, l'organisation établit sa capacité à faire émerger des talents au sein du Groupe, avec plus de deux postes-clés sur trois pourvus par des promotions internes. Cette politique a également conduit à renforcer la pratique de l'entretien de carrière en adoptant une approche complémentaire à celle des évaluations annuelles et davantage centrée sur le développement personnel des collaborateurs. À cette revue globale s'ajoutent des revues fonctionnelles portant sur des fonctions considérées comme transversales pour l'organisation, au premier rang desquelles la Finance, les Ressources Humaines, la Supply-Chain, le Retail et le Digital.

LVMH favorise également la mobilité d'une catégorie professionnelle à une autre en incitant ses collaborateurs à acquérir de nouvelles compétences notamment à travers des formations qualifiantes ou diplômantes. Plus de 6 700 collaborateurs ont été promus en 2013, soit 6,5 % de l'effectif CDI.

Afin de développer la passion et l'excellence des marques, les Maisons et le Groupe proposent de nombreuses opportunités de formations et d'apprentissage à tous les collaborateurs. Les principaux objectifs sont de permettre aux salariés du Groupe de développer leurs qualifications, leur employabilité et d'améliorer continuellement l'expérience du luxe qui est proposée aux clients, mais également de renforcer les « savoir-faire » et l'excellence des Maisons. Ainsi Louis Vuitton, Berluti et Loewe ont développé leurs écoles internes afin de renforcer l'expertise des maroquiniers tout au long de leurs carrières. Plusieurs Maisons ont mis en place d'ambitieux programmes pour développer les compétences des équipes retail, leur permettant d'acquérir une expertise reconnue du luxe et également de participer à leur développement personnel, ainsi

que d'offrir des perspectives de carrière. Sephora avec un programme de développement sur 5 ans pour les conseillères beauté, Parfums Christian Dior avec une ambitieuse campagne de formation aux soins ou encore DFS primé par la réputée Hong Kong Management Association pour son école « Beauté et Fragrances » en sont des exemples.

De telles initiatives des Maisons sont complétées par les actions de formation au niveau du Groupe LVMH. Ainsi tous les ans, LVMH renforce son offre de formation. En 2013, plus de 3 300 cadres ont eu l'opportunité de participer à l'un des programmes transversaux organisé par le Groupe. Ces initiatives permettent de se développer et de partager avec des managers d'autres Maisons du Groupe venant d'environnements économiques avec des enjeux et des perspectives différents. En Chine, la LVMH Retail Academie a proposé des formations pour développer les compétences de recrutement et le partage des best practices dans le domaine du retail. Cette année, avec le support des directions fonctionnelles du Groupe, les fonctions Systèmes d'Information et Ressources Humaines ont également lancé leurs « Académies » de formation. Celles-ci proposent un parcours d'apprentissage au travers de nombreux modules spécialisés à des managers afin de répondre à des enjeux considérés comme stratégiques relevant des plus hauts standards de performance. De telles académies sont une formidable opportunité de rassembler des leaders d'une fonction venant de contextes différents pour travailler ensemble et surtout pour les préparer à tenir des postes de dirigeants de la fonction dans le futur.

En 2013, plus de 300 dirigeants se sont investis dans des forums de la LVMH House qui offre l'opportunité à des membres de Direction générale de Maisons de partager les meilleures pratiques de l'industrie du luxe. Après plus de 12 ans d'activité, la LVMH House est reconnue par les dirigeants de l'industrie du luxe comme une référence.

De nouveaux programmes ont été lancés cette année afin de faire progresser les futurs leaders du Groupe dans des environnements de plus en plus internationaux et diversifiés. L'objectif de ces programmes est d'aider les talents clés à développer un leadership authentique en harmonie avec leurs valeurs personnelles. LVMH RISE (Results In Social Entrepreneurship) en est un exemple. Le principal objectif étant d'apporter un support à un entrepreneur social externe au Groupe sur une période de 6 à 9 mois. En proposant leur expertise dans les domaines de la finance, du retail, du marketing,

les participants LVMH permettent aux entrepreneurs sociaux d'avoir un accès à un réseau professionnel et à des compétences spécifiques de haut niveau. Les tandems ainsi constitués ont abouti à des résultats concrets. Cette expérience affirme la sensibilité sociale des futurs leaders du Groupe et challenge leur capacité à travailler dans des contextes organisationnels différents.

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 :

	2013	2012	2011
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	92,5	88,1	69,8
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	2,5	2,5	2,5
Nombre moyen de jours de formation par salarié	2,3	2,3	2,5
Coût moyen de la formation par salarié <i>(en euros)</i>	820	819	761
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	63,1	60,4	65,0

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

L'investissement formation réalisé en 2013 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 92,5 millions d'euros, soit 2,5 % de la masse salariale.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein se situe à environ 820 euros. Au cours de l'année 2013, le nombre total de jours de formation s'élève à plus

de 259 000 jours, soit un équivalent d'environ 1 126 personnes en formation à temps complet sur toute l'année.

63,1 % des salariés ont eu accès à la formation en 2013 et le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 2,3 jours.

L'investissement formation est réparti entre les catégories professionnelles et les zones géographiques selon le tableau ci-dessous :

	France	Europe <i>(hors France)</i>	USA	Japon	Asie <i>(hors Japon)</i>	Autres marchés
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	29,7	14,8	19,8	6,3	17,4	4,5
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	3,2	1,7	2,5	2,7	2,6	2,9
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	65,8	63,7	49,9	77,5	66,8	67,5
Dont : Cadres	66,8	72,4	53,9	71,4	73,6	68,2
Techniciens et Responsables d'équipe	77,7	70,0	39,4	71,3	62,5	66,8
Employés administratifs et Personnel de vente	53,6	62,7	49,3	80,9	65,7	66,4
Personnel de production	70,7	55,7	48,8	23,5	70,4	83,4

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

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

et à la connaissance de ses marques. Plus de 26 700 salariés ont bénéficié de tels séminaires en 2013.

1.6. Hygiène et Sécurité

En 2013, il a été dénombré 941 accidents de travail avec arrêt qui se sont traduits par 23 677 journées de travail perdues. Le taux de fréquence est en amélioration constante depuis

plusieurs années et le taux de gravité est stable. 426 accidents de trajet ont également été recensés, occasionnant 8 047 journées de travail perdues.

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

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence ^(a)	Taux de gravité ^(b)
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	137	9,27	0,18
Mode et Maroquinerie	169	3,04	0,07
Parfums et Cosmétiques	114	2,80	0,08
Montres et Joaillerie	49	3,26	0,06
Distribution sélective	457	5,97	0,16
Autres activités	15	4,54	0,13
Répartition par zone géographique			
France	450	13,85	0,33
Europe (hors France)	186	3,77	0,05
États-Unis	97	2,41	0,15
Japon	2	0,18	0,00
Asie (hors Japon)	161	3,19	0,06
Autres marchés	45	3,65	0,08
Groupe LVMH			
2013	941	4,80	0,12
2012	1 024	5,46	0,12
2011	885	5,59	0,12

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

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

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

Plus de 20,6 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en 2013. 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 plus de 68,2 millions d'euros soit 1,9 % de la masse salariale brute au niveau mondial. 33 480 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe dans le monde.

La motivation et les compétences des collaborateurs sont au cœur de l'excellence des produits et services proposés par les Maisons du Groupe. Les conditions de travail doivent leur permettre de les exprimer au mieux et de s'épanouir dans la réalisation de leurs missions. C'est donc au plus près de leurs besoins que se déploie l'engagement du Groupe en matière de conditions de travail.

Ainsi, des diagnostics santé, sécurité et ergonomie sont régulièrement réalisés dans les sites de production, les ateliers et les vignobles mais aussi de plus en plus fréquemment dans les magasins et les sièges, donnant lieu à des plans d'actions structurés. Parfums Christian Dior, par exemple, déploie une démarche d'amélioration de l'ergonomie des postes pour les populations du siège, les populations itinérantes et les personnels

des points de vente, en liaison avec les représentants du personnel. Chez Glenmorangie, en Ecosse, la démarche « zéro accident » continue à être l'élément clé qui structure toute la culture de santé et sécurité de la Maison. Chez Guerlain, de nombreuses actions relatives à l'ergonomie ont été mises en place sur les sites de production comme en boutiques. Louis Vuitton déploie progressivement une démarche de santé complète alliant politique de santé, organisation du travail, environnement physique de travail et plan de formation pour ses ateliers de fabrication et ses entrepôts logistiques.

Au niveau du Groupe, un benchmark régulier des dispositifs de prévoyance et de frais de santé est présenté aux partenaires sociaux du Comité de Groupe de manière à définir un socle commun de protection pour les salariés. Les Maisons déploient des programmes ambitieux, tels que celui de Loewe en Asie Pacifique qui offre à chaque employé une assurance santé et dentaire gratuite, ou Sephora en Chine qui propose un bilan de santé annuel à tous ses salariés.

L'équilibre vie professionnelle – vie privée est l'une des autres composantes essentielles à la qualité de vie au travail et sur laquelle s'appuie les Maisons du Groupe. Les dispositifs de conciergerie d'entreprise ou de mise à disposition de place en crèche se répandent dans le Groupe. Parfums Christian Dior a initié la première journée dédiée à la qualité de vie au travail, Berluti a renforcé son dispositif de conciergerie dans son siège parisien, Louis Vuitton au Moyen-Orient accroît volontairement la durée du congé maternité, le faisant passer de 9 à 12 semaines.

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 2013, les représentants du personnel ont participé à 1 632 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'entreprise	529
Délégués du personnel	519
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	307
Autres	277
Total	1 632

Ces réunions ont notamment permis la signature de 121 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/avenants relatifs à l'emploi des personnes handicapées, à l'égalité professionnelle entre les

femmes et les hommes, à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, au dialogue social, à la prévention des risques psychosociaux et au contrat de génération ont été signés dans des sociétés du Groupe.

Afin d'accompagner l'investissement majeur d'un montant de 150 millions d'euros dans un site de logistique et de stockage dans la région d'Epernay (France), la direction de Moët & Chandon – Ruinart a signé avec l'ensemble des organisations syndicales un important accord sur l'emploi incluant la formation d'adaptation des personnels aux évolutions de métier et aux nouvelles technologies, ainsi qu'un programme de recrutement programmé jusqu'en 2020.

1.7.2. Œuvres sociales et prestations complémentaires

En 2013, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 19,4 millions d'euros, soit 2,1 % 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 19,7 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 environnementaux, 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, toutes les Maisons de Moët Hennessy signent un engagement éthique avec leurs sous-traitants, véritable cahier des charges qui concerne entre autres le respect de l'environnement et le respect des droits fondamentaux du travail ; chaque année des audits sont effectués auprès des fournisseurs afin de minimiser les risques les plus significatifs. 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 d'audits sociaux basée sur le

respect des réglementations locales et des standards définis par la Norme SA 8000 qui se base sur les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) : non-travail des enfants, conditions de travail, Hygiène et Sécurité, représentation et droit à la négociation collective, non-discrimination, pratiques disciplinaires, temps de travail et rémunération. À ce volet social s'ajoute un volet environnemental visant à mesurer et prévenir les différents impacts sur l'environnement.

Pour mener à bien un audit social Louis Vuitton s'appuie sur des sociétés internationales spécialistes des audits sociaux et environnementaux. Les acheteurs Louis Vuitton reçoivent une formation théorique présentant la démarche et les critères d'évaluation afin de pouvoir accompagner au mieux les fournisseurs dans la démarche d'amélioration continue sur ces sujets. Les Maisons Marc Jacobs et Donna Karan ont chacune un « vendor compliance program ». Leurs programmes comprennent le recours à des cabinets d'audit indépendants afin de procéder à l'évaluation des fournisseurs et soutenir leurs efforts de remédiations. En 2013, Marc Jacobs et Donna Karan ont organisé ensemble un « vendor training » en Chine, dispensé par un tiers spécialisé. La formation a été suivie par environ 200 participants et couvrait les thématiques sociales et environnementales ainsi que le respect des substances restreintes. TAG Heuer et Loewe demandent à tous leurs nouveaux fournisseurs un engagement écrit sur le respect des engagements de responsabilité sociale définis dans la norme SA 8000. Il en est de même pour les sociétés Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy et Guerlain qui ont mis en place des cahiers des charges comportant la conformité aux dispositions de cette norme.

En 2013, 750 audits sociaux et/ou environnementaux ont été réalisés, dont près de 80 % par des tiers spécialisés, chez 624 de nos fournisseurs. 540 audits ont porté sur des critères exclusivement sociaux. Plus d'un tiers des résultats d'audits ont été en ligne avec les exigences du Groupe et 40 % 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 19 % et 3 %. Les raisons de non-conformité de ces audits portaient principalement sur deux indicateurs : Hygiène & Sécurité et Heures de Travail. Au total, 208 plans d'actions correctives ont été mis en place chez nos fournisseurs dont les résultats d'audits identifiaient des pistes d'amélioration.

Les différentes Maisons du Groupe mettent en place des outils et des moyens permettant de mieux identifier leurs fournisseurs et prévenir des risques, quels qu'ils soient. Pour la branche Parfums & Cosmétique, 95 % des fournisseurs situés dans les zones géographiques qu'elle considère à risque d'un point de vue social ont été audités et ont obtenu des résultats encourageants.

Les fournisseurs et les audits se répartissent ainsi, par région :

	Europe	Asie	Amérique du Nord	Autres ^(b)
Répartition des fournisseurs (en %)	64	23	11	2
Répartition des audits ^(a) (en %)	33	55	5	7

(a) Dont 7 % au titre des pré-audits, 43 % au titre des premiers audits, et 50 % au titre des ré-audits.

(b) Incluant la zone Afrique.

Périmètre : Vins & Spiritueux, Louis Vuitton, Berluti, Donna Karan, Fendi, Givenchy Couture, Kenzo, Loewe, Marc Jacobs, Céline, Thomas Pink, Bulgari, Chaumet, Dior Montres, Fred, Hublot, TAG Heuer, Zenith, De Beers, Parfums & Cosmétiques, DFS, Sephora.

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 magasin en propre.

Les licenciements pour motif non inhérent à la personne, y compris les licenciements pour raison économique, représentent 3,7 % 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. Elles ont développé des politiques de relation et de communication avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines de la culture, 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 en faveur de l'emploi local.

Le recours aux pré-audits (57 réalisés en 2013) a également permis de mieux identifier en amont les pratiques des fournisseurs et, le cas échéant, de décider de ne pas collaborer avec ces derniers. Dans ce sens, Louis Vuitton a mis en place des audits systématiques pour tout nouveau fournisseur localisé dans une zone considérée à risque.

Le recours aux pré-audits montre aussi que les Maisons ont un suivi régulier de leurs fournisseurs et les accompagnent dans leurs démarches d'améliorations.

D'autre part, quand cela était nécessaire, certaines Maisons du Groupe ont été amenées à mettre fin à leur collaboration avec des fournisseurs dont les résultats d'audits faisaient apparaître des cas de non-conformité majeure avec notre Code de conduite.

Portées par une volonté d'amélioration continue, les Maisons du Groupe vont poursuivre en 2014 leurs plans d'audit des fournisseurs ainsi que le suivi des plans d'actions.

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-après, avec des associations ou des ONG afin d'accompagner l'insertion sociale et professionnelle des plus démunis.

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

Dans le monde, des sociétés du Groupe se mobilisent pour faciliter l'accès à l'éducation pour les plus jeunes dans les territoires défavorisés ou frappés par des catastrophes naturelles. À travers l'opération « Hand in Hand for Haïti » mise en place après le séisme de janvier 2010, DFS participe à la vie d'un complexe scolaire pour les enfants les plus démunis de la région de Saint-Marc. Bulgari soutient l'éducation des plus jeunes avec « Save The Children » en Italie. Louis Vuitton a initié un partenariat très étroit et global avec SOS Villages d'Enfants, en mobilisant au profit de l'organisme toute son énergie et celle de ses équipes dans les pays où la marque est présente. Une illustration en est la construction en Inde, par Louis Vuitton, du centre de formation de Bhuvaneshwar, dédié à 150 enfants. Sephora soutient « Toutes à l'école » pour la scolarisation des petites filles au Cambodge, par la vente d'une peluche dans son réseau dont les bénéfices sont reversés à l'association.

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

Le Groupe développe des moyens et des partenariats pour soutenir l'accès à l'emploi des plus défavorisés. En France, de nombreuses actions en faveur de l'insertion professionnelle sont entreprises afin de permettre à tout collaborateur de devenir acteur de l'engagement sociétal du Groupe. Dans le cadre du partenariat avec l'association « Nos Quartiers ont des Talents », une centaine de cadres expérimentés ont parrainé plus de 100 jeunes diplômés issus de quartiers défavorisés. Depuis 2007, 224 jeunes ont trouvé un emploi après avoir été parrainé, par un collaborateur du Groupe LVMH. En association avec des communes situées dans des territoires défavorisés, des présentations des métiers de l'entreprise sont menées à destination des collégiens de ces villes, participant ainsi à l'orientation des jeunes, condition d'une insertion professionnelle réussie.

Depuis 2010, le groupe LVMH a noué un partenariat avec la ville de Montfermeil, ville cosmopolite et volontariste située en banlieue parisienne. Porté par une ambition commune d'excellence, ce partenariat contribue à faciliter la promotion sociale des jeunes issus de quartiers défavorisés, au travers de l'accueil de stagiaires et de seniors. Dans ce cadre, la ville bénéficie de l'appui du Groupe pour faire connaître la richesse de ses cultures et le talent de ses habitants qui s'expriment lors du défilé « Cultures et création ». LVMH y décerne un trophée « Jeune Talent » donnant ainsi la possibilité à des jeunes passionnés mais éloignés de l'univers de la mode de le rejoindre. La lauréate 2013 du trophée « Jeune talent » du défilé a pu exposer ses créations au Green Showroom qui se déroule pendant la Fashion Week à Berlin, puis intégrer l'école de la chambre syndicale de la couture parisienne dans le cadre d'un contrat en apprentissage chez Kenzo. Toute une palette d'actions est déployée au profit des jeunes : stages « découverte de l'entreprise » offerts à 50 collégiens de la ville, visites des Maisons du Groupe, préparation des élèves du lycée professionnel, soutien dans la recherche d'emploi.

Dans le même esprit, Parfums Christian Dior est à l'origine du premier forum emploi « 2 000 emplois, 2 000 sourires ». Organisé sur le territoire de la Cosmetic Valley, ce forum vise la mise en relation directe entre des chercheurs d'emploi et les recruteurs des entreprises du territoire. 80 entreprises se sont mobilisées avec 3 000 offres d'emploi et des coachings pour l'entretien de recrutement animés par Sephora. Plus de 6 000 personnes se sont présentées dont 74 % avaient entre 18 et 25 ans.

Toujours avec l'objectif de favoriser l'accès à l'entreprise sur le seul critère de la compétence et de l'engagement, LVMH adhère et participe au « Réseau national des entreprises pour l'égalité des chances dans l'Éducation ». Cette association favorise les interventions d'entreprises dans des établissements situés en zones sensibles et accueille des stagiaires issus de leurs écoles et collèges.

Afin de favoriser l'intégration et l'insertion des jeunes par les études quel que soit leur milieu ou leur origine, LVMH soutient l'opération « Conventions d'éducation prioritaires » de l'Institut d'Études Politiques (Sciences Po) en accordant des bourses d'études et en permettant à des jeunes issus de cette filière d'être parrainés par des managers. De même, Hennessy finance des bourses d'études pour les étudiants afro-américains aux États-Unis.

Enfin, signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe a fortement développé l'apprentissage qui permet à des jeunes d'accéder plus facilement aux diplômes. Au 31 décembre 2013, on dénombrait plus de 870 jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dans l'ensemble des sociétés françaises.

1.8.4. Mécénat

Le mécénat de LVMH s'exerce en faveur du patrimoine artistique en France et dans le monde : réhabilitation de monuments historiques, enrichissement des collections de grands musées, contribution à de grandes expositions nationales, engagement pour la création auprès d'artistes emblématiques de l'époque actuelle. Ainsi, en 2013, LVMH a soutenu diverses manifestations culturelles, parmi lesquelles l'exposition « ON/OFF » présentée en Chine, au sein de l'Ullens Center for Contemporary Art, ou la « Nuit blanche », à Paris. LVMH soutient également des initiatives marquantes pour la préservation du patrimoine artistique français, en partenariat notamment avec le Château de Versailles et la Fondation Dubuffet. Enfin, le chantier de construction de la Fondation Louis Vuitton, au Jardin d'Acclimatation, a abordé en 2013 la phase essentielle de son achèvement, pour ouvrir ses portes à l'automne 2014.

LVMH s'est également engagé depuis de longues années dans le domaine de l'éducation et de la jeunesse, avec, entre autres actions, la poursuite du prêt de Stradivarius de la collection LVMH à de jeunes virtuoses, de l'opération « 1000 places pour les jeunes », qui permet depuis plus de 15 ans aux jeunes musiciens des conservatoires de la Ville de Paris d'assister aux plus grands concerts de la saison parisienne, et du soutien apporté à l'International Music Academy fondée en Suisse par le chef d'orchestre Seiji Ozawa.

Enfin, LVMH soutient de nombreuses institutions reconnues pour leur action en faveur de l'enfance, comme la Fondation des Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France, la fondation « Save the Children au Japon », la « Robin Hood Foundation » à New York... LVMH est également présente auprès de scientifiques conduisant des recherches de pointe liées à la santé publique, telles les équipes de l'Institut Pasteur à Paris, de l'American Foundation for AIDS Research, ou de la Parkinson's Disease Foundation – New York.

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.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

LVMH et l'environnement

1.	POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT	88
1.1.	L'organisation et les démarches d'évaluation ou de certification	88
1.2.	La formation	89
1.3.	Prévention des risques environnementaux et des pollutions	89
1.4.	Le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement	90
2.	POLLUTION ET GESTION DES DÉCHETS	90
2.1.	La prévention et la réduction des rejets dans l'air, l'eau et le sol	90
2.2.	La prévention de la production, le recyclage et l'élimination des déchets	91
2.3.	La prise en compte des nuisances sonores et autre forme de pollution	91
3.	UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES	92
3.1.	La consommation d'eau et l'approvisionnement en fonction des contraintes locales	92
3.2.	La consommation de matières premières	93
3.3.	La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	94
3.4.	L'utilisation des sols	95
4.	LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET ADAPTATION	95
4.1.	Réduction des émissions de gaz à effet de serre	95
4.2.	Adaptation au changement climatique	96
5.	PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ	97
5.1.	Les mesures prises pour préserver la biodiversité	97
6.	SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS	97

Conformément au décret n° 2002-221 du 20 février 2002, dit « décret NRE » et au décret n° 2012-557 du 24 avril 2012 relatif aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale, sont indiquées dans les paragraphes suivants la nature et l'importance des seuls impacts pertinents et significatifs au regard de l'activité. Les informations environnementales contenues dans le présent rapport ont fait l'objet de travaux de vérification par un vérificateur indépendant conformément à l'article 225 de la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010. Une analyse a été menée par la Direction de l'Environnement pour sélectionner les informations publiées ainsi que les indicateurs significatifs au regard des activités du Groupe faisant l'objet, à la demande de LVMH, d'un audit visant à délivrer un niveau d'assurance supérieur au niveau exigé par la loi (« assurance raisonnable ») par ce même vérificateur indépendant. Ses conclusions sont présentées après la partie « LVMH et l'environnement » du Document de référence.

Le protocole de reporting environnemental est mis à disposition sur demande à l'adresse suivante : environnement@lvmh.fr.

Davantage d'informations et d'illustrations sont disponibles dans le Rapport Environnement LVMH 2013.

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2013 le périmètre suivant :

Sites de production, entrepôts et sites administratifs (en nombre)	2013
Sites couverts	213
Sites non couverts	26 ^(a)
Nombre total de sites	239

(a) Dont principalement : La Tannerie de La Comète (Belgique), l'atelier De Beers ainsi que les sites administratifs de Benefit, Fresh, Pucci, Acqua di Parma, Marc Jacobs, De Beers et Donna Karan.

Les sites industriels, logistiques et administratifs non couverts par le reporting environnemental le sont essentiellement pour des raisons opérationnelles et sont peu significatifs. Un plan d'intégration à 5 ans est mis en œuvre.

Surfaces de vente incluses dans le périmètre, par indicateur	Consommation d'énergie, émissions de gaz à effet de serre		Consommation d'eau	
	2013 ^(b)	2012	2013 ^(c)	2012
Total Groupe (en pourcentage des surfaces de vente totales ^(a))	53	46	19	24
Dont principalement : (en pourcentage des surfaces de vente de la Maison ^(a))				
- DFS	64	70	42	53
- Louis Vuitton	51	43	15	10
- Sephora Americas	61	57	21	53
- Sephora Europe	74	45	11	10

(a) Le périmètre de reporting n'inclut pas les magasins exploités en franchise par les activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques ainsi que Montres et Joaillerie.

(b) Sont également inclus tous les magasins français de Berluti, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Le Bon Marché, Make Up For Ever et certains magasins de Bulgari, Céline, Chaumet, De Beers, Fendi, Loewe, Marc Jacobs et Thomas Pink.

(c) Sont également inclus certains magasins Berluti, Bulgari, De Beers, Fendi, Kenzo et Guerlain.

Pour la production de déchets seuls les magasins DFS, Le Bon Marché et certains magasins Louis Vuitton sont pris en compte dans le périmètre. Pour un magasin DFS, les données 2012 ont été reconduites. Les indicateurs environnementaux des magasins non pris en compte sont déterminés par extrapolation ; ces

estimations sont exclues des tableaux chiffrés et sont présentées en commentaire. Le Groupe compte plus de 3 200 magasins et certaines données environnementales sont difficiles d'accès pour les magasins de petite surface. Toutefois, le Groupe se fixe un objectif d'intégration progressive.

1. POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

1.1. L'organisation et les démarches d'évaluation ou de certification

Il existe une Direction de l'Environnement au sein du Groupe 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. Elle est présentée de manière plus détaillée dans le Rapport Environnement. En 2003, Bernard Arnault a

adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies, il a également ratifié en 2007 les Objectifs du Millénaire de Gordon Brown. En 2013, le Groupe est sélectionné dans les principaux indices basés sur les critères de l'investissement responsable : Dow Jones Sustainability Index (World et Europe), FTSE4Good Global 100, Euronext Vigeo Eurozone 120, ESI (Ethibel Sustainability Indices) Europe. LVMH répond également depuis leur création aux CDP Climate Change, CDP Water et CDP Forest.

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 :

- déployer le programme LIFE – LVMH Indicators For the Environment ;
- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, dans le respect de la Charte LVMH ;
- entreprendre des audits internes d'évaluation de la performance environnementale des Maisons ;
- assurer la veille réglementaire et technique ;
- créer des outils de gestion qui abordent par exemple les sujets suivants : conception des emballages, relation fournisseurs, veille réglementaire... ;
- aider les sociétés du Groupe à prévenir les risques ;
- former et sensibiliser les collaborateurs de tout niveau hiérarchique comme les séminaires d'intégration des nouveaux managers ;
- définir et consolider les indicateurs environnementaux ;
- travailler avec les diverses parties prenantes (associations, agences de notation, pouvoirs publics...).

Elle s'appuie sur la Commission Environnement, qui réunit plusieurs fois par an un réseau de près de 50 correspondants environnement issus des Maisons.

Le programme « LIFE » a été conçu en 2011 de façon à renforcer l'intégration de l'environnement dans les processus managériaux, faciliter le développement de nouveaux outils de pilotage et tenir compte des évolutions et enrichissements découlant des pratiques innovantes des Maisons. Il sera déployé à l'ensemble des Maisons à l'horizon 2015. Mis en œuvre par le Comité de

direction de chaque Maison, le programme « LIFE » est établi autour de neuf dimensions clés de la performance environnementale :

- environnement dans la conception ;
- sécurisation de l'accès aux matières premières stratégiques et filières d'approvisionnement ;
- traçabilité et conformité des matières ;
- responsabilité environnementale et sociale des fournisseurs ;
- préservation des savoir-faire critiques ;
- réduction des émissions de gaz à effet de serre ;
- excellence environnementale des procédés de fabrication ;
- durée de vie et réparabilité des produits ;
- informations des clients et autres parties prenantes.

En terme de certification, toutes les Maisons du pôle Cognac-Champagne-Vodka, ainsi que l'ensemble des activités de Guerlain France sont désormais certifiées ISO 14001. Parfums Christian Dior a également fait certifier l'ensemble de ses sites industriels et logistiques. Chez Louis Vuitton, la *Supply chain* a été certifiée ISO 14001 pour la Maroquinerie et les Accessoires. C'est une première internationale, fruit d'un travail collaboratif entre la Direction logistique et ses partenaires Transport et Logistiques. La Maison poursuit la démarche de certification de ses ateliers. À fin 2013, 43 % des sites industriels, logistiques ou administratifs du Groupe étaient certifiés ISO 14001.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie de LVMH est membre du « Responsible Jewellery Council » (RJC) qui rassemble plus de 440 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 qui vise notamment à s'assurer que les diamants utilisés ne proviennent pas de zones de conflits. Pour les diamants, les exigences du processus de Kimberley sont intégrées. Cette certification nécessite de se soumettre aux vérifications d'auditeurs accrédités indépendants. Les Maisons de Montres et Joaillerie sont toutes certifiées selon le « Code of Practices » (version 2009).

1.2. La formation

La quasi-totalité des Maisons des groupes d'activités ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total

de 20 004 heures, soit une augmentation de 11 % par rapport à 2012 (17 766 heures).

1.3. Prévention des risques environnementaux et des pollutions

Les sociétés du Groupe sont régulièrement auditées, 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 2013, 31 % des 239 sites industriels, logistiques ou administratifs ainsi que certains magasins de taille importante ont été audités, soit 64 audits externes et 102 audits internes, certains sites pouvant être audités plusieurs fois dans l'année. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, couvrant l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver :

gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement ; il donne lieu à un rapport écrit et à des recommandations. Ce chiffre ne couvre pas les nombreux contrôles de conformité pouvant porter sur un point spécifique de réglementation environnementale, contrôle du tri des déchets par exemple, réalisés périodiquement par les sociétés du Groupe sur leurs sites. Des informations complémentaires sont également disponibles dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* », au niveau du §2.2. Principes Généraux de gestion des risques.

1.4. Le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'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 2013, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement se répartit comme suit :

- charges d'exploitation : 10,6 millions d'euros ;
- investissements : 6,7 millions d'euros.

Le montant des provisions pour risques environnementaux au 31 décembre 2013 est de 13 millions d'euros. Cette somme correspond aux garanties financières légales pour les installations SEVESO seuil haut.

2. POLLUTION ET GESTION DES DÉCHETS

2.1. La prévention et la réduction des rejets dans l'air, l'eau et le sol

Sont seuls retenus comme indicateur important et pertinent les rejets de substances dans l'eau par les activités Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques concourant à l'eutrophisation. Les autres activités du Groupe n'ont qu'un très faible impact sur la qualité de l'eau. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de leur oxygénation, néfaste pour l'environnement. Le paramètre pour la mesurer est la Demande Chimique en Oxygène (DCO),

calculée après traitement des effluents dans les stations du Groupe 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 2013, les tanneries Roux et Heng Long, chez Louis Vuitton ont été intégrées au périmètre de consolidation. Les rejets de DCO ont augmenté de 34 %. Des études sont en cours pour identifier les opportunités de réduction dans les Maisons de Vins et Spiritueux.

DCO après traitement (tonnes/an)	2013	2012	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	3 590,1	2 790,9	29 ^(a)
Mode et Maroquinerie	155,2 ^(b)	-	-
Parfums et Cosmétiques	18,8	23,2	(23)
Total	3 764,1	2 814,1	34

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

(b) Intégration des tanneries (Louis Vuitton).

La fréquence des mesures des Maisons les plus contributrices est conforme à la réglementation locale mais reste limitée au regard des variations observées sur les quantités rejetées.

Les émissions de COV font l'objet de plans de préventions notamment pour les activités de Parfums et Cosmétiques et les tanneries. Concernant les rejets dans les sols, le sujet est abordé dans la partie 3.4 Utilisation des sols.

2.2. La prévention de la production, le recyclage et l'élimination des déchets

En 2013, 88 % des déchets ont été valorisés (76 % en 2012). Parallèlement, la production de déchets a augmenté de 8 % en 2013. L'augmentation du taux de valorisation est liée à l'activité des Vins et Spiritueux (fiabilisation de la donnée Wenjun en 2013) et l'augmentation de la production de déchets est principalement liée à l'intégration des tanneries.

Sont considérés comme déchets valorisés ceux dont la destination finale correspond, par ordre décroissant d'intérêt conformément aux législations européennes et françaises, à l'une des filières suivantes :

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

Déchets produits

<i>(en tonnes)</i>	Déchets produits en 2013 ^(b)	Dont déchets dangereux produits en 2013 ^(a)	Déchets produits en 2012	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	63 015	251	60 037	5
Mode et Maroquinerie	11 235	573	7 657	47 ^(c)
Parfums et Cosmétiques	7 620	1 190	7 246	5
Montres et Joaillerie	298	33	267	12
Distribution sélective	6 166	155	6 672	[8]
Autres activités	1 147	154	991	16 ^(d)
Total	89 481	2 356	82 870	8

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

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

(c) Évolution liée notamment à l'intégration des tanneries.

(d) Évolution liée principalement à l'augmentation de l'activité de Royal Van Lent.

Valorisation des déchets en 2013

<i>(en % des déchets produits)</i>	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	47	40	3	90
Mode et Maroquinerie	4	35	28	67
Parfums et Cosmétiques	2	70	26	98
Montres et Joaillerie	-	55	20	75
Distribution sélective	12	69	7	88
Autres activités	-	82	18	100
Total	35	44	8	88

Les Maisons de Parfums et Cosmétiques et Sephora, depuis 2010, et Louis Vuitton, depuis 2011, utilisent la plate-forme CEDRE (Centre Environnemental de Déconditionnement, Recyclage Ecologique) dédiée au tri, au recyclage et à la valorisation de l'ensemble des déchets issus de la fabrication, du conditionnement, de la distribution et de la vente des produits cosmétiques. Cette plate-forme de déconditionnement accueille plusieurs

types de gisements : les articles de conditionnement obsolètes, les produits alcooliques obsolètes, les éléments de publicité, les testeurs utilisés en magasin et les emballages vides rapportés par les clients en magasin. En 2013, la plate-forme a traité environ 1 600 tonnes de déchets et a pu revendre différents matériaux (verre, carton, bois, métal, plastique, alcool et cellophane) à un réseau de recycleurs spécialisés.

2.3. La prise en compte des nuisances sonores et autres formes de pollution

Les activités du Groupe n'ont pas d'impact significatif en termes de nuisances sonores et d'autres formes de pollution. Toutefois, les Maisons restent vigilantes notamment grâce aux systèmes

de management de l'environnement mis en œuvre et sont à l'écoute de leur voisinage et de la société civile.

3. UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

3.1. La consommation d'eau et l'approvisionnement en fonction des contraintes locales

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 des vignes hors de France, l'irrigation n'étant pas pratiquée

en France pour les vignobles du Groupe. 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 m³)	2013	2012	Évolution (%)
Besoins « process »	2 620 037	1 927 065	36
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	6 925 027	6 424 228	8

La consommation d'eau des surfaces de vente exclues du périmètre (81 % des surfaces de vente totales) est estimée à 1 327 000 m³ à partir d'une consommation moyenne par mètre carré appliquée aux surfaces non reportées.

La consommation d'eau pour des besoins « process » se décompose ainsi, par groupe d'activités :

(besoins process, en m³)	2013	2012	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	1 484 636	1 238 748	20 ^(a)
Mode et Maroquinerie	611 851	175 813	248 ^(b)
Parfums et Cosmétiques	156 408	170 652	[8]
Montres et Joaillerie	28 899	21 686	33 ^(c)
Distribution sélective	293 934	306 797	[4]
Autres activités	44 309	13 369	231 ^(d)
Total	2 620 037	1 927 065	36

(a) Évolution essentiellement liée à l'augmentation de l'activité de Glenmorangie et des autres Maisons de Vins & Spiritueux.

(b) Évolution principalement liée à l'intégration, chez Louis Vuitton, des tanneries, et de nouvelles données pour les Ateliers de l'Ardèche.

(c) Évolution liée à la fiabilisation de l'indicateur pour Bulgari.

(d) Évolution liée à l'intégration du Jardin d'Acclimatation et de Radio Classique.

Une analyse approfondie de sensibilité aux contraintes locales a été menée pour l'ensemble des Maisons du Groupe en utilisant l'indice de Pfister, 2009 et la base de données Aquastat, 2012. Cette analyse se base sur l'évaluation de la sensibilité de chaque zone géographique en comparant localement la consommation d'eau aux ressources disponibles. Quatre Maisons avec des consommations d'eau significatives à l'échelle du Groupe sont localisées dans des zones avec un stress hydrique proche de 100 % c'est-à-dire où le besoin en eau est proche des ressources disponibles :

- les vignobles de Cheval des Andes et Terrazas de Los Andes qui représentent 93 % des besoins agricoles en eau du Groupe ;

- les vignobles de Domaine Chandon California et Newton qui représentent 3 % des besoins agricoles en eau du Groupe.

L'irrigation des vignes est une pratique autorisée et encadrée en Californie et en Argentine en raison du climat. Cette irrigation est nécessaire au développement des vignes. Pour limiter néanmoins la consommation d'eau des mesures sont prises : récupération d'eau de pluie, mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau, pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte, anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation ou pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui limite l'utilisation de l'eau et améliore la qualité des raisins et la taille de la vigne, permettant en outre une concentration des arômes et de la couleur.

3.2. La consommation de matières premières

Les principales matières premières consommées par le Groupe sont :

- le raisin (voir § 3.4 Utilisation des sols);
- les cuirs et les peaux brutes de veaux, agneaux et cuirs exotiques (voir § 5 Protection de la biodiversité);
- les essences végétales (voir § 5 Protection de la biodiversité);
- les métaux et pierres précieux (voir 1.1 L'organisation et les démarches d'évaluation ou de certification);
- les substances chimiques réglementées. Ainsi, toutes les Maisons ont intégré les exigences du règlement européen REACH dans leurs documents contractuels afin d'impliquer tous les fournisseurs dans cette démarche.

Des informations sont également disponibles dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* », au niveau du § 2.1.8. Approvisionnements et compétences

stratégiques ainsi que dans la partie « *Activités du Groupe* » au niveau des § « Sources d'approvisionnement et sous-traitance » des différents groupes d'activités.

Le seul critère significatif, pertinent et commun à toutes les Maisons qui puisse être retenu pour l'analyse de la consommation de matières premières est la quantité, en tonnes, d'emballages primaires et secondaires remis au client :

- 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 remis aux clients

(en tonnes)	2013	2012	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	148 529	176 265	[16] ^(b)
Mode et Maroquinerie	5 844	6 367	[8]
Parfums et Cosmétiques	22 261	19 900	12
Montres et Joaillerie	423	486	[13]
Distribution sélective	2 336	1 548	51 ^(c)
Total	179 393^(a)	204 566	[12]

(a) Les Maisons Céline, Chaumet, Hublot et Marc Jacobs n'ont pas reporté leurs données pour cet indicateur en 2013.

(b) Évolution liée à l'allègement des bouteilles en verre et au changement de périmètre (exclusion des mouvements internes de stock) des Maisons de Champagne.

(c) Évolution liée à l'intégration du site logistique de Sephora.

Répartition du poids total d'emballages mis sur le marché, par type de matériau, en 2013

(en tonnes)	Verre	Papier-carton	Plastique	Métal	Textile	Autres matériaux d'emballage
Vins et Spiritueux	125 587	19 170	1 173	1 203	49	1 347
Mode et Maroquinerie	-	5 067	41	1	672	63
Parfums et Cosmétiques	11 856	3 421	4 908	1 249	103	724
Montres et Joaillerie	-	136	192	18	7	70
Distribution sélective	261	998	1 021	55	1	-
Total	137 704	28 792	7 335	2 526	832	2 204

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. En 2013, Edibox a été déployé dans les Maisons Parfums Christian Dior, Guerlain, LVMH Fragrance Brands, Make Up For Ever, Louis Vuitton et Bulgari afin d'intégrer dès l'amont le critère environnemental dans la conception des emballages. Il permet de calculer l'Indice de Performance Environnementale (IPE) et les émissions de gaz à effet de serre générés par les matériaux d'emballage. Le lancement de ce nouvel outil a été l'occasion de sensibiliser l'ensemble des équipes marketing et développement. Les Maisons de Champagne, qui ont également déployé l'IPE,

ont réalisé des avancées significatives. Diminution du poids des emballages, choix de matériaux issus de ressources renouvelables et valorisation en fin de vie sont les fondements de tout nouvel étui ou coffret. Ainsi, les Maisons de Champagne ont réduit le poids des bouteilles et les équipes de développement sélectionnent exclusivement les matériaux issus de forêts FSC (Forest stewardship council) ou PEFC (Pan European Forest Certification), labels garantissant la gestion durable des forêts. Dorénavant, les nouveaux coffrets sont totalement recyclables, les différents matériaux étant facilement séparables ou constitués de matières à base de végétaux (bois, amidon de pomme de terre 100 % biodégradable,...).

3.3. La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables

La consommation d'énergie correspond à la somme des sources d'énergie primaires (fioul, butane, propane, gaz naturel) et des sources d'énergie secondaires (électricité, vapeur et eau glacée) principalement utilisées pour la mise en œuvre des procédés de fabrication, de la climatisation et du chauffage des bâtiments et des magasins.

En 2013, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 760 254 MWh répartis entre les sources suivantes : 67 % d'électricité, 20 % de gaz naturel, 5 % de fioul lourd, 3 % de fioul, 2 % d'énergies renouvelables, 1 % de butane-propane,

1 % de vapeur et 1 % d'eau glacée. La consommation augmente de 15 % par rapport à 2012.

Cette consommation provient, en ordre décroissant, des groupes d'activités Distribution sélective pour 32 %, Vins et Spiritueux pour 28 %, Mode et Maroquinerie pour 24 % et enfin Parfums et Cosmétiques à hauteur de 10 % ; les 6 % restants proviennent des Montres et Joaillerie et des autres activités du Groupe. La consommation d'énergie des surfaces de vente exclues du périmètre, 47 % des surfaces de vente totales, est estimée à 269 000 MWh.

Consommation d'énergie par groupe d'activités (en MWh)	2013	2012	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	213 907	188 541	13
Mode et Maroquinerie	183 212	163 044	12
Parfums et Cosmétiques	76 556	64 313	19 ^(a)
Montres et Joaillerie	21 692	16 129	34 ^(b)
Distribution sélective	244 315	219 437	11
Autres activités	20 572	11 768	75 ^(c)
Total	760 254	663 232	15

(a) Évolution principalement liée à l'intégration du nouveau centre de recherche Parfums & Cosmétiques de Saint-Jean de Braye, des bureaux à Paris de Make Up For Ever et de Parfums Christian Dior.

(b) Évolution essentiellement liée à l'intégration des magasins Bulgari en Italie et l'intégration de De Beers.

(c) Évolution liée à l'intégration du Jardin d'Acclimatation, de Radio Classique et du site de la holding LVMH du 3 rue Bayard.

Consommation par source d'énergie en 2013

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Fioul	Butane Propane	Vapeur	Eau glacée	Énergies renouvelables
Vins et Spiritueux	73 356	76 593	38 332	19 889	5 094	-	-	643
Mode et Maroquinerie	148 304	25 674	-	3 223	3 685	1 098	538	690
Parfums et Cosmétiques	46 443	29 115	-	283	-	386	-	329
Montres et Joaillerie	11 156	5 046	-	401	-	-	-	5 089
Distribution sélective	218 435	8 806	-	1 180	-	6 357	1 225	8 312
Autres activités	12 073	3 915	-	555	19	374	3 636	-
Total	509 767	149 149	38 332	25 531	8 798	8 215	5 399	15 063

Les Bilans Carbone® et les audits énergétiques apportent des enseignements qui permettent aux Maisons d'élaborer des stratégies adéquates de réduction des consommations d'énergie. Différentes actions sont mises en œuvre par les Maisons en matière d'éclairage et de climatisation des magasins, de transport, d'efficacité énergétique et de promotion des énergies renouvelables. En 2013, TAG Heuer a construit sa nouvelle manufacture de Chevenez en Suisse en intégrant plus de 600 m² de panneaux solaires en toiture, d'une puissance annuelle de 86 400 kWh.

En 2012, le groupe de travail « Store Lighting Working Group » a été mis en place par LVMH afin de travailler de façon plus spécifique sur les enjeux réglementaires, techniques et de mesure des consommations d'énergie en magasin. Il a pour mission de renforcer les actions de réduction de consommation

d'énergie liées notamment à l'éclairage. La technologie LED est un moyen efficace de réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO₂. Ce type de lumière est aussi plus adapté à la mise en valeur des produits des Maisons. En septembre 2013, LVMH a donc lancé le programme « LVMH Lighting », dont l'objectif est de sécuriser et d'optimiser le sourcing de matériel d'éclairage performant pour les magasins, les sites de production et de stockage, ou encore pour les espaces de bureaux. L'objectif du programme LVMH Lighting, au-delà de la promotion de la technologie LED, est d'assurer une lumière conforme aux exigences de qualité exceptionnelle requise par les Maisons. Une douzaine de magasins pilotes de différentes tailles et localisés dans différentes zones géographiques ont été sélectionnés et équipés de points de mesure dans l'objectif de trouver les actions des plus efficaces en terme de réduction de consommation d'énergie.

3.4. L'utilisation des sols

Les pollutions du sol des implantations anciennes (élaboration du cognac, des vins et du champagne, fabrication des malles) ne sont pas importantes. Les sites de production plus récents sont généralement implantés sur des terres agricoles sans pollution historique. En dehors de la viticulture, les activités de production du Groupe utilisent peu les sols.

Doublement engagées dans la viticulture durable, pour des raisons historiques et stratégiques, les Maisons de Vins et Spiritueux concernées conduisent différentes initiatives relevant de l'agriculture raisonnée ou biologique, ce qui permet de réduire de façon drastique le recours aux produits phytosanitaires

à fort impact environnemental. Les Maisons de Champagne ont obtenu l'agrément Certiphyto pour les traitements viticoles des sites d'exploitation tandis que Hennessy a adopté une démarche visant à réduire l'utilisation des intrants phytosanitaires. Depuis janvier 2011, des vignobles Hennessy sont sélectionnés au sein du réseau des fermes de référence constitué par l'État français dans le cadre du plan Écophyto 2018. Un plan d'actions a été mis en place sur ces parcelles, ces actions ont permis en 2013 de réduire de 60 % l'usage des produits de traitement. La méthode de la confusion sexuelle est utilisée de manière expérimentale pour protéger la vigne contre les vers de grappe et éviter le recours aux insecticides.

4. LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET ADAPTATION

4.1. Réduction des émissions 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 au § 1.1.2. Elles incluent les émissions directes et les émissions indirectes (scope 1 et 2). Les émissions liées au transport (scope 3) sont présentées séparément :

- transport amont : transport des matières premières et composants vers les sites de production. Seuls les principaux composants et matières premières sont pris en compte ;

- transport aval : transport des produits finis depuis les sites de production vers les plates-formes de distribution.

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. Les principales actions de réduction des émissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 consistent en la réduction des consommations d'énergie en magasins (éclairage et climatisation) et en l'optimisation des consommations d'énergie par les procédés de fabrication.

Répartition des émissions par activité en 2013

(en tonnes équivalent CO ₂)	Émissions de CO ₂ en 2013	Dont : pourcentage d'émissions de CO ₂ directes	Pourcentage d'émissions de CO ₂ indirectes	Émissions de CO ₂ en 2012	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	48 641	68	32	43 573	12
Mode et Maroquinerie	64 566	11	89	55 978	15
Parfums et Cosmétiques	11 390	53	47	10 391	10
Montres et Joaillerie	3 389	34	66	2 310	47
Distribution sélective	92 250	2	98	78 856	17
Autres activités	3 078	31	69	2 263	36
Total	223 314	23	77	193 371	15

Les émissions de gaz à effet de serre des surfaces de vente exclues du périmètre (47 % des surfaces de vente totales) sont estimées à 135 600 tonnes équivalent CO₂ à partir des consommations d'énergie extrapolées. La prise en compte du changement climatique est inscrite depuis longtemps dans la politique de LVMH qui a réalisé, depuis 2002, le Bilan Carbone® de ses Maisons : Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Hennessy, Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Kenzo, Parfums

Givenchy, Givenchy, Make Up For Ever, DFS, Sephora et Le Bon Marché. Ces bilans font l'objet de mises à jour tous les trois ans. En 2012, le groupe de travail « Store Lighting Working Group » a été mis en place par LVMH afin de travailler de façon plus spécifique sur les enjeux réglementaires, techniques et de mesure des consommations d'énergie en magasin ; voir § 3.3 La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables.

Certaines Maisons utilisent des outils pour mesurer et réduire les émissions générées par leur chaîne logistique. Ainsi, Loewe a déployé un outil interne de cartographie et de pilotage de l'empreinte CO₂ du transport international à partir de son usine de production de Madrid. De même, Louis Vuitton a développé en janvier 2013 un outil de comptabilisation des émissions de CO₂ permettant de disposer, en temps réel et pour chaque parcours effectué, d'un bilan des émissions de transport liées au fret des produits de maroquinerie et accessoires transitant par son entrepôt central de Cergy Eole. Enfin, depuis

2008, Guerlain a mis en place un outil de suivi mensuel de son ratio global de transport maritime par zone géographique dont les résultats sont examinés par le Comité exécutif de la Maison. Un rapport comprenant le bilan en termes de coût et de CO₂, comparé à l'objectif fixé pour l'année en cours, est diffusé auprès de toutes les entités. L'objectif de 60 % pour le ratio maritime a été atteint depuis 2012. Des synergies sont mises en œuvre au sein de chaque groupe d'activités afin de mutualiser les transports.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre générées par le transport amont en 2013

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Rail	Air	Maritime	Total
Vins et Spiritueux	13 524	32	47	230	13 833
Mode et Maroquinerie	7 156	-	4 099	1	11 256
Parfums et Cosmétiques	21 842	-	7 309	161	29 312
Montres et Joaillerie	6	-	893	1	900
Distribution sélective	-	-	-	-	-
Total	42 528	32	12 348	393	55 301

Répartition des émissions de gaz à effet de serre générées par le transport aval en 2013

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Rail	Air	Maritime	Total
Vins et Spiritueux	24 128	395	3 039	16 985	44 547
Mode et Maroquinerie	314	6	86 398	2321	89 038
Parfums et Cosmétiques	3 785	-	113 446	941	118 172
Montres et Joaillerie	17	-	5 981	-	5 998
Distribution sélective	1 910	-	8 216	-	10 126
Total	30 154	401	217 080	20 247	267 882

Les Maisons Bulgari, Céline, Château Cheval Blanc, Château d'Yquem, Chaumet, Les Echos, Hublot, Le Bon Marché, Marc Jacobs et Thomas Pink n'ont pas reporté leurs données pour cet indicateur.

4.2. Adaptation au changement climatique

En 2013, le Groupe a également conduit une réflexion concernant les différents enjeux de l'adaptation au changement climatique. À moyen terme, l'évolution des pratiques de viticulture est la composante majeure de la stratégie d'adaptation du Groupe. Pour les vignobles européens plusieurs réponses sont possibles selon l'ampleur du changement climatique qui sera constaté depuis la modification des dates de vendange, l'évolution des modes de conduite des vignes (élargissement des rangs, augmentation de la taille des pieds de vigne, utilisation de l'irrigation dans certains pays....) jusqu'au test de nouveaux

cépages. Pour les vignobles localisés en Argentine et en Californie, l'enjeu majeur est la disponibilité en eau (cf § 3.1 La consommation d'eau et l'approvisionnement en fonction des contraintes locales). Enfin, au regard des connaissances scientifiques actuelles, les vignobles localisés en Nouvelle Zélande et dans l'ouest australien sont les moins sensibles au changement climatique. D'autres informations sont également disponibles dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* », au niveau du § 2.1.10. Risques industriels, environnementaux et météorologiques.

5. PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ

5.1. Les mesures prises pour préserver la biodiversité

Le groupe LVMH s'est doté d'une stratégie d'approvisionnement et de préservation des matières premières. En effet, le choix des composants dans la fabrication des produits est un levier capital de la préservation de l'environnement et notamment des ressources rares indispensables à la fabrication des produits, particulièrement les cuirs et les essences végétales.

En 2013, LVMH a lancé son projet « Améliorer, de l'amont à l'aval, l'empreinte des activités de LVMH sur la biodiversité » en tant qu'entreprise reconnue par l'État français au titre de la Stratégie Nationale pour la Biodiversité. Plusieurs projets sont en cours pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques, Mode et Maroquinerie, Montres et Joaillerie, comme la réalisation d'audits de filières visant à évaluer la conformité de nos pratiques avec le Protocole de Nagoya sur l'accès et le partage des avantages ou le développement de nouvelles filières d'approvisionnement responsables et équitables telles que l'or et le cachemire.

Les activités Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie ont mis en place des procédures pour s'assurer que l'ensemble de leurs produits respecte les exigences 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. L'approvisionnement en cuir est un sujet stratégique et les

Maisons utilisent majoritairement du cuir bovin en provenance d'Europe (cf la partie « Activités du Groupe », § 2.4. Sources d'approvisionnement et sous-traitance). Les Maisons participent à des groupes de travail comme la plate-forme Responsible Ecosystems Sourcing Platform (RESP), le Leather Working Group (LWG) ou le Business for Social Responsibility (BSR). Elles travaillent avec leurs fournisseurs pour améliorer la traçabilité, le bien-être animal ou encore la préservation de certaines espèces.

Dans les activités Parfums et Cosmétiques, le département Recherche & Développement est mobilisé sur l'ethnobotanique depuis des années. Il identifie à travers la planète les espèces végétales présentant un intérêt cosmétique particulier tout en participant à la préservation de ces espèces et au développement économique local. Pour son engagement à Ouessant en faveur de la protection de l'Abeille Noire, dont le miel entre dans la composition de la gamme *Abeille Royale*, Guerlain a obtenu au printemps 2013 le trophée « Coup de cœur » du Mécénat Développement Durable attribué par le Ministère français de l'Environnement, du Développement Durable et de l'Énergie.

Le groupe d'activité Vins et Spiritueux est engagé dans la viticulture durable notamment pour réduire l'utilisation des pesticides (cf. § 3.4. L'utilisation des sols).

6. SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

La politique du groupe LVMH sur la question sensible de l'utilisation des tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits finis est clairement définie : l'objectif est d'assurer la sécurité du consommateur de nos produits tout en prenant en compte le respect de la vie animale. C'est pourquoi, depuis 1989, les sociétés de Parfums et Cosmétiques ne pratiquent plus de tests sur animaux pour les produits qu'elles mettent sur le marché, et ce bien avant l'interdiction officielle dans l'Union européenne datant de 2004. Le développement des méthodes alternatives aux tests sur animaux est un réel enjeu scientifique et le groupe LVMH continue d'y participer très activement.

• En outre, le contexte réglementaire communautaire concernant les produits cosmétiques a changé avec l'adoption le 30 novembre 2009 du règlement (CE) n° 1223/2009 du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne relatif aux produits cosmétiques. Ce texte, dont la totalité des dispositions est entrée en application en juillet 2013, remplace la directive n° 76/768/CEE. L'objectif principal de la Commission, à travers ce nouveau règlement, est d'augmenter le niveau déjà élevé de sécurité des consommateurs de produits cosmétiques :

- en renforçant les aspects de responsabilité du fabricant : clarification des exigences minimales en matière d'évaluation de la sécurité des produits ;
- en renforçant la surveillance sur le marché : obligation de notification des effets indésirables graves aux autorités compétentes.

Le groupe LVMH a mis en place des procédures et actions afin d'être prêt lors de la mise en application du nouveau règlement en juillet 2013. Ces actions sont d'autant plus essentielles que le règlement cosmétique inspire de plus en plus de législations sur le plan mondial. D'autres textes réglementaires européens sont entrés en application, pour certains récemment, et ont été intégrés dans les processus du groupe LVMH :

- la réglementation Système général harmonisé (SGH), 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 sur les produits chimiques. Les principaux objectifs de REACH sont d'assurer

un niveau élevé de protection de la santé humaine et de l'environnement contre les risques que peuvent poser les produits chimiques, ainsi que la promotion de méthodes d'essai alternatives, la libre circulation des substances au sein du marché intérieur et le renforcement de la compétitivité et de l'innovation.

- Le groupe LVMH est particulièrement vigilant quant au respect des textes réglementaires, des avis des comités scientifiques et des recommandations des associations professionnelles. Il se plie en outre à de strictes règles internes en matière de développement de nouveaux produits, règles qui sont également imposées aux fournisseurs du groupe LVMH.

Fidèle à cet engagement depuis plusieurs années, le groupe LVMH accompagne cette politique par une approche visant à anticiper les évolutions des réglementations internationales. Cette anticipation est rendue possible grâce au travail des experts du Groupe, qui participent régulièrement aux groupes de travail des autorités nationales et européennes et qui sont très actifs dans les organisations professionnelles. Le travail de veille sur toutes les nouvelles réglementations et sur l'évolution des connaissances scientifiques par les experts du Groupe conduit LVMH à s'interdire l'utilisation de certaines substances et à travailler à la reformulation de certains produits.

Ce niveau d'exigence très élevé permet à LVMH de garantir la sécurité de ses produits cosmétiques non seulement au moment de leur mise sur le marché mais aussi pendant toute la durée de leur commercialisation. En effet, la mise en place d'un réseau de relation clientèle permet d'analyser toutes les réclamations

émanant de nos consommateurs et d'assurer la cosmétovigilance des produits. Toute réclamation, que cela soit une intolérance ou une irritation sévère, est prise en charge par une équipe spécialisée et évaluée par un professionnel. Une consultation avec un dermatologue peut être proposée au consommateur. Enfin, l'analyse de ces réclamations et de ces cas de cosmétovigilance permettent d'explorer de nouvelles pistes de recherche et d'améliorer la qualité de nos produits.

En 2013, Moët Hennessy a poursuivi son engagement en matière de consommation responsable. Ces actions visent les collaborateurs, les consommateurs, et les invités et visiteurs. Concernant les consommateurs, Moët Hennessy s'impose, outre le respect scrupuleux des réglementations locales, des règles d'autodiscipline, en particulier en matière d'information et de communication : Code de Bonnes Pratiques de Marketing et de Communication, lignes directrices en matière de communication sur Internet, filtrage des mineurs sur les sites Internet... Chaque année, les équipes forment à travers le monde des centaines de personnes au rituel de dégustation des produits, en leur expliquant leur dimension esthétique, culturelle, gastronomique et historique.

En matière d'étiquetage, toutes les bouteilles de vin commercialisées dans l'UE (sauf en France pour des raisons réglementaires) portent la mention www.wineinmoderation.eu, de même tous les spiritueux portent la mention www.responsibleddrinking.eu. Enfin, Moët Hennessy soutient activement de nombreux programmes de consommation responsable à travers le monde (Wine in Moderation, programmes d'ICAP...).

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES CONSOLIDÉES

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton désignés organismes tiers indépendants, dont la recevabilité de la demande d'accréditation a été admise par le COFRAC sous les numéros 3-1048 et 3-1065, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2013, présentées dans les chapitres « LVMH et l'environnement » et « Ressources Humaines » du Rapport de gestion, ci-après les « Informations RSE », en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

Responsabilité de la Société

Il appartient au Conseil d'administration d'établir un Rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R. 225-105-1 du Code de commerce, conformément aux référentiels utilisés par la Société, composés du « Protocole de reporting environnemental LVMH » daté du 13 novembre 2013 et du « Référentiel des indicateurs – Rapport Annuel 2013 » (ci-après les « Référentiels ») disponibles sur demande respectivement auprès de la Direction Environnement, et de la Direction des Ressources Humaines du Groupe.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du Code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes d'exercice professionnel et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité des Commissaires aux comptes

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le Rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225-105 du Code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère, conformément aux Référentiels (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE) ;
- d'exprimer, à la demande de la Société, une conclusion d'assurance raisonnable sur le fait que les informations environnementales sélectionnées par le Groupe⁽¹⁾ (ci-après « Informations Environnementales Sélectionnées »), ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos experts en matière de RSE. Nos travaux ont été effectués par une équipe de 16 personnes entre les mois d'octobre 2013 et février 2014 pour une durée d'environ douze semaines.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes professionnelles applicables en France, à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission, et concernant l'avis motivé et le rapport d'assurance raisonnable, à la norme internationale ISAE 3000⁽²⁾.

1. Attestation de présence des Informations RSE

Nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la Société et de ses engagements sociétaux et, le cas échéant, des actions ou programmes qui en découlent.

Nous avons comparé les Informations RSE présentées dans le Rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R. 225-105-1 du Code de commerce.

En cas d'absence de certaines informations consolidées, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément aux dispositions de l'article R. 225-105 alinéa 3 du Code de commerce.

Nous avons vérifié que les Informations RSE couvraient le périmètre consolidé, à savoir la Société ainsi que ses filiales au sens de l'article L. 233-1 et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du Code de commerce avec les limites précisées en introduction des chapitres « LVMH et l'environnement » et « Ressources Humaines » du Rapport de gestion.

Sur la base de ces travaux et compte tenu des limites mentionnées ci-dessus nous attestons de la présence dans le Rapport de gestion des Informations RSE requises.

2. Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE

Nature et étendue des travaux

Nous avons mené une quarantaine d'entretiens avec les responsables de la préparation des Informations RSE auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur neutralité et leur caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations RSE et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des Informations RSE au regard des caractéristiques de la Société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Pour les informations RSE que nous avons considérées les plus importantes⁽³⁾ :

- Au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions, etc.), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le Rapport de gestion.
- Au niveau d'un échantillon représentatif d'entités que nous avons sélectionnées⁽⁴⁾ en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne, 33 % des effectifs et entre 39 % et 98 % des informations quantitatives environnementales.

Pour les autres informations RSE consolidées, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la Société.

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques professionnelles.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Informations RSE ne peut être totalement éliminé.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément aux Référentiels.

Observation

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur les éléments suivants :

- Comme précisé au niveau de l'indicateur « Demande Chimique en Oxygène » présenté dans le chapitre « LVMH et l'environnement » du Rapport de gestion, la fréquence des mesures des Maisons les plus contributrices est conforme à la réglementation locale mais reste limitée au regard des variations observées sur les quantités rejetées.

3. Rapport d'assurance raisonnable sur une sélection d'informations RSE

Nature et étendue des travaux

Concernant les Informations Environnementales Sélectionnées, nous avons mené des travaux de même nature que ceux décrits dans le paragraphe 2 ci-dessus pour les informations RSE considérées les plus importantes mais de manière plus approfondie, en particulier en ce qui concerne le nombre de tests.

L'échantillon sélectionné représente ainsi entre 39 % et 73 % des Informations Environnementales Sélectionnées.

Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les Informations Environnementales Sélectionnées.

Conclusion

À notre avis, les Informations Environnementales Sélectionnées ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Observations

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur les éléments suivants :

- Concernant les activités de vente de détail, LVMH présente de façon distincte les données issues directement du processus de remontée des Informations Environnementales Sélectionnées de celles estimées par extrapolation. La part des données estimées demeure significative.
- Les contrôles effectués par quelques Maisons restent insuffisants. Ceux réalisés au niveau du Groupe permettent de corriger les principaux écarts identifiés au niveau de ces Maisons.
- Pour le calcul de l'indicateur « Pourcentage de valorisation des déchets », la traçabilité des filières de traitement n'est pas systématiquement assurée.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 07 mars 2014

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit Florence Didier-Noaro
*Expert Développement
Durable*

ERNST & YOUNG et Autres

Gilles Cohen Éric Mugnier
*Expert Développement
Durable*

(1) Informations vérifiées en assurance raisonnable : pourcentage de sites ayant fait l'objet d'audits environnementaux (%); consommation totale d'eau pour les besoins « Process » (m³); total de déchets produits (tonnes); total de déchets dangereux produits (tonnes); pourcentage de valorisation des déchets (%); consommation d'énergie totale (MWh); émissions de gaz à effet de serre (tonnes équivalent CO₂); total d'emballages mis sur le marché (tonnes).

(2) ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical information.

(3) Informations environnementales et sociétales : la politique générale en matière d'environnement, les mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement, les mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets, la consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales, la consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité de leur utilisation, la consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables, les rejets de gaz à effet de serre, les mesures prises pour développer la biodiversité; nombre d'audits fournisseurs et répartition par zone géographique; relations avec les tiers (collaborations avec les fournisseurs, impact territorial de l'activité en matière d'emploi et de développement régional, promotion de l'éducation et relations avec les établissements d'enseignement et les associations d'insertion); santé et sécurité des consommateurs.
Informations sociales : Effectif total au 31 décembre réparti par catégorie professionnelle, âge et zone géographique; turnover volontaire et involontaire; recrutements; nombre d'accidents avec arrêt; taux de fréquence; taux de gravité; salariés formés au cours de l'année (en %); nombre moyen de jours de formation par personne; taux d'absentéisme par motif; représentativité des femmes dans les recrutements et dans les effectifs Groupe, relations sociales.

(4) Informations environnementales : Activités Vins et Spiritueux : Bodegas Chandon (Argentine), Domaine Chandon (Californie), Glenmorangie (Ardbeig et Tain, Ecosse), MHCS (France), Wenjun (Chine); Activités Mode et Maroquinerie : Berluti (France), Fendi Sesto Fiorentino (Italie), LVM Sainte-Florence (France), LVM San Dimas (Californie), Tannerie Hen Long (Chine), Tannerie Roux (France); Activités Parfums et Cosmétiques : Givenchy Parfums (Beauvais, France), Parfums Christian Dior (SJDB, France), Parfums Christian Dior (Pudong, Chine); Activités Montres et Joaillerie : Bulgari Valenza (Italie), TAG Heuer (Suisse), Zenith (Suisse); Activités Distribution sélective : DFS Torrance (Californie), DFS Hong Kong, DFS Singapour, Sephora Americas Energy (USA), Sephora Énergie (France); Autres activités : Royal Van Lent (Pays-Bas).

Informations sociales : Activités Vins et Spiritueux : MHCS (France); Activités Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton China Co.Ltd., Louis Vuitton Japan, Fendi (Italie); Activités Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior (Chine), Benefit Cosmetics (USA); Activités Montres et Joaillerie : Bulgari SpA (Italie); Activités Distribution sélective : Sephora SA (France), Sephora Chine, Sephora Russie, Sephora USA Inc. et Sephora Canada; DFS Group Limited-Hong Kong Division.

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1.	GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	104
1.1.	Conseil d'administration	104
1.2.	Composition et fonctionnement	104
1.3.	Direction générale	105
1.4.	Comité d'audit de la performance	106
1.5.	Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations	106
1.6.	Collège des Censeurs	107
1.7.	Participation aux Assemblées générales	107
1.8.	Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	107
1.9.	Politique de rémunération des mandataires sociaux	107
2.	PROCÉDURES DE GESTION DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE	108
2.1.	Périmètre et principes d'organisation et de formalisation	108
2.2.	Principes généraux de gestion des risques	109
2.3.	Principes généraux de contrôle interne	110
2.4.	Les acteurs de la gestion du risque et du contrôle interne	113
2.5.	La gestion des risques et le contrôle interne propres à l'information financière et comptable	114
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	117

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 30 janvier 2014.

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.afep.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.

1.2. Composition et fonctionnement

• Le Conseil d'administration, au cours de sa réunion du 30 janvier 2014, a proposé de soumettre à l'Assemblée générale du 10 avril 2014 le renouvellement des mandats d'Administrateur de Mesdames Delphine Arnault et Marie-Josée Kravis ainsi que de Messieurs Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Diego Della Valle et Pierre Godé. Il a également proposé le renouvellement des mandats de Censeur de Messieurs Paolo Bulgari, Patrick Houël et Felix G. Rohatyn. Poursuivant sa politique de féminisation, le Conseil a par ailleurs proposé la nomination de Madame Marie-Laure Sauty de Chalon en qualité d'Administrateur, nomination qui porterait à 22 % la proportion de femmes parmi ses membres.

Les Administrateurs sont nommés pour la durée statutaire de trois années. En vue d'assurer un renouvellement des mandats des Administrateurs aussi égal que possible, et en tout cas complet pour chaque période de trois ans, le Conseil d'administration a mis en place un renouvellement par roulement depuis 2010.

La Charte du Conseil d'administration et les règlements intérieurs des Comités sont communiqués à tout candidat aux fonctions d'Administrateur ainsi qu'au représentant permanent d'une personne morale avant leur entrée en fonction. Ces documents figurent dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

En application des dispositions de la Charte du Conseil d'administration, les Administrateurs doivent porter à la connaissance du Président du Conseil d'administration toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la Société et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs. Ils doivent également l'informer de toute condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés. Aucune information n'a été communiquée au titre de cette obligation.

Les Administrateurs doivent statutairement détenir directement et personnellement un minimum de 500 actions de la Société.

• Le Conseil d'administration, sous réserve des décisions de l'Assemblée générale du 10 avril 2014, sera donc composé de dix-huit membres : Mesdames Delphine Arnault, Bernadette Chirac, Marie-Josée Kravis et Marie-Laure Sauty de Chalon ainsi que Messieurs Bernard Arnault, Antoine Arnault, Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Pierre Godé, Gilles Hennessy, Yves-Thibault de Silguy, Francesco Trapani, Hubert Védrine et Lord Powell of Bayswater. Neuf d'entre eux : Mesdames Bernadette Chirac, Marie-Josée Kravis et Marie-Laure Sauty de Chalon ainsi que Messieurs Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine sont considérés comme indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

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 30 janvier 2014, a apprécié et revu la situation de chaque Administrateur et candidat aux fonctions d'Administrateur notamment au regard des critères d'indépendance énoncés par le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF, et a considéré que :

(i) Mesdames Bernadette Chirac, Marie-Josée Kravis et Marie-Laure Sauty de Chalon dont la nomination est proposée à l'Assemblée générale annuelle du 10 avril 2014, et Messieurs Charles de Croisset, Diego Della Valle, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine, remplissent l'ensemble de ces critères ;

(ii) Monsieur Nicholas Clive Worms, qui est membre du Conseil d'administration depuis plus de 12 ans et Monsieur Albert Frère qui est membre du Conseil d'administration de la Société depuis plus de 12 ans et membre des organes de direction de Groupe Arnault SAS, doivent être considérés comme indépendants. Le Conseil a écarté, en l'espèce, les critères liés, d'une part, à la durée du mandat et, d'autre part, aux relations entretenues avec la direction de la Société, posés par le Code AFEP/MEDEF, considérant que ceux-ci n'étaient pas de nature à porter atteinte à leur liberté de jugement compte tenu de leur personnalité et de leur situation personnelle et professionnelle. En outre, leur bonne connaissance du Groupe constitue un atout inégalable lors des décisions à prendre sur les grandes questions stratégiques.

- Au cours de l'exercice 2013, le Conseil d'administration s'est réuni cinq fois sur convocation de son Président. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 92,9 % 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 de plans d'attribution d'actions gratuites et d'actions de performance, la mise en œuvre du programme de rachat d'actions, l'autorisation d'accorder des cautions au profit de tiers, l'autorisation de conclure diverses conventions réglementées entre sociétés apparentées ou avec des sociétés dans lesquelles certains Administrateurs exercent des fonctions de dirigeants 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. Il a modifié la Charte du Conseil d'administration afin (i) de prévoir la participation des Administrateurs aux réunions du Conseil d'administration par

des moyens de visioconférence ou de télécommunication et (ii) de clarifier les dispositions relatives aux fenêtres négatives applicables aux opérations réalisées par les Administrateurs. Il a approuvé le projet d'acquisition d'une participation majoritaire dans la société Loro Piana. Il a modifié l'obligation spécifique de conservation applicable aux actions de performance attribuées au Président-directeur général et au Directeur général délégué dans le cadre des plans mis en place entre 2010 et 2012. Il a approuvé la cession d'un immeuble à Londres, propriété du Groupe, à une filiale de Christian Dior Couture. Il a approuvé l'octroi d'une garantie relative à la société Marc Jacobs. Enfin, il a été tenu informé des dispositions adoptées par la Société en matière d'égalité professionnelle et salariale.

- Dans sa séance du 30 janvier 2014, le Conseil d'administration a passé en revue sa composition, son organisation et son fonctionnement. Le Conseil a considéré que sa composition est équilibrée quant au pourcentage d'Administrateurs extérieurs, eu égard à la répartition de son capital et quant à la diversité et à la complémentarité des compétences et expériences de ses membres.

Le Conseil a constaté que :

- la fréquence des réunions et la qualité des informations qui sont communiquées (orientations stratégiques, marche des affaires, états financiers, budget et plan à trois ans) donnent satisfaction aux Administrateurs ;
- l'assiduité des Administrateurs s'est encore améliorée en 2013 : le taux de présence aux réunions du Conseil d'administration est ainsi passé de 91,3 % en 2012 à 92,9 % en 2013 ;
- la présence au sein du Conseil d'administration d'au moins un tiers de personnalités de nationalité autre que française apporte une diversité d'approche, de sensibilité essentielle dans un Groupe de dimension mondiale ;
- les Administrateurs estiment que le Conseil joue son rôle au regard de ses objectifs que sont l'accroissement de la valeur d'entreprise et la défense de l'intérêt social ;
- la Charte du Conseil, les règles de répartition des jetons de présence et le nombre d'actions que doit détenir chaque Administrateur n'appellent pas d'observations particulières de la part des Administrateurs ; il en est de même de la composition des deux Comités et de la qualité de leurs travaux.

En outre, le Conseil d'administration a examiné la politique du Groupe pour se prémunir contre les évolutions économiques et financières à venir.

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 Yves-Thibault de Silguy (Président), Nicholas Clive Worms et Gilles Hennessy qui ont, de par leur expérience professionnelle et leur bonne connaissance des procédures comptables et financières applicables aux groupes de sociétés, les compétences nécessaires pour l'exercice de ces fonctions.

Le Comité d'audit de la performance s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2013. Toutes les réunions du Comité se sont tenues en présence de l'ensemble de ses membres.

Participaient 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, le Directeur des Opérations et la Directrice de l'Environnement.

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 : le contrôle interne et la gestion des risques majeurs au sein du Groupe, la synthèse des analyses des Maisons sur les risques majeurs et les plans d'action ayant permis de réduire ces risques, les engagements hors bilan significatifs de la Société, les conclusions de l'audit sur les importations vers la Chine des Maisons, la valorisation des marques et goodwill ainsi que la stratégie du Groupe dans le domaine environnemental. Ces différents points ont fait l'objet de présentations du Directeur Financier et des Directeurs concernés.

L'examen des comptes sociaux et consolidés fait l'objet d'une présentation du collège des Commissaires aux comptes portant, notamment, sur les principaux points d'audit identifiés et les options comptables retenues.

1.5. Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations

Le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations a pour missions essentielles d'émettre :

- des propositions sur la rémunération, les avantages en nature, les actions gratuites et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s) de la Société ainsi que sur la répartition des jetons de présence versés par la Société ;
- des avis sur les candidatures aux postes d'Administrateur et de Censeur, ou aux fonctions de membre du Comité exécutif du Groupe et de Direction générale de ses principales filiales.

Il est actuellement composé de trois membres (tous indépendants), désignés par le Conseil d'administration. Les membres actuels du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations sont Messieurs Albert Frère (Président), Charles de Croisset et Yves-Thibault de Silguy.

Le Comité s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2013 en présence deux fois de la totalité de ses membres et une fois des deux tiers de ses membres. Il a (i) émis des propositions relatives à la rémunération fixe et variable du Président-directeur général et du Directeur général délégué ainsi qu'à l'attribution d'actions de performance à ces mêmes personnes et (ii) rendu des avis sur la rémunération, les actions de performance, et les

avantages en nature attribués à certains Administrateurs par la Société ou ses filiales. Il a exprimé un avis favorable sur la conclusion de conventions intéressant un Administrateur. Il a également émis un avis sur le renouvellement des mandats d'Administrateur à soumettre au vote de l'Assemblée générale. Il a proposé de modifier l'obligation spécifique de conservation applicable aux actions de performance attribuées au Président-directeur général et au Directeur général délégué dans le cadre des plans mis en place entre 2010 et 2012. Le Comité a eu communication d'informations plus détaillées sur les systèmes de rémunération et d'incitation des cadres dirigeants du Groupe.

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 30 janvier 2014, le Comité a émis des recommandations, notamment sur (i) la rémunération variable au titre de l'année 2013 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) les rémunérations fixe et variable de ces mêmes personnes pour 2014. Il a examiné l'ensemble des mandats arrivant à échéance en 2014 et a exprimé un avis favorable sur la candidature de Madame Marie-Laure Sauty de Chalon aux fonctions d'Administrateur 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.

Le Collège des Censeurs est actuellement composé de trois membres : Messieurs Paolo Bulgari, Patrick Houël et Felix G. Rohatyn.

Il sera proposé à l'Assemblée générale du 10 avril 2014 le renouvellement des mandats de Censeur de Messieurs Paolo Bulgari, Patrick Houël et Felix G. Rohatyn.

1.7. Participation aux Assemblées générales

Les modalités de participation des actionnaires aux Assemblées générales et, notamment, les conditions d'attribution d'un droit de vote double aux actions détenues sous la forme nominative,

sont définies à l'article 23 des statuts (voir partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence).

1.8. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

Les informations relatives aux éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique visées à l'article L. 225-100-3 du Code de commerce figurent dans le « *Rapport de gestion du*

Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence.

1.9. Politique de rémunération des mandataires sociaux

Jetons de présence versés aux membres du Conseil d'administration

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

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'administration et des Censeurs conformément à la règle définie par le Conseil d'administration sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, à savoir :

- (i) deux unités pour chaque Administrateur ou Censeur ;
 - (ii) une unité additionnelle pour les fonctions de membre d'un Comité ;
 - (iii) deux unités additionnelles pour les fonctions de membre et Président d'un Comité ;
 - (iv) deux unités additionnelles pour les fonctions de Président ou de Vice-Président du Conseil d'administration de la Société ;
- étant précisé que le montant correspondant à une unité est obtenu en divisant le montant global des jetons de présence par le nombre total d'unités à servir.

Le paiement d'une partie des jetons de présence des Administrateurs est subordonné à leur participation aux réunions du Conseil d'administration et, le cas échéant, du ou des Comités dont ils sont membres. Un abattement est appliqué sur un montant correspondant aux deux tiers des jetons visés au (i) ci-dessus, proportionnel au nombre de réunions du Conseil auxquelles l'Administrateur concerné n'a pas participé. En outre, pour les membres des Comités, un abattement est appliqué sur les jetons complémentaires visés aux (ii) et (iii) ci-dessus, proportionnel au nombre de réunions du Comité dont il est membre auxquelles l'Administrateur concerné n'a pas participé.

Au titre de l'exercice 2013, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'administration un montant brut de 1 059 750 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 mandataires sociaux dirigeants 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 dirigeants 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 fixés. 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) par rapport au budget, chacun de ces trois éléments comptant pour un tiers. Les critères qualitatifs ont été établis de manière précise mais ne sont pas rendus publics pour des raisons de

confidentialité. La partie variable est plafonnée à 180 % de la rémunération fixe pour le Président-directeur général, et à 120 % de celle-ci pour le Directeur général délégué.

Le détail des rémunérations et avantages en nature accordés au Président-directeur général et au Directeur général délégué figure dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* » du Document de référence.

Lors de sa réunion du 4 février 2010, le Conseil d'administration a approuvé, conformément aux dispositions de l'article L. 225-42-1 du Code de commerce, la clause de non-concurrence figurant dans le contrat de travail de Monsieur Antonio Belloni – contrat suspendu pendant la durée de son mandat de Directeur général délégué ; cet engagement de non-concurrence d'une durée de douze mois prévoit le versement chaque mois d'une indemnité compensatoire égale à la rémunération mensuelle à la date de cessation des fonctions majorée du douzième du dernier bonus perçu. L'article 22 du code AFEP-MEDEF recommandant la cessation du contrat de travail du salarié devenant dirigeant mandataire social ne s'applique pas au Directeur général délégué, fonctions qu'il assume depuis le 26 septembre 2001.

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 dirigeants ou salariés du Groupe sont éligibles aux plans d'options ou d'actions gratuites mis en place par la Société. Les informations relatives aux conditions et

modalités d'attribution de ces plans figurent dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* » du Document de référence.

Les membres du Comité exécutif du Groupe, salariés ou dirigeants de sociétés françaises, justifiant d'une présence d'au moins six ans au sein dudit Comité, bénéficient d'un complément de retraite sous réserve qu'ils liquident leurs retraites acquises au titre des régimes externes simultanément à la cessation de leurs fonctions dans le Groupe, cette condition n'étant pas requise s'ils quittent le Groupe à l'initiative de ce dernier après l'âge de 55 ans et ne reprennent aucune activité professionnelle jusqu'à la liquidation de leurs retraites externes. Ce complément de retraite est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées perçues au cours de leur carrière dans le Groupe, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale. Le complément de retraite annuel est égal à la différence entre 60 % de ladite rémunération de référence (avec un plafond de 788 508 euros au 1^{er} janvier 2014) et la totalité des pensions servies par le régime général de la Sécurité sociale et les régimes complémentaires, notamment, de l'ARRCO et de l'AGIRC. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2013 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la Note 31 de l'annexe aux comptes consolidés.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toutes missions spécifiques qui leur sont confiées par le Conseil d'administration. Son montant est déterminé par le Conseil d'administration et communiqué aux Commissaires aux comptes de la Société.

2. PROCÉDURES DE GESTION DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE

Cette partie du rapport s'appuie sur le cadre de référence de l'AMF du 22 juillet 2010 relatif aux dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne, ses principes généraux et son guide d'application relatif au contrôle interne de l'information financière et comptable. Il tient compte des évolutions législatives et réglementaires intervenues depuis 2007, notamment la loi

du 3 juillet 2008 et l'ordonnance du 8 décembre 2008. Dans la continuité des actions suivies depuis 2008 lors de la publication du premier référentiel, le Groupe, en 2010, a revu le niveau d'adéquation de ses dispositifs au regard de ce nouveau cadre et a décidé de suivre la nouvelle structure proposée pour la rédaction de cette partie du Rapport du Président.

2.1. Périmètre et principes d'organisation et de formalisation

LVMH rassemble un ensemble de cinq principaux groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective. Les Autres activités regroupent le pôle média géré par le groupe Les Echos, le constructeur de yachts Royal Van Lent, les activités immobilières et les sociétés holdings. Ces groupes d'activités sont constitués de sociétés de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, Maisons mères de filiales à travers le monde.

Cette organisation garantit l'autonomie des marques, tout en permettant la mise en œuvre de synergies réelles entre sociétés

d'un même métier. La décentralisation et les responsabilités des dirigeants sont des principes fondamentaux d'organisation du Groupe.

La politique de gestion des risques et de contrôle interne en vigueur dans le Groupe est conforme à ces principes d'organisation :

- la société mère LVMH SA est responsable de ses propres systèmes de gestion des risques et de contrôle interne et assure un rôle de coordination et d'impulsion couvrant l'ensemble des sociétés du Groupe ; elle met à leur disposition, une méthodologie et un référentiel uniques, et une plate-forme

applicative centralisant l'ensemble des données de risques et de contrôle interne permettant ainsi une articulation structurée de ces deux domaines. (Voir § 2.2.4 ci-après) ;

- le Président d'une marque est 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'est pour les activités placées sous sa responsabilité.

Répondant aux directives européennes et ordonnance de décembre 2008, le Groupe, en 2010, a ajusté l'approche en place depuis 2003 : cette démarche, dénommée ERICA « *Enterprise Risk and Internal Control Assessment* » est une démarche globale d'amélioration et d'intégration des dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne.

La responsabilité des marques principales et branches sur cette démarche et les dispositifs mis en œuvre est attestée annuellement par la signature de deux lettres de représentation :

- une lettre d'affirmation portant à la fois sur les procédures de gestion des risques et celles relatives au contrôle interne, signée au 30 juin. 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. L'échéance du 30 juin permet d'assurer une meilleure intégration au cycle de planification (plan stratégique et budget) ;

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. Le Groupe a caractérisé le risque dit « majeur » comme un risque susceptible de porter atteinte à la continuité d'exploitation et/ou à l'atteinte des objectifs stratégiques.

La gestion des risques couvre cette acception très large qui déborde du 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.

- la lettre annuelle d'affirmation sur le reporting financier, comprenant un paragraphe dédié au contrôle interne. L'affirmation sur le contrôle interne et l'évaluation des risques financiers est ainsi élargie à l'ensemble des opérations entrant dans la consolidation financière du groupe LVMH.

Depuis 2013, et selon les circonstances, les Présidents sont amenés à présenter eux-mêmes au Comité d'audit la démarche de progrès menée sur leur périmètre de responsabilités, les réalisations et bénéfices tirés, les plans d'actions en cours et les perspectives pour l'année suivante.

Enfin le Comité d'audit a décidé en 2013 de déployer ce dispositif sur l'ensemble des entités du Groupe LVMH, à l'horizon du 30 juin 2015 ; un délai de 2 ans est accordé aux nouvelles acquisitions pour n'entrer dans cette démarche qu'une fois le processus d'intégration mené à son terme (Loro Piana sera ainsi intégré à cette démarche d'évaluation en 2015).

Au 30 juin 2013, ce dispositif d'auto-évaluation couvrait 69 % des entités de gestion, et près de 82 % du chiffre d'affaires du Groupe. Il intègre dans son périmètre les sociétés de production et de services, les holdings régionales et onze processus financiers centraux : Financement et trésorerie, Fiscalité, Consolidation, Clôture des comptes, Contrôle change et taux, Systèmes d'information Groupe, Systèmes d'information de la holding, Communication financière, Assurances, Contrôle de gestion, Fusions et acquisitions.

2.2.2. Organisation et composantes de la gestion des risques

Les risques sur nos marques et activités sont gérés au niveau de chacun de nos groupes d'activités et Maisons. De façon systématique, dans le cadre du cycle budgétaire et d'établissement du plan à trois ans, une identification et une évaluation des risques majeurs pesant sur les objectifs stratégiques, opérationnels et financiers sont menées et formalisées dans des parties dédiées des reporting correspondants.

La réduction des risques (fréquence et intensité) se fait à travers des actions de prévention, des actions de contrôle interne 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.

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 ».

Enfin, au-delà de ces processus, et afin de rassembler les marques autour d'un même cadre, le Groupe poursuit le projet de formalisation ERICA lancé en 2010 (développé au § 2.2.3 ci-dessous).

2.2.3. Formalisation du dispositif ERICA

Le dispositif ERICA structure et formalise la gestion des risques au sein du Groupe en fournissant :

- un cadre : chaque groupe d'activités/secteur entrant dans le projet fixe les rôles et responsabilités sur la démarche et les éventuels niveaux de criticité ;
- un processus d'identification, d'analyse et de traitement des risques avec le support d'un référentiel et d'une méthodologie uniques pour le Groupe ;
- un pilotage des plans d'actions visant à mettre en place ou renforcer les dispositifs de couverture ;
- un pilotage de l'efficacité des dispositifs de contrôle en place avec une revue périodique du niveau d'exposition aux risques identifiés.

Ce projet sera déployé sur l'ensemble des activités du groupe LVMH au 30 juin 2015 ; l'approche est volontairement pragmatique et progressive, privilégiant pour commencer un travail de fond sur quelques risques majeurs, avec déroulé de plans d'actions dans les Maisons et filiales suivant la nature des risques choisis : chaque secteur ainsi que nos holdings régionales ont sélectionné à ce jour, en Comité de direction, 6 risques majeurs en moyenne parmi les 42 du référentiel LVMH.

Afin de compléter ce dispositif de pilotage le Comité d'audit a souhaité que chaque secteur intègre dans sa cartographie 6 risques (risque médiatique, risque fournisseurs, risque de rareté des approvisionnements, risque d'accident sur site, risque de vols ou pertes de données sensibles et risques de vols ou dommages aux biens).

2.3. Principes généraux de contrôle interne

2.3.1. Définition et objectifs

Le Groupe utilise un référentiel interne établi en cohérence, pour l'essentiel, avec le référentiel COSO 3 (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*), et le nouveau cadre de référence de l'AMF.

Ainsi, sous l'impulsion du Conseil d'administration, du Comité d'audit de la performance, de la Direction générale, du management et autres responsables des Maisons et de leurs filiales, le contrôle interne, conformément à ce référentiel, comprend un ensemble de moyens, de comportements, de procédures et d'actions adaptés aux caractéristiques propres de chaque société qui :

- contribue à la maîtrise des activités, à l'efficacité des opérations et à l'utilisation efficiente des ressources ;
- doit lui permettre de prendre en compte de manière appropriée les risques significatifs, qu'ils soient opérationnels, financiers ou de conformité.

Des plate-formes d'échanges sont organisées par le département contrôle interne sur les familles de risques sélectionnées majoritairement. Ces échanges réunissant les gestionnaires de risques, opérationnels et contrôleurs internes, ont ainsi permis et accéléré l'échange de bonnes pratiques au sein 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 conjointement à la maîtrise des risques liés aux activités du Groupe.

Le dispositif de gestion des risques vise à identifier et analyser les principaux risques du Groupe. Les risques dépassant les limites considérées comme acceptables sont traités et, le cas échéant, font l'objet de plans d'action. Ces derniers peuvent prévoir la mise en place de contrôles, un transfert des conséquences financières (mécanisme d'assurance ou équivalent) ou une adaptation de l'organisation. Les contrôles à mettre en place et leur efficacité relèvent du dispositif de contrôle interne.

De son côté, le dispositif de contrôle interne s'appuie sur le dispositif de gestion des risques pour identifier les principaux risques et dispositifs à maîtriser.

Cette articulation a été traduite à la fois :

- dans les nouvelles fonctionnalités applicatives apportées à la plate-forme d'évaluation ERICA ;
- et dans le référentiel des risques majeurs, avec une présentation pour chaque risque majeur des dispositifs de couverture présents dans le référentiel de contrôle interne.

Cette articulation est également traduite dans le chapitre Facteurs de risques du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* » : pour chaque risque décrit sont présentés les modalités de traitement et les dispositifs de contrôles décidés et suivis par le Groupe ou les marques concernées.

Le contrôle interne 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 contrôle 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.

La structure du Groupe, composé d'un grand nombre de filiales très hétérogènes, dont certaines sont de taille modeste, est un facteur particulier de risque.

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, et également disponible sur le site LVMH. 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 et environnementale est diffusé en interne à travers un Intranet « *LVMH Mind* » consacré à la responsabilité sociale et environnementale, où chaque collaborateur référencé accède aux recommandations, procédures, outils et bonnes pratiques. Il y trouve également 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. Ces chartes et codes de conduite sont également disponibles sur le site LVMH.

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.

Depuis 2011, sous l'impulsion de la Direction de l'audit et du contrôle interne, les marques travaillent à la consolidation de leurs plans de continuité d'activité (PCA). Sur 2012 et 2013 un questionnaire a été déployé sur l'ensemble de nos entités significatives ; des sessions de formation et d'échanges de bonnes pratiques PCA ont été menées sur l'essentiel des Maisons du Groupe. Les efforts restent soutenus pour développer, et maintenir ces dispositifs en condition opérationnelle.

Par ailleurs, des réunions d'échanges de bonnes pratiques ont été organisées en 2012 et 2013 sur le sujet des délégations d'autorité, sur le processus de paiements (approbation des paiements, séparation des fonctions, signatures et pouvoirs bancaires, sécurisation des flux) et sur le dispositif de pilotage et contrôle des entrées et sorties de personnel.

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.

Sur l'Intranet finance, depuis le lancement de la démarche Risques, les acteurs impliqués dans la chaîne de gestion du risques disposent, en complément des informations fournies par la Direction des Risques et Assurances, des procédures et outils dédiés à l'évaluation, à la prévention et à la couverture des risques.

Les collaborateurs concernés par ces sujets sont également associés à une communauté dédiée sur la plate-forme collaborative du Groupe.

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'information (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 clés attendues. Il est régulièrement mis à jour en prenant en compte les nouveaux systèmes d'information et procédures. Ce référentiel structuré à l'origine sur le COSO couvre l'essentiel des dispositifs relatifs à l'élaboration comptable et financière et décrits par le cadre de référence de l'AMF.
- les bonnes pratiques et outils de mises en œuvre sont en ligne sur cet Intranet et couvrent les sujets sur lesquels le Groupe met l'accent, la fraude, 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, les bonnes pratiques en magasin.

Le Groupe et les personnes en charge du contrôle interne dans les Maisons veillent à la mise en place, s'ils ne le sont déjà, de ces contrôles essentiels à la réalisation des objectifs de contrôle interne sur les processus majeurs. Un effort particulier est demandé afin de documenter dans une procédure ces activités clés pour en garantir une qualité égale dans le temps et quelle que soit la personne qui les exécute.

Les activités de contrôle et de remédiation des faiblesses de contrôle interne sont reflétées, documentées et suivies dans le cadre de la démarche de pilotage suivie par l'ensemble des entités les plus significatives du Groupe (voir § 2.3.7).

Sur l'Intranet finance, se trouvent aussi les procédures 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.

Les collaborateurs concernés par ces sujets de contrôle interne sont également associés à une communauté dédiée sur la plate-forme collaborative du Groupe.

2.3.6. Systèmes d'information et de communication

Les plans stratégiques en termes de Systèmes d'information et de communication sont coordonnés par la Direction des systèmes d'information qui veille à l'harmonisation des solutions mises 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'information et revus régulièrement.

Les Systèmes d'information 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 Reprise d'Activité. En particulier, un Plan de continuité des opérations ainsi qu'un Plan de Reprise d'Activité ont été développés au niveau de la société mère LVMH SA et ont été testés.

Les entités significatives sont dotées d'un RSSI « Responsable de la sécurité des Systèmes d'Information ». Les RSSI sont animés par le RSSI Groupe et forment un réseau de vigilance pour surveiller l'évolution des risques SI et mettre en place les parades adéquates en fonction de la probabilité du risque et son impact potentiel.

Une démarche globale de tests d'intrusion depuis l'extérieur, l'intérieur ou les partenaires a également été menée et les plans d'actions sont suivis par la Direction des Systèmes d'Information du Groupe.

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, par les auditeurs internes et les Commissaires aux comptes :

- par le management ou les opérationnels sous le pilotage des contrôleurs internes ; le produit final de ce suivi est la lettre d'affirmation sur la gestion des risques et le contrôle interne ;

elle est signée par le Président et le Directeur financier ou par chaque membre du Comité de direction de chaque entité significative, confirmant ainsi leur appropriation et leur responsabilité sur le contrôle interne en termes de remontée des insuffisances et de leur remédiation (voir § 2.1);

- par l'Audit interne LVMH et les Commissaires aux comptes, qui fournissent au management des entités et à la Direction générale du Groupe les résultats de leurs travaux de revue et leurs recommandations. La revue du dispositif ERICA et de la qualité des auto-évaluations est partie intégrante de la mission de l'Audit interne sur les entités auditées.

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 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, onze processus clés listés au § 2.1 sont analysés en termes de risques associés et des plans d'actions définis et suivis pour remédier aux déficiences éventuelles.

2.4. Les acteurs de la gestion du risque et du contrôle interne

En plus de l'ensemble des collaborateurs qui contribuent tous à ces dispositifs, les acteurs suivants sont particulièrement impliqués à différents titres :

Au niveau Groupe

Le Conseil d'administration

Dans le cadre de ses responsabilités précédemment décrites, le Conseil d'administration contribue par la compétence et la responsabilité de ses membres, la clarté et la transparence des décisions, l'efficacité et la sécurité des contrôles – qui sont les principes déontologiques qui le gouvernent – à l'environnement général de contrôle. Le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF est celui auquel se réfère la Société.

Le Conseil est tenu régulièrement informé des caractéristiques des démarches et dispositifs de contrôle interne et de gestion des risques, et veille à la bonne prise en compte des risques majeurs dont il rend compte dans son Rapport de gestion (voir § 2 Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance).

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.

La démarche d'auto-évaluation couvre une liste unique de 83 contrôles clés établie par le contrôle interne Groupe et extraits du référentiel de contrôle interne décrit ci-dessus. Chaque entité suit la méthodologie inchangée depuis 2006 :

- revue des insuffisances et suivi par les managers et la Direction de leur remédiation ;
- formalisation et documentation de cette revue, évaluation et plans d'actions dans l'outil informatique de modélisation et de pilotage du contrôle interne, également adopté par d'autres sociétés membres du CAC 40 ;
- signature par la Direction de chaque entité de la lettre d'affirmation.

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. 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.

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 2013 dont 2 formant la Direction du contrôle interne. Cette équipe, centralement dirigée mais répartie sur deux bureaux, Paris et Hong-Kong, intervient dans l'ensemble du Groupe.

Entre quarante et cinquante missions sont réalisées chaque année ; en 2013, comme prévu dans les objectifs, près de 80 entités ont été couvertes réparties également entre régions et groupes d'activités, avec sur 2013 une couverture légèrement renforcée de la Mode et Maroquinerie et de la région Asie.

Le suivi des recommandations sur les missions passées est renforcé par des visites sur site systématiques pour les sociétés présentant les enjeux les plus significatifs.

L'Audit interne intervient dans le cadre d'un plan pluriannuel actualisé chaque année. Ce plan pluriannuel d'interventions permet de vérifier et de renforcer la compréhension et l'appropriation du processus de contrôle interne ainsi que la correcte application des procédures en vigueur. Le plan d'audit est élaboré à partir d'une analyse des risques potentiels, existants ou émergents, par type d'activité (taille, contribution au résultat, éloignement géographique, qualité du management en place...) et d'entretiens avec les responsables opérationnels concernés. L'Audit interne intervient à la fois sur des thèmes opérationnels et sur les thèmes financiers. Une revue du processus d'auto-évaluation et de ses résultats est systématique pour les entités significatives concernées.

Le plan prévu peut être modifié en réponse à des changements d'environnement économique et politique ou à des réorientations stratégiques internes.

L'Audit interne restitue ses travaux à la Direction de l'entité concernée et rend compte à la Direction générale du Groupe

via un rapport de synthèse et un rapport détaillé précisant les recommandations et l'engagement du management de les appliquer dans des délais raisonnables. L'Audit interne met les Commissaires aux comptes en copie des rapports émis et les rencontre périodiquement pour échanger sur les points à date concernant le contrôle interne.

Les grandes orientations du plan annuel et pluriannuel d'audit ainsi que les principales conclusions de l'année en cours et le suivi des recommandations les plus significatives sur les missions passées sont présentées au Comité d'audit de la performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernés.

En outre, l'Audit interne coordonne la mise en œuvre des dispositions de la Loi de Sécurité financière relatives au contrôle interne pour le Groupe par le biais d'une Direction dédiée au contrôle interne. Cette dernière suit et anticipe les évolutions réglementaires pour adapter les dispositifs.

La Direction du 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.

Les auditeurs et contrôleurs internes de nos marques

Les branches et secteurs les plus significatifs disposent d'auditeurs ou contrôleurs dédiés qui s'assurent de la conformité, aux règles et au référentiel de contrôle interne Groupe de l'organisation des Maisons mère et de leurs filiales.

2.5. La gestion des risques et le contrôle interne propres à l'information financière et comptable

2.5.1. Organisation

La gestion des risques et le contrôle interne relatifs à l'information comptable et financière sont organisés à partir de la coopération et du contrôle des Directions suivantes regroupées au sein de la Direction financière : Comptabilité et consolidation, Contrôle de gestion, Systèmes d'information, Direction du financement et de la trésorerie, Fiscalité et Communication financière.

La Direction comptable est responsable de la production et de l'établissement des comptes sociaux des holdings et des comptes consolidés, en particulier des comptes et documents financiers publiés au 30 juin, le rapport semestriel, et au 31 décembre, le Document de référence.

Dans ce cadre, la Direction comptable définit les normes comptables du Groupe, veille à leur diffusion et à leur application

et met en place les formations nécessaires ; la Direction comptable veille également au maintien d'un système informatique de reporting financier approprié et coordonne la mission des Commissaires aux comptes du Groupe.

La Direction du contrôle de gestion est responsable de la coordination du processus budgétaire et de ses ré-estimés établis en cours d'année ainsi que du plan stratégique à cinq ans. Elle produit le reporting mensuel de gestion, ainsi que toutes les analyses nécessaires à la Direction générale (voir § 2.5.4 Reporting de gestion ci-dessous) ; elle assure également le suivi 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 essentiel et incontournable du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques financiers.

La Direction des Systèmes d'information définit et met en place les Systèmes d'information 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, des centres d'hébergement informatique et des applications transversales partagés 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'information par groupe d'activités et sociétés.

La Direction des financements et de la trésorerie est responsable de l'application de la politique financière du Groupe qui comprend la gestion optimisée du bilan, la stratégie de financement, la maîtrise des frais financiers, la rentabilité des excédents de trésorerie et des investissements, l'amélioration de la structure financière, et une politique prudente de gestion des risques de solvabilité, de liquidité, de marchés et de contrepartie. Au sein de cette Direction, la Trésorerie Internationale veille plus particulièrement à la centralisation des disponibilités excédentaires du Groupe, à la prévision des besoins de financements des sociétés par le biais de révisés trimestriels élaborés par ces sociétés, et répond aux besoins de liquidités et de financements court et moyen terme des filiales. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change.

Au département des Marchés, également situé au sein de cette Direction, est déléguée la mise en œuvre de la politique de couverture des risques de marché générés directement ou indirectement par les sociétés du Groupe. Il est à cet égard responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de taux et de contrepartie, destinée à limiter l'impact défavorable des fluctuations des taux d'intérêt et des risques de crédit des contreparties financières sur les opérations financières et les investissements.

Dans ce cadre, une politique de gestion et des procédures très strictes ont été mises en place pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché. Au sein de cette Direction, la distinction

entre *front office* et *back office*, ainsi que l'existence d'une cellule de contrôle indépendante rapportant au Directeur comptable sont les garants du respect de la séparation des tâches. Cette organisation s'appuie sur un système d'informations intégré qui permet un contrôle en temps réel des opérations de couverture. Le dispositif de couverture est présenté périodiquement au Comité d'audit de la performance. Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

La Direction fiscale coordonne la préparation des déclarations fiscales en veillant au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, conseille les différents groupes d'activités et sociétés, et définit la stratégie en matière de planning fiscal lié aux orientations opérationnelles du Groupe. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale et coordonne le reporting unifié des données fiscales.

La Direction de la communication financière est responsable de la coordination des informations diffusées à la communauté financière afin de lui donner une compréhension claire, transparente et précise de la performance et des perspectives du Groupe. Elle a aussi pour rôle de fournir à la Direction générale les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel. En travaillant en étroite collaboration avec la Direction générale et avec les groupes d'activités, elle détermine les messages clés ; elle en assure la cohérence et en coordonne la diffusion au travers de moyens divers (rapport annuel et semestriel, présentations financières, réunions avec les actionnaires ou les analystes, site Internet...).

Chacune de ces Directions coordonne le contrôle interne à caractère financier du Groupe dans son domaine respectif via les Directions financières des groupes d'activités, des sociétés et des filiales, elles-mêmes responsables de fonctions similaires dans leurs entités. Ainsi, chacune des Directions centrales anime son dispositif de contrôle à travers sa ligne fonctionnelle (Contrôleur de gestion, Responsable comptable, Consolidateur, 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 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 comptables 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 communiquée et une anticipation du traitement des opérations complexes.

La qualité de l'information financière, et sa régularité au regard des normes, sont également garanties par des échanges permanents avec les Commissaires aux comptes lorsque les situations sont complexes et laissent place à l'interprétation.

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 2010 a lancé le projet ERICA, démarche intégrant gestion des risques et contrôle interne, et conformément à l'objectif engagé depuis 2011 l'ensemble de ses activités sur cette démarche.

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 2013.

Il appartient au Président d'établir et de soumettre à l'approbation du Conseil d'administration un rapport rendant compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place au sein de la société et donnant les autres informations requises par l'article L. 225-37 du Code de commerce relatives notamment au dispositif en matière de gouvernement d'entreprise.

Il nous appartient :

- de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations contenues dans le Rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, et
- d'attester que ce rapport comporte les autres informations requises par l'article L. 225-37 du Code de commerce, étant précisé qu'il ne nous appartient pas de vérifier la sincérité de ces autres informations.

Nous avons effectué nos travaux conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France.

Informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le Rapport du Président. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière sous-tendant les informations présentées dans le Rapport du Président ainsi que de la documentation existante ;
- prendre connaissance des travaux ayant permis d'élaborer ces informations et de la documentation existante ;
- déterminer si les déficiences majeures du contrôle interne relatif à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière que nous aurions relevées dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le Rapport du Président.

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

Autres informations

Nous attestons que le Rapport du Président du Conseil d'administration comporte les autres informations requises à l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 18 février 2014

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet

Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

Comptes consolidés

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	120
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	121
BILAN CONSOLIDÉ	122
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	123
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	124
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	125
PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES	184
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	190

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	2013	2012	2011
Ventes	23-24	29 149	28 103	23 659
Coût des ventes		(10 055)	(9 917)	(8 092)
Marge brute		19 094	18 186	15 567
Charges commerciales		(10 849)	(10 101)	(8 360)
Charges administratives		(2 224)	(2 164)	(1 944)
Résultat opérationnel courant	23-24	6 021	5 921	5 263
Autres produits et charges opérationnels	25	(127)	(182)	(109)
Résultat opérationnel		5 894	5 739	5 154
Coût de la dette financière nette		(103)	(140)	(151)
Autres produits et charges financiers		(96)	126	(91)
Résultat financier	26	(199)	(14)	(242)
Impôts sur les bénéfices	27	(1 755)	(1 820)	(1 453)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	7	4	6
Résultat net avant part des minoritaires		3 947	3 909	3 465
Part des minoritaires	17	(511)	(485)	(400)
Résultat net, part du Groupe		3 436	3 424	3 065
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	28	6,87	6,86	6,27
Nombre d'actions retenu pour le calcul		500 283 414	499 133 643	488 769 286
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	28	6,83	6,82	6,23
Nombre d'actions retenu pour le calcul		503 217 497	502 229 952	492 207 492

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 ^[a]	2011 ^[a]
Résultat net avant part des minoritaires	3 947	3 909	3 465
Variation du montant des écarts de conversion	(346)	(99)	190
Effets d'impôt	(48)	(18)	47
	(394)	(117)	237
Variation de valeur des investissements et placements financiers	963	(27)	1 634
Montants transférés en résultat	(16)	(14)	(38)
Effets d'impôt	(35)	(6)	(116)
	912	(47)	1 480
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	304	182	95
Montants transférés en résultat	(265)	13	(168)
Effets d'impôt	(17)	(50)	21
	22	145	(52)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat	540	(19)	1 665
Variation de valeur des terres à vignes	369	85	25
Effets d'impôt	(127)	(28)	(11)
	242	57	14
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels	80	(101)	(45)
Effets d'impôt	(22)	29	13
	58	(72)	(32)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat	300	(15)	(18)
Résultat global	4 787	3 875	5 112
Part des minoritaires	(532)	(470)	(429)
Résultat global, part du Groupe	4 255	3 405	4 683

[a] Les états globaux des gains et pertes consolidés aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012 ^[a]	2011 ^[a]
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	11 458	11 510	11 482
Écarts d'acquisition	4	9 959	7 806	6 957
Immobilisations corporelles	6	9 602	8 769	8 017
Participations mises en équivalence	7	152	163	170
Investissements financiers	8	7 080	6 004	5 982
Autres actifs non courants	9	432	519	478
Impôts différés	27	909	954	760
Actifs non courants		39 592	35 725	33 846
Stocks et en-cours	10	8 586	8 080	7 510
Créances clients et comptes rattachés	11	2 189	1 985	1 878
Impôts sur les résultats		235	201	121
Autres actifs courants	12	1 851	1 811	1 455
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	3 221	2 196	2 303
Actifs courants		16 082	14 273	13 267
Total de l'actif		55 674	49 998	47 113
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012 ^[a]	2011 ^[a]
Capital	15.1	152	152	152
Primes	15.1	3 849	3 848	3 801
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(451)	(414)	(485)
Écarts de conversion	15.4	(8)	342	431
Écarts de réévaluation		3 900	2 731	2 637
Autres réserves		15 817	14 341	12 770
Résultat net, part du Groupe		3 436	3 424	3 065
Capitaux propres, part du Groupe		26 695	24 424	22 371
Intérêts minoritaires	17	1 028	1 084	1 055
Capitaux propres		27 723	25 508	23 426
Dette financière à plus d'un an	18	4 159	3 836	4 132
Provisions à plus d'un an	19	1 755	1 756	1 530
Impôts différés	27	3 934	3 960	3 925
Autres passifs non courants	20	6 403	5 456	4 506
Passifs non courants		16 251	15 008	14 093
Dette financière à moins d'un an	18	4 688	2 976	3 134
Fournisseurs et comptes rattachés		3 308	3 134	2 952
Impôts sur les résultats		382	442	443
Provisions à moins d'un an	19	322	335	349
Autres passifs courants	21	3 000	2 595	2 716
Passifs courants		11 700	9 482	9 594
Total du passif et des capitaux propres		55 674	49 998	47 113

[a] Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

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				
						Investis- sements et placements financiers	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		Enga- gements envers le personnel	Part du Groupe	Intérêts mino- ritaires	Total	
Notes		15.1		15.2	15.4							17		
Au 1 ^{er} janvier 2011	490 642 232	147	1 782	(607)	230	510	31	703	-	14 402	17 198	1 006	18 204	
Effets des changements de normes (voir Note 1.2)										(52)	(52)	(2)	(54)	
Au 1 ^{er} janvier 2011, après retraitement	490 642 232	147	1 782	(607)	230	510	31	703	-	14 350	17 146	1 004	18 150	
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					201	1 480	(46)	11	(28)		1 618	29	1 647	
Résultat net										3 065	3 065	400	3 465	
Résultat global		-	-	-	201	1 480	(46)	11	(28)	3 065	4 683	429	5 112	
Charges liées aux plans d'options										49	49	3	52	
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				15						(8)	7	-	7	
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 395 835		94								94	-	94	
Annulation d'actions LVMH	(2 259 454)		(107)	107							-	-	-	
Prise de contrôle de Bulgari	18 037 011	5	2 032							201	2 238	772	3 010	
Augmentations de capital des filiales											-	4	4	
Dividendes et acomptes versés										(1 069)	(1 069)	(187)	(1 256)	
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(5)	(5)	20	15	
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(681)	(681)	(785)	(1 466)	
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(91)	(91)	(205)	(296)	
Au 31 décembre 2011, après retraitement	507 815 624	152	3 801	(485)	431	1 990	(15)	714	(28)	15 811	22 371	1 055	23 426	
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(89)	(47)	133	44	(60)		(19)	(15)	(34)	
Résultat net										3 424	3 424	485	3 909	
Résultat global		-	-	-	(89)	(47)	133	44	(60)	3 424	3 405	470	3 875	
Charges liées aux plans d'options										50	50	3	53	
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				24						(12)	12	-	12	
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 344 975		94								94	-	94	
Annulation d'actions LVMH	(997 250)		(47)	47							-	-	-	
Augmentations de capital des filiales											-	8	8	
Dividendes et acomptes versés										(1 448)	(1 448)	(317)	(1 765)	
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(11)	(11)	(11)	(22)	
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(39)	(39)	(26)	(65)	
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(10)	(10)	(98)	(108)	
Au 31 décembre 2012, après retraitement	508 163 349	152	3 848	(414)	342	1 943	118	758	(88)	17 765	24 424	1 084	25 508	
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(350)	912	18	188	51		819	21	840	
Résultat net										3 436	3 436	511	3 947	
Résultat global		-	-	-	(350)	912	18	188	51	3 436	4 255	532	4 787	
Charges liées aux plans d'options										31	31	3	34	
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(103)						(7)	(110)	-	(110)	
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 025 418		67								67	-	67	
Annulation d'actions LVMH	(1 395 106)		(66)	66							-	-	-	
Augmentations de capital des filiales											-	8	8	
Dividendes et acomptes versés										(1 500)	(1 500)	(228)	(1 728)	
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										1	1	50	51	
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(73)	(73)	(76)	(149)	
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(400)	(400)	(345)	(745)	
Au 31 décembre 2013	507 793 661	152	3 849	(451)	(8)	2 855	136	946	(37)	19 253	26 695	1 028	27 723	

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>		Notes	2013	2012	2011
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION					
Résultat opérationnel			5 894	5 739	5 154
Dotations nettes aux amortissements et provisions			1 454	1 299	999
Autres charges calculées			(29)	(62)	(45)
Dividendes reçus			86	188	61
Autres retraitements			(76)	(51)	(32)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité			7 329	7 113	6 137
Coût de la dette financière nette : intérêts payés			(112)	(154)	(152)
Impôt payé			(1 979)	(1 970)	(1 544)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt			5 238	4 989	4 441
Variation du besoin en fonds de roulement	14.1		(617)	(813)	(534)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation			4 621	4 176	3 907
Investissements d'exploitation	14.2		(1 663)	(1 702)	(1 730)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)			2 958	2 474	2 177
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS					
Acquisitions d'investissements financiers	8		(197)	(131)	(518)
Cessions d'investissements financiers	8		38	36	17
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4		(2 158)	(45)	(785) ^(a)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers			(2 317)	(140)	(1 286)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL					
Augmentations de capital de la société LVMH	15.1		66	94	94 ^(a)
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	17		7	8	3
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2		(113)	5	2
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	15.3		(1 501)	(1 447)	(1 069)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	17		(220)	(314)	(189)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2.4		(150)	(206)	(1 413)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital			(1 911)	(1 860)	(2 572)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement			(1 270)	474	(1 681)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT					
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières			3 145	1 068	2 659
Remboursements d'emprunts et dettes financières			(1 099)	(1 526)	(1 005)
Acquisitions et cessions de placements financiers	13		101	(67)	6
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement			2 147	(525)	1 660
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION			46	(42)	60
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)			923	(93)	39
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	14		1 988	2 081	2 042
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	14		2 911	1 988	2 081
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :					
- investissements par location financement			7	5	3

(a) Non compris les effets de la quote-part de l'acquisition de Bulgari rémunérée par augmentation de capital de LVMH SA du 30 juin 2011, qui n'a pas généré de flux de trésorerie.

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1.	PRINCIPES COMPTABLES	126
2.	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	133
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	138
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	140
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	141
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	142
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	144
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	145
9.	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	146
10.	STOCKS ET EN-COURS	146
11.	CLIENTS	147
12.	AUTRES ACTIFS COURANTS	148
13.	PLACEMENTS FINANCIERS	148
14.	TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	149
15.	CAPITAUX PROPRES	150
16.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	153
17.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	156
18.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	157
19.	PROVISIONS	160
20.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	161
21.	AUTRES PASSIFS COURANTS	162
22.	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	162
23.	INFORMATION SECTORIELLE	168
24.	VENTES ET CHARGES PAR NATURE	171
25.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	172
26.	RÉSULTAT FINANCIER	173
27.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	174
28.	RÉSULTAT PAR ACTION	176
29.	ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL	177
30.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	180
31.	PARTIES LIÉES	181
32.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	183

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2013 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2013. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2013 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 30 janvier 2014.

1.2. Évolutions en 2013 du référentiel comptable applicable à LVMH

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2013

Les normes applicables à LVMH à compter du 1^{er} janvier 2013 sont les suivantes :

- les amendements de la norme IAS 19 traitant des engagements relatifs aux avantages au personnel (retraites, remboursement de frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel), qui prévoient la reconnaissance immédiate des écarts actuariels en capitaux propres ainsi que le calcul du rendement des actifs financiers selon le taux d'actualisation

utilisé pour valoriser l'engagement et non plus selon le taux de rendement attendu.

Le groupe LVMH appliquait jusqu'au 31 décembre 2012 la méthode du « corridor », conduisant à ne pas comptabiliser la portion des engagements envers le personnel issue des écarts actuariels si celle-ci était inférieure à 10 % du montant de l'engagement. En raison de la disparition de cette méthode à compter du 1^{er} janvier 2013, LVMH a enregistré en contrepartie des capitaux propres une provision complémentaire de 85 millions d'euros, correspondant au montant des écarts actuariels non encore reconnus au 1^{er} janvier 2011, date de première application, ainsi que l'impôt différé actif attaché, soit un montant net de 54 millions d'euros. Les écarts actuariels constatés en 2011 et 2012, y compris l'effet du retraitement du rendement des actifs financiers au taux d'actualisation et après déduction des montants amortis en résultat en 2011 et 2012, ont été enregistrés rétrospectivement en gains et pertes en capitaux propres. Ainsi, le résultat des exercices 2011 et 2012 n'a pas été retraité, l'effet du changement de norme sur chacun de ces exercices étant inférieur à 5 millions d'euros. L'effet rétrospectif du changement de méthode sur les capitaux propres est décrit ci-dessous :

(en millions d'euros)	Provisions à plus d'un an	Autres actifs non courants	Impôts différés	Capitaux propres	dont : Part du Groupe	Intérêts minoritaires
Au 1 ^{er} janvier 2011	(85)	-	31	(54)	(52)	(2)
Gains et pertes en capitaux propres	(45)	-	13	(32)	(28)	(4)
Au 31 décembre 2011	(130)	-	44	(86)	(80)	(6)
Gains et pertes en capitaux propres	(96)	(5)	29	(72)	(60)	(12)
Au 31 décembre 2012	(226)	(5)	73	(158)	(140)	(18)
dont : Autres réserves				(54)	(52)	(2)
Écarts de réévaluation				(104)	(88)	(16)

- l'amendement d'IAS 1 sur les gains et pertes enregistrés en capitaux propres et leur présentation distincte, selon qu'ils sont ou non transférables en compte de résultat dans le futur ;
- la norme IFRS 13, qui définit les règles de détermination de la juste valeur et les informations méthodologiques à fournir en annexe lorsque la juste valeur est utilisée. L'application de ce texte n'a pas eu d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe. Voir Note 1.8.

Normes, amendements et interprétations dont l'application sera obligatoire au 1^{er} janvier 2014

Les normes applicables à LVMH à compter du 1^{er} janvier 2014 sont principalement les normes IFRS 10, IFRS 11 et IFRS 12 sur la consolidation. Celles-ci redéfinissent la notion de contrôle exercé sur une entité, supprimant la possibilité d'utiliser

l'intégration proportionnelle pour la consolidation des entités sous contrôle conjoint, seule la méthode de consolidation par mise en équivalence étant admise, et complétant les informations requises dans l'annexe aux comptes consolidés.

L'application de ces textes n'aura pas d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe, les entités consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle représentant une contribution peu importante aux comptes du Groupe. Ces entités étant pleinement intégrées aux activités opérationnelles du Groupe, LVMH présentera leur résultat net, ainsi que celui des entités actuellement mises en équivalence (voir Note 7), sur une ligne distincte du résultat opérationnel courant.

La méthode de consolidation des filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo ne sera pas affectée (voir Note 1.5 concernant la méthode de consolidation de ces filiales).

Autres évolutions normatives

Le Groupe est informé de l'évolution des discussions en cours de l'IFRIC et de l'IASB relatives à la comptabilisation des engagements d'achat de titres de minoritaires et des variations de leurs montants. Voir Note 1.11 concernant le mode de comptabilisation de ces engagements au 31 décembre 2013.

Le Groupe suit également l'évolution du projet de norme relatif à la comptabilisation des contrats de location.

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 ont notamment été les suivantes :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. La comptabilisation du rapprochement des groupes Moët Hennessey 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 ;
- conversion des comptes des filiales hors zone euro : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales hors zone euro ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves ».

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. Voir Note 1.2 concernant les impacts de l'application des normes IFRS 10 et IFRS 11 à partir du 1^{er} janvier 2014.

Les filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part de leur bilan et compte de résultat correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.24).

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

1.6. Conversion des états financiers des entités hors zone Euro

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

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

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

1.7. Opérations en devises et couvertures de change

Les opérations réalisées par les sociétés consolidées dans des devises autres que leur monnaie fonctionnelle sont converties dans leur monnaie fonctionnelle aux cours des devises à la date de ces opérations.

Les créances et dettes exprimées en devises autres que la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont converties aux cours de ces devises à la date de clôture. Les pertes et gains de change latents résultant de cette conversion sont enregistrés :

- en coût des ventes pour les opérations à caractère commercial ;
- en résultat financier pour les opérations de nature financière.

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

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture d'opérations commerciales réalisées dans une devise autre que la monnaie fonctionnelle de la société concernée, ceux-ci sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché (voir Note 1.8) 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 qu'à la valeur temps des contrats d'options sont systématiquement considérées comme part inefficace.

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture de situations nettes de filiales hors zone Euro, la variation de leur

juste valeur est inscrite dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion », à hauteur de la part efficace, et en résultat financier pour la part inefficace.

En l'absence de relation de couverture, les variations de valeur de marché des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Voir également Note 1.20 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

1.8. Évaluation à la juste valeur

La juste valeur (ou valeur de marché) correspond, pour les actifs, au prix de vente qui serait obtenu en cas de cession et, pour les passifs, au montant qui serait versé pour les transférer, ces transactions hypothétiques étant conclues dans des conditions de négociation normales.

Les actifs et passifs évalués à leur juste valeur lors de chaque clôture sont les suivants :

	Modalités de détermination de la juste valeur (niveau dans la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13 Évaluation à la juste valeur)	Montants enregistrés à la date de clôture
Terres à vigne	Sur la base de transactions récentes portant sur des actifs similaires (niveau 2). Voir Note 1.12.	Note 6.1, Note 1
Vendanges	Sur la base des prix d'achat de raisins équivalents (niveau 2). Voir Note 1.15.	Note 10
Instruments dérivés	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés (niveau 2). Voir Note 1.20.	Note 22.4
Dettes financières couvertes contre le risque de variation de valeur résultant de l'évolution des taux d'intérêt	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés (niveau 2). Voir Note 1.19.	Note 18
Dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires dont la formule de prix est la juste valeur	Généralement, sur la base des multiples boursiers de sociétés comparables (niveau 2).	Note 20
Investissements et placements financiers	Actifs cotés : cotation boursière au cours de clôture (niveau 1). Actifs non cotés : estimation de leur valeur de réalisation, soit selon des formules de calcul reposant sur des cotations de marché (niveau 2), soit sur la base de cotations privées (niveau 3). Voir Note 1.14.	Note 8, Note 13
Trésorerie et équivalents	Au cours de clôture (niveau 1). Voir Note 1.17.	Note 14

Aucun autre actif ou passif n'a été réévalué à sa valeur de marché à la date de clôture.

1.9. Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

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

Les marques et enseignes sont évaluées à titre principal par la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés ou sur la base 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 la base des 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 similaire sans marque ; enfin, la méthode du coût de reconstitution d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité et de promotion.

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 1.13.

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 sur la durée du bail ;
- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels : 1 à 5 ans.

1.10. Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

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 ».

Depuis le 1^{er} janvier 2010 et pour les opérations réalisées après cette date, 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 comptabilisée 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 1.13. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

1.11. 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 annulés ;
- pour les engagements contractés antérieurement au 1^{er} janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires annulés est maintenue à l'actif du bilan, en écart d'acquisition, ainsi que les variations ultérieures de cette différence. Pour les engagements contractés à compter du 1^{er} janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires est enregistrée en capitaux propres, en « Autres réserves ».

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

1.12. 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 (niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13). 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 majoritairement occupés par des tiers sont présentés en immeubles locatifs, à leur coût d'acquisition, sans réévaluation à valeur de marché.

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

La base amortissable des immobilisations corporelles est constituée du coût d'acquisition de leurs composants, diminué de la valeur résiduelle ; la valeur résiduelle correspond à l'estimation de valeur de revente de l'immobilisation au terme de la période d'utilisation.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation ; les durées retenues sont les suivantes :

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| - constructions, immeubles locatifs | 20 à 50 ans |
| - matériels et installations | 3 à 25 ans |
| - agencements | 3 à 10 ans |
| - vignobles | 18 à 25 ans |

Les frais d'entretien et de réparation sont comptabilisés en charges lors de leur réalisation.

1.13. Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont réalisés pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte de valeur apparaît, et au moins une fois par an pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, principalement les marques, enseignes et écarts d'acquisition. Lorsque la valeur nette comptable de ces actifs à durée de vie indéfinie devient supérieure au montant le plus élevé de leur valeur d'utilité ou de marché, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence ; la dépréciation, imputée en priorité sur l'écart d'acquisition, est comptabilisée en « Autres produits et charges opérationnels ».

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

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

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluri-annuels établis par la Direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. À la valeur résultant des flux de trésorerie prévisionnels actualisés, s'ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels reflète le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.14. 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 1.17).

Investissements et placements financiers sont évalués au cours de clôture s'il s'agit d'actifs cotés (Niveau 1 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13), et sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation à cette date s'il s'agit d'actifs non cotés (Niveau 2 ou 3 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13).

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en capitaux propres en « Écarts de réévaluation ». En cas de perte de valeur jugée définitive, une dépréciation de ce montant est enregistrée en résultat financier, la dépréciation n'étant reprise en résultat qu'au moment de la cession des investissements et placements financiers sous jacents.

1.15. 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 sur la base de la valeur de marché de la vendange correspondante, déterminée par référence au prix moyen d'achat de raisins équivalents (Niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13), comme si les raisins récoltés avaient été acquis auprès de tiers. Jusqu'à la date de vendange, l'évaluation des raisins, comptabilisée *pro rata temporis*, se fait sur la base d'un rendement et d'une valeur de marché estimés.

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

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

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

1.16. 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.

1.17. Trésorerie et équivalents de trésorerie

La ligne « Trésorerie et équivalents de trésorerie » inclut les liquidités ainsi que les placements monétaires immédiatement disponibles dont la valeur dans le temps présente un risque de variation négligeable.

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché (niveau 1 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13) et au cours de change à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

1.18. Provisions

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

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

1.19. 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 résultant de l'évolution des taux d'intérêt, le montant couvert de la dette, ainsi que les instruments de couverture associés, figurent au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; les effets de cette réévaluation sont enregistrés en résultat financier. La valeur de marché de la dette couverte est déterminée selon des méthodes similaires à celles décrites ci-après en Note 1.20.

En cas de couverture du risque d'évolution de la charge d'intérêt future, la dette financière dont les flux sont couverts reste comptabilisée au coût amorti, la variation de valeur de la part efficace de l'instrument de couverture étant enregistrée dans les capitaux propres en « Écarts de réévaluation ».

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

Lorsqu'un instrument dérivé est incorporé à la dette financière, celle-ci est comptabilisée à sa valeur de marché ; les variations de valeur de marché sont enregistrées en résultat financier.

La dette financière nette est constituée des dettes financières à plus et moins d'un an et de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt, sous déduction du montant des placements financiers, de la trésorerie et équivalents de trésorerie à la date de clôture ainsi que de la valeur de marché à cette date des instruments dérivés sur risque de change associés à l'un de ces éléments.

Voir également Note 1.20 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

1.20. Instruments dérivés

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

La mise en œuvre d'une comptabilité de couverture requiert, selon IAS 39, de démontrer et documenter l'efficacité de la relation de couverture lors de sa mise en place et pendant sa durée. L'efficacité de la couverture sur le plan comptable est vérifiée par le rapport des variations de valeur du dérivé et du sous-jacent couvert, ce rapport devant rester dans une fourchette comprise entre 80 et 125 %.

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.7 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.19 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 (niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13) ; 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.

1.21. 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 15.2) 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.

1.22. Retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Lorsque les régimes d'indemnités de départ à la retraite, de retraites, de participation aux frais médicaux ou autres prévoient le versement par le Groupe de cotisations à des organismes extérieurs responsables du paiement ultérieur des indemnités, des retraites ou de la participation aux frais médicaux, ces cotisations sont comptabilisées dans les charges de l'exercice au titre duquel elles sont dues, aucun passif n'étant comptabilisé au bilan.

Lorsque le versement des indemnités de départ à la retraite, des retraites, de la participation aux frais médicaux ou autres sont à la charge du Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant pour le Groupe donne lieu à provision au bilan. Depuis le 1^{er} janvier 2013, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011, la variation de cette provision est comptabilisée :

- en résultat opérationnel courant de l'exercice, pour la part correspondant au service rendu par les employés durant l'exercice et au coût financier net de l'exercice ;
- en gains et pertes enregistrés en capitaux propres, pour la part liée à l'évolution des hypothèses actuarielles et aux écarts entre les données projetées et les données réelles (« effets d'expérience »).

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.

1.23. 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 estimés 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 font l'objet de provisions à hauteur des distributions envisagées.

1.24. Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

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

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

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

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

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

Provision pour retours de produits

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

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

Activités en partenariat avec Diageo

Une partie significative des ventes des activités Vins et Spiritueux est réalisée dans le cadre d'accords de distribution avec Diageo, consistant le plus souvent en un partenariat dans des entités communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du compte de résultat et du bilan de ces entités entre LVMH et Diageo étant régi par les accords de distribution. Sur la base de ces accords, LVMH consolide ces entités à hauteur de la quote-part du compte de résultat et du bilan concernant ses propres marques. L'application d'IFRS 11 à compter du 1^{er} janvier 2014 n'aura aucun effet sur cette méthode. Voir Note 1.2.

1.25. 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.

1.26. Plans d'options et assimilés

Les plans d'options d'achat ou de souscription d'actions donnent lieu à enregistrement d'une charge constituée de l'amortissement de l'estimation du gain pour les bénéficiaires de ces plans ; l'estimation du gain est calculée selon la méthode

Black & Scholes sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant attribué les options.

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'estimation du gain est calculée sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant mis en place le plan et sous déduction du montant des dividendes anticipés sur la période d'acquisition des droits. Une décote peut être appliquée à la valeur des actions gratuites ainsi calculée pour tenir compte, le cas échéant, d'une période d'incessibilité.

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

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

1.27. 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, enseignes 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.

1.28. 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 1.26), 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 2013

2.1.1. Vins et Spiritueux

Au premier trimestre 2013, le Groupe a acquis une participation complémentaire de 30 % dans Château d'Yquem, portant son pourcentage de détention à 95 %. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

2.1.2. Mode et Maroquinerie

Loro Piana

En juillet 2013, LVMH a signé un Protocole d'accord portant sur l'acquisition de 80 % du capital de la Maison italienne Loro Piana, fabricant et distributeur de tissus, de vêtements et d'accessoires de luxe. Le 5 décembre 2013, en application de ce Protocole, LVMH a acquis 80 % de Loro Piana pour 1 987 millions d'euros. Loro Piana a été consolidé par intégration globale à compter du 5 décembre 2013. Le capital non acquis, soit 20 %, fait l'objet de promesses croisées de vente et d'achat, exerçables au plus tard trois ans suivant le 5 décembre 2013. La différence entre la valeur de l'engagement d'achat (enregistré en Autres passifs non courants, voir Note 20) et les intérêts minoritaires, soit 428 millions d'euros, a été portée en déduction des réserves consolidées.

Le tableau suivant présente les modalités provisoires d'allocation du prix payé par LVMH au 5 décembre 2013, date de prise de contrôle. En raison du faible délai entre la date de conclusion de la transaction et la date d'arrêté des comptes de LVMH, Loro Piana est consolidé sur la base des comptes établis par Loro

Piana à la date de prise de contrôle selon les règles et méthodes historiques, à l'exclusion de tout ajustement et réévaluation requis par les règles IFRS 3 Regroupements d'entreprise. Les montants pris en compte sont détaillés ci-dessous :

<i>(en millions d'euros)</i>		Allocation provisoire du prix d'acquisition
Immobilisations incorporelles, et immobilisations corporelles, nettes		159
Autres actifs non courants		11
Provisions à plus d'un an		(18)
Actifs circulants		382
Passifs circulants		(203)
Dette financière nette		(127)
Impôts différés		49
Actif net acquis, hors effet des réévaluations selon les règles d'IFRS 3		253
Intérêts minoritaires (20 %) ^(a)		(51)
Actif net part du Groupe (80 %), hors effet des réévaluations selon les règles d'IFRS 3		202
Écart d'acquisition provisoire		1 785
Valeur comptable de la participation au 5 décembre 2013		1 987

(a) Les intérêts minoritaires ont été comptabilisés sur la base de l'actif net acquis.

Les frais d'acquisition de Loro Piana ont été enregistrés en Autres produits et charges opérationnels ; ils représentent un montant de 9 millions d'euros, voir Note 25.

L'acquisition de Loro Piana a généré un décaissement de 1 982 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 5 millions d'euros.

Pour l'année 2013, sur la base de données estimées, les ventes consolidées de Loro Piana ont été de 686 millions d'euros, le résultat opérationnel courant de 103 millions d'euros et le résultat net de 60 millions d'euros.

Nicholas Kirkwood

En septembre 2013, LVMH a acquis une participation de 52 % dans le chausseur britannique Nicholas Kirkwood. Cette entité a été consolidée à compter du 1^{er} octobre 2013. Le capital non détenu fait l'objet de promesses croisées de vente et d'achat, exerçables à partir de 2020, principalement.

Marc Jacobs

Au cours de l'exercice, le Groupe a porté à 80 % le niveau de sa participation dans Marc Jacobs. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

2.1.3. Autres activités

En juin 2013, LVMH a acquis une participation de 80 % dans la pâtisserie Cova, basée à Milan (Italie), et présente également en Asie à travers un réseau de franchises. Cette entité a été consolidée à compter de juillet 2013.

En août 2013, le Groupe a acquis, une participation de 100 % dans Hotel Saint Barth Isle de France, propriétaire et exploitant d'un hôtel de luxe situé sur l'île de Saint-Barthélemy (Antilles françaises). Cette entité a été consolidée à compter de septembre 2013.

2.2. Exercice 2012

Mode et Maroquinerie

En mai 2012, LVMH a acquis la totalité du capital des Tanneries Roux (France), spécialisées dans la production de peaux de haute qualité. En juin 2012, LVMH a acquis la totalité du capital d'Arnys (France), marque de prêt-à-porter et de grande mesure destinée à l'homme. Ces entités ont été consolidées à compter de juin 2012.

Parfums et Cosmétiques

En octobre 2012, LVMH a acquis les 20 % du capital de Benefit non encore détenus ; le prix payé a donné lieu à écart d'acquisition définitif de 133 millions d'euros, comptabilisé jusqu'à cette date en Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires.

2.3. Exercice 2011

2.3.1. Mode et Maroquinerie

À la suite d'une offre publique d'achat réalisée en décembre 2011, LVMH a acquis, pour 47 millions d'euros (82 millions de dollars singapouriens), 51 % de Heng Long International Ltd. (« Heng Long »), la famille fondatrice conservant 49 % du capital de Heng Long par le biais d'un réinvestissement dans la structure d'acquisition. À la suite de cette opération, Heng Long a été retirée de la cote de la Bourse de Singapour en décembre 2011. Le capital détenu par la famille fondatrice fait l'objet d'engagements d'achat pouvant être exercés en plusieurs tranches, principalement à partir de décembre 2016.

Heng Long est réputé pour son expertise en matière de tannage et de finition du cuir de crocodile. Heng Long a été consolidé par intégration globale au 31 décembre 2011. L'écart d'acquisition s'élève à 23 millions d'euros. Les intérêts minoritaires ont été valorisés à hauteur de leur quote-part dans l'actif net réévalué ; la différence entre la valeur de l'engagement d'achat portant sur les 49 % du capital détenus par la famille fondatrice et les intérêts minoritaires, 24 millions d'euros, a été portée en déduction des capitaux propres.

2.3.2. Montres et Joaillerie

Bulgari

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

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

À la date de prise de contrôle, le 30 juin 2011, la participation de LVMH s'élevait à 76,1 % du capital (66 % après dilution) de Bulgari, soit 230,1 millions d'actions, résultant d'une part de l'opération d'apport ci-dessus, et d'autre part d'acquisitions antérieures sur le marché : 57,9 millions d'actions acquises au cours du premier trimestre 2011 et 5,9 millions d'actions déjà détenues au 31 décembre 2010.

	Valeur comptable à la date de prise de contrôle <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions <i>(en millions)</i>	Valeur par action <i>(en euros)</i>
Prix de revient historique des actions	739	63,8	11,58
Réévaluation à la date de prise de contrôle	42 ^(a)		
Valeur des actions acquises antérieurement à la prise de contrôle	781	63,8	
Valeur d'apport des actions apportées par les actionnaires familiaux	2 038	166,3	12,25
Réévaluation à la date de prise de contrôle	200 ^(b)		
Valeur des actions apportées à la date de prise de contrôle	2 238	166,3	
Valeur des actions détenues au 30 juin 2011	3 019	230,1	

En application des normes IFRS :

- (a) Les titres Bulgari acquis par LVMH antérieurement à la prise de contrôle ont été réévalués au cours convenu de la prise de contrôle soit 12,25 euros, générant un produit de 42 millions d'euros, enregistré en « Autres produits et charges opérationnels ».
- (b) Les titres apportés par les actionnaires familiaux de Bulgari ont été réévalués par application de la parité d'échange au cours de bourse de LVMH du 30 juin 2011, date de prise de contrôle ; l'effet de cette réévaluation, de 200 millions d'euros, a été enregistré en réserves consolidées.

Bulgari a été consolidé par intégration globale à compter du 30 juin 2011 à hauteur de 66 %, taux de détention après dilution. Le tableau suivant présente les modalités d'affectation définitive au 30 juin 2012 du prix payé par LVMH, à la date de prise de contrôle :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation du prix
Marques, autres immobilisations incorporelles, et immobilisations corporelles, nettes	2 367
Autres actifs non courants	64
Provisions à plus d'un an	(69)
Actifs circulants	906
Passifs circulants	(345)
Dette financière nette	(24)
Impôts différés	(631)
Actif net réévalué	2 268
Intérêts minoritaires (34 %)	(772)
Actif net réévalué part du Groupe (66 %)	1 496
Écart d'acquisition	1 523
Valeur comptable de la participation au 30 juin 2011	3 019

L'écart d'acquisition, de 1 523 millions d'euros, reflète l'expertise et le savoir-faire de Bulgari, en particulier dans les métiers de la joaillerie et de l'horlogerie, ainsi que les synergies existant avec le réseau de distribution du groupe d'activités Montres et Joaillerie de LVMH. La valeur de la marque Bulgari a été estimée à 2 100 millions d'euros.

La société Bulgari étant cotée à la Bourse de Milan (Italie), LVMH a lancé, conformément à la réglementation boursière applicable, subséquemment à l'apport, une offre publique

d'achat (OPA) sur la totalité des actions Bulgari détenues par les actionnaires minoritaires, au prix de 12,25 euros par action. Au terme de l'OPA, le 28 septembre 2011, la participation de LVMH dans Bulgari était de 98,09 %, autorisant LVMH à engager une procédure de retrait obligatoire (OPRO) des titres de Bulgari restant en circulation. Depuis le 31 décembre 2011, la participation de LVMH est de 100 %.

Le tableau ci-dessous détaille les acquisitions de titres postérieures au 30 juin 2011 :

	Valeur totale <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions <i>(en millions)</i>	Valeur par action <i>(en euros)</i>
Actions acquises dans le cadre de l'OPA	1 338	109,2	
Actions acquises dans le cadre de l'OPRO	82	6,7	
Actions acquises sur le marché	33	2,7	
Actions acquises postérieurement au 30 juin 2011	1 453	118,6	12,25

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

Les titres acquis postérieurement au 30 juin 2011 ont représenté un décaissement de 1 453 millions d'euros. La différence entre ce montant et la quote-part des minoritaires dans les capitaux propres de Bulgari de 772 millions d'euros, soit 681 millions d'euros, a été comptabilisée en déduction des réserves consolidées.

Les frais d'acquisition de Bulgari ont été enregistrés en « Autres produits et charges opérationnels » ; ils représentaient un montant de 16 millions d'euros, voir Note 25.

L'effet de l'acquisition de Bulgari sur la trésorerie du Groupe a généré un décaissement de 2 025 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 89 millions d'euros et du montant issu des levées d'options de souscription pour 60 millions d'euros. Ce montant correspondait, pour 705 millions d'euros, aux acquisitions de titres sur le marché lors du premier semestre, et pour 1 453 millions d'euros, aux acquisitions de titres réalisées au second semestre dans le cadre de l'OPA, le solde représentant les frais d'acquisition associés.

Au cours du deuxième semestre 2011, les ventes consolidées de Bulgari ont été de 713 millions d'euros, le résultat opérationnel courant de 85 millions d'euros et le résultat net de 71 millions d'euros. Pour l'ensemble de l'année 2011, les ventes consolidées de Bulgari ont été de 1 272 millions d'euros, pour un résultat opérationnel de 109 millions d'euros, après charges non récurrentes de 16 millions d'euros liées au rapprochement avec LVMH.

ArteCad

En novembre 2011, le Groupe a acquis 100 % du capital de la société suisse ArteCad SA, pour un montant de 60 millions de francs suisses (49 millions d'euros), dont 14 millions font l'objet d'un paiement différé à 2015. ArteCad est l'un des leaders suisses de l'industrie de la fabrication de cadrans de montres. ArteCad a été consolidé par intégration globale à partir du 31 décembre 2011. L'écart d'acquisition définitif s'élève à 48 millions de francs suisses (40 millions d'euros).

2.3.3. Distribution sélective

La participation de LVMH dans la société détentrice des magasins Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de parfums et cosmétiques en Russie, a été portée de 45 % à

65 % en juin 2011, pour un montant de 40 millions d'euros. Le partenaire de LVMH bénéficie d'une option de vente portant sur sa participation résiduelle de 35 %, exerçable par tranches de 2013 à 2016. Ile de Beauté, antérieurement comptabilisée par mise en équivalence, a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} juin 2011.

Le prix payé a été affecté à l'enseigne Ile de Beauté, estimée à 12 millions d'euros ; l'écart d'acquisition définitif s'élève à 128 millions d'euros, et représente les perspectives d'expansion de Sephora sur le marché russe. Les intérêts minoritaires ont été évalués à hauteur de leur quote-part dans l'actif net réévalué ; la différence entre la valeur de l'engagement d'achat portant sur les 35 % du capital non acquis et les intérêts minoritaires, 66 millions d'euros, a été portée en déduction des réserves consolidées.

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés et de titres de minoritaires	(2 318)	(250)	(2 375)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	10	(1)	174
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	-	-	8
(Disponibilités)/découverts bancaires des sociétés cédées	-	-	(5)
Incidences des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées sur la trésorerie	(2 308)	(251)	(2 198)
<i>dont : acquisitions et cessions de titres consolidés</i>	<i>(2 158)</i>	<i>(45)</i>	<i>(785)</i>
<i>acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires</i>	<i>(150)</i>	<i>(206)</i>	<i>(1 413)</i>

En 2013, l'incidence, sur la trésorerie du Groupe des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprend, pour 1 982 millions d'euros, l'effet de l'acquisition de Loro Piana. Le solde correspond aux effets de l'acquisition de Hotel Saint Barth Isle de France, de la pâtisserie Cova, de Nicholas Kirkwood, et de participations complémentaires dans Château d'Yquem et Marc Jacobs.

En 2012, l'incidence sur la trésorerie du Groupe des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprenait

principalement les effets de l'acquisition des 20 % non encore détenus dans Benefit, ainsi que de 100 % des Tanneries Roux et de Arnys.

En 2011, l'incidence, sur la trésorerie du Groupe, des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprenait principalement, pour 2 025 millions d'euros, l'acquisition de Bulgari. Le solde correspondait à l'acquisition d'Artecad, de 51 % de Heng Long, et de 20 % dans Ile de Beauté.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	9 266	(518)	8 748	8 819	8 850
Enseignes	3 257	(1 324)	1 933	2 009	2 044
Licences de distribution	88	(68)	20	22	25
Droits au bail	552	(249)	303	248	182
Logiciels, sites Internet	901	(666)	235	200	172
Autres	496	(277)	219	212	209
Total	14 560	(3 102)	11 458	11 510	11 482
dont : immobilisations en location financement	14	(14)	-	-	-

3.1. Variations de l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2013 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2012	9 318	3 389	759	468	567	14 501
Acquisitions	-	-	95	53	105	253
Cessions, mises hors service	-	-	(23)	(19)	(46)	(88)
Effets des variations de périmètre	7	-	47	46	10	110
Effets des variations de change	(59)	(132)	(14)	(4)	(13)	(222)
Reclassements	-	-	37	8	(39)	6
Au 31 décembre 2013	9 266	3 257	901	552	584	14 560

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2012	(499)	(1 380)	(559)	(220)	(333)	(2 991)
Amortissements	(25)	(1)	(96)	(30)	(63)	(215)
Dépréciations	-	-	-	(1)	(1)	(2)
Cessions, mises hors service	-	-	23	16	44	83
Effets des variations de périmètre	(2)	-	(41)	(14)	(5)	(62)
Effets des variations de change	8	57	9	1	11	86
Reclassements	-	-	(2)	(1)	2	(1)
Au 31 décembre 2013	(518)	(1 324)	(666)	(249)	(345)	(3 102)
Valeur nette au 31 décembre 2013	8 748	1 933	235	303	239	11 458

3.2. Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2010	6 717	1 977	141	111	158	9 104
Acquisitions	-	-	60	43	143	246
Cessions, mises hors service	-	-	-	-	(1)	(1)
Effets des variations de périmètre	2 106	12	21	37	18	2 194
Amortissements	(32)	(1)	(80)	(18)	(51)	(182)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	59	56	2	2	1	120
Reclassements	-	-	28	7	(34)	1
Au 31 décembre 2011	8 850	2 044	172	182	234	11 482
Acquisitions	-	-	81	72	85	238
Cessions, mises hors service	-	-	(1)	(4)	1	(4)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	18	1	19
Amortissements	(40)	(1)	(85)	(21)	(54)	(201)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	9	(34)	-	(3)	(2)	(30)
Reclassements	-	-	33	4	(31)	6
Au 31 décembre 2012	8 819	2 009	200	248	234	11 510

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2011 correspondaient à l'évaluation de la marque Bulgari, soit 2 100 millions d'euros.

3.3. Marques et enseignes

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2013		2012	2011
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Vins et Spiritueux	1 018	(70)	948	980
Mode et Maroquinerie	3 883	(367)	3 516	3 555
Parfums et Cosmétiques	616	(23)	593	597
Montres et Joaillerie	3 511	(6)	3 505	3 518
Distribution sélective	3 214	(1 277)	1 937	2 049
Autres activités	281	(99)	182	195
Marques et enseignes	12 523	(1 842)	10 681	10 894

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2013 :

- 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, Pucci ;

- Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Make Up For Ever, Benefit Cosmetics, Fresh et Acqua di Parma ;
- Montres et Joaillerie : Bulgari, TAG Heuer, Zenith, Hublot, Chaumet et Fred ;
- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché, Ile de Beauté et Ole Henriksen ;
- Autres activités : les titres de presse du groupe Les Echos-Investir, la marque Royal Van Lent-Feasship et la pâtisserie Cova.

Ces marques et enseignes figurent au bilan à la valeur déterminée lors de leur acquisition par le Groupe, qui peut être très inférieure à leur valeur d'utilité ou de cession à la date d'établissement des comptes du Groupe; c'est notamment le cas, sans que cette liste puisse être considérée comme exhaustive, des marques Louis Vuitton, Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior, ou de l'enseigne Sephora.

Ne figurent pas à l'actif du bilan les marques qui ont été développées par le Groupe, notamment Hennessy, les champagnes Moët & Chandon, Dom Pérignon, Mercier et Ruinart, ainsi

que l'enseigne de joaillerie De Beers Diamond Jewellers développée en joint-venture avec le groupe De Beers.

Les marques et enseignes développées par le Groupe, ainsi que Louis Vuitton, Veuve Clicquot, Parfums Christian Dior et Sephora représentent 23 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 58 % 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)	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	8 308	(1 208)	7 100	5 270	5 142
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	2 862	(3)	2 859	2 536	1 815
Total	11 170	(1 211)	9 959	7 806	6 957

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

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	8 990	(1 184)	7 806	6 957	5 027
Effets des variations de périmètre ^(a)	1 945	1	1 946	43	1 743
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	294	-	294	836	203
Variation des dépréciations	-	(57)	(57)	(24)	(40)
Effets des variations de change	(59)	29	(30)	(6)	24
Au 31 décembre	11 170	(1 211)	9 959	7 806	6 957

(a) Voir Note 2.

Les effets des variations de périmètre de 2013 correspondent principalement à l'écart d'acquisition provisoire de Loro Piana, pour 1 785 millions d'euros, le solde correspondant aux écarts d'acquisition provisoires liés à la consolidation de Hotel Isle de France, Nicholas Kirkwood et Cova.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2011 correspondaient principalement à l'intégration de Bulgari pour 1 522 millions d'euros, ainsi qu'à celles de Ile de Beauté, ArteCad, et Heng Long.

Voir également Note 20 pour les écarts d'acquisition provenant d'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 2013. Comme décrit en Note 1.13, l'évaluation est effectuée le

plus souvent à partir des flux de trésorerie prévisionnels actualisés attendus de ces actifs, déterminés dans le cadre de plans pluri-annuels établis au cours de chaque exercice. Les principaux paramètres retenus pour la détermination des flux prévisionnels sont les suivants :

(en pourcentage)	2013				2012				2011	
	Taux d'actualisation		Taux de croissance moyen cumulé des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance moyen cumulé des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance moyen cumulé des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
	Après impôt	Avant impôt								
Vins et Spiritueux	7,5 à 11,2	11,2 à 16,7	9,2	2,0	7,5 à 11,2	10,3	2,0	7,5 à 11,2	11,8	2,0
Mode et Maroquinerie	8,0 à 13,1	11,9 à 19,6	11,1	2,0	8,0 à 13,1	11,7	2,0	8,0 à 13,3	12,5	2,0
Parfums et Cosmétiques	8,0 à 9,4	11,9 à 14	9,5	2,0	8,0 à 8,4	9,2	2,0	8,0 à 8,4	10,3	2,0
Montres et Joaillerie	9,2 à 9,6	13,7 à 14,3	9,7	2,0	9,2 à 9,6	9,8	2,0	8,5 à 10,3	13,1	2,0
Distribution sélective	8,4 à 9,6	12,5 à 14,3	10,1	2,0	8,4 à 9,6	9,6	2,0	8,4 à 9,6	14,3	2,0
Autres	6,5 à 8,2	9,7 à 12,2	2,7	2,0	6,5 à 8,2	10,9	2,0	6,5 à 8,2	3,3	2,0

La durée des plans est de 5 ans, mais peut être étendue jusqu'à 10 ans pour les marques dont le cycle de production s'étend sur plus de 5 ans, ou pour les marques qui sont en cours de repositionnement stratégique. Les taux de croissance moyens cumulés des ventes et la progression des taux de marge sur la durée des plans sont comparables aux croissances réalisées au cours des quatre exercices antérieurs, à l'exception des marques en cours de repositionnement stratégique, dont les progressions attendues sont supérieures aux performances historiques, en raison des mesures de repositionnement mises en œuvre.

Les taux d'actualisation sont stables par rapport à ceux retenus en 2012, reflétant la stabilité des taux d'intérêt. Les taux de croissance annuelle retenus pour la période au-delà de la durée des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

Au 31 décembre 2013, les actifs incorporels à durée de vie indéfinie dont les valeurs nettes comptables sont les plus significatives ainsi que les paramètres retenus pour le test de perte de valeur de ces actifs sont les suivants :

(en millions d'euros)	Marques et enseignes	Écarts d'acquisition	Total	Taux d'actualisation après impôt (en pourcentage)	Taux de croissance au-delà de la durée des plans (en pourcentage)	Période couverte par les flux de trésorerie prévisionnels
Louis Vuitton	2 058	489	2 547	8,0	2,0	5 ans
Fendi	713	405	1 118	9,6	2,0	5 ans
Bulgari	2 100	1 523	3 623	9,2	2,0	10 ans
TAG Heuer	1 010	192	1 202	9,2	2,0	5 ans
DFS Galleria	1 659	17	1 676	9,6	2,0	5 ans
Sephora	278	598	876	8,4	2,0	5 ans

Au 31 décembre 2013, pour les secteurs d'activité listés ci-dessus, une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2013, ou une réduction de 2 points du taux de croissance moyen cumulé des ventes sur la durée des plans n'entraînerait pas de dépréciation de ces

incorporels. Le Groupe considère que des variations supérieures aux niveaux indiqués ci-dessus conduiraient à des niveaux d'hypothèses non pertinents, au regard de l'environnement économique actuel et des perspectives de croissance des activités concernées à moyen et long terme.

Parmi les autres secteurs d'activité, huit présentent des actifs incorporels ayant une valeur comptable proche de leur valeur d'utilité. Le montant de ces actifs incorporels au 31 décembre 2013, ainsi que le montant de la dépréciation qui résulterait d'une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt

ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans, ou d'une variation de 2 points du taux de croissance moyen cumulé des ventes par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2013 sont détaillés ci-dessous :

(en millions d'euros)	Montant des actifs incorporels concernés au 31/12/2013	Montant de la dépréciation en cas de :		
		Hausse de 0,5 % du taux d'actualisation après impôt	Baisse de 2 % du taux de croissance moyen cumulé des ventes	Baisse de 0,5 % du taux de croissance au-delà de la durée des plans
Vins et Spiritueux	661	29	34	11
Mode et Maroquinerie	487	18	27	9
Autres groupes d'activités	488	40	36	32
Total	1 636	87	97	52

Au 31 décembre 2013, les valeurs brutes et nettes des marques, enseignes et écarts d'acquisition ayant donné lieu à amortissement et/ou dépréciation en 2013 sont de 849 millions d'euros et 559 millions d'euros, respectivement.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	1 042	(55)	987	1 182	941
Terres à vignes et vignobles	2 419	(84)	2 335	1 971	1 867
Constructions	2 458	(1 182)	1 276	1 314	1 399
Immeubles locatifs	647	(42)	605	509	536
Agencements, matériels et installations	7 207	(4 571)	2 636	2 124	1 895
Immobilisations en-cours	800	-	800	716	511
Autres immobilisations corporelles	1 489	(526)	963	953	868
Total	16 062	(6 460)	9 602	8 769	8 017
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	<i>275</i>	<i>(170)</i>	<i>105</i>	<i>110</i>	<i>113</i>
<i>coût historique des terres à vignes et vignobles</i>	<i>661</i>	<i>(84)</i>	<i>577</i>	<i>575</i>	<i>552</i>

6.1. Variations de l'exercice

La variation des immobilisations corporelles au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2012	2 051	3 865	580	3 454	1 629	850	716	1 538	14 683
Acquisitions	5	97	18	583	89	115	598	82	1 587
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	369	-	-	-	-	-	-	-	369
Cessions, mises hors service	-	(133)	(2)	(192)	(64)	(58)	(3)	(88)	(540)
Effets des variations de périmètre	-	71	-	112	180	48	-	3	414
Effets des variations de change	(13)	(131)	(15)	(187)	(20)	(33)	(19)	(36)	(454)
Autres mouvements, y compris transferts	7	(269)	66	498	55	148	(492)	(10)	3
Au 31 décembre 2013	2 419	3 500	647	4 268	1 869	1 070	800	1 489	16 062

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2012	(80)	(1 369)	(71)	(2 139)	(1 072)	(598)	-	(585)	(5 914)
Amortissements	(6)	(122)	(7)	(473)	(118)	(110)	-	(80)	(916)
Dépréciations	-	(1)	-	(2)	-	-	(8)	-	(11)
Cessions, mises hors service	-	75	2	190	63	56	1	66	453
Effets des variations de périmètre	-	(33)	-	(64)	(159)	(26)	-	(2)	(284)
Effets des variations de change	2	52	2	115	12	23	-	21	227
Autres mouvements, y compris transferts	-	161	32	(205)	3	(67)	7	54	(15)
Au 31 décembre 2013	(84)	(1 237)	(42)	(2 578)	(1 271)	(722)	-	(526)	(6 460)
Valeur nette au 31 décembre 2013	2 335	2 263	605	1 690	598	348	800	963	9 602

L'effet de la réévaluation à valeur de marché des terres à vignes s'élève à 1 758 millions d'euros au 31 décembre 2013 (1 396 millions d'euros au 31 décembre 2012, 1 315 millions d'euros au 31 décembre 2011). Voir Notes 1.8 et 1.12 concernant la méthode d'évaluation des terres à vignes.

La valeur de marché des immeubles locatifs, selon les expertises réalisées par des tiers indépendants, s'élève à 1 milliard d'euros au 31 décembre 2013. Les méthodes d'évaluation employées reposent sur les données de marché (niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13).

Les effets des variations de périmètre sont principalement liés à la consolidation de Loro Piana.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent les investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS, Bulgari et Berluti dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux des marques de champagne dans leur outil de production, et de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs.

6.2. Variations des exercices antérieurs

Valeur nette (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2010	1 828	1 904	297	1 084	456	164	289	711	6 733
Acquisitions	18	303	237	336	92	66	413	159	1 624
Cessions, mises hors service	-	(12)	-	(4)	(2)	(1)	(12)	(2)	(33)
Amortissements	(7)	(76)	(5)	(360)	(99)	(65)	-	(90)	(702)
Dépréciations	-	(1)	-	-	-	2	-	1	2
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	25	-	-	-	-	-	-	-	25
Effets des variations de périmètre	-	147	-	20	22	2	5	22	218
Effets des variations de change	1	57	8	35	2	3	9	4	119
Autres, y compris transferts	2	18	(1)	85	40	17	(193)	63	31
Au 31 décembre 2011	1 867	2 340	536	1 196	511	188	511	868	8 017
Acquisitions	14	133	74	466	106	92	608	120	1 613
Cessions, mises hors service	(1)	(15)	-	(4)	(1)	(1)	(2)	(4)	(28)
Amortissements	(6)	(143)	(5)	(371)	(111)	(92)	-	(90)	(818)
Dépréciations	-	(75)	-	-	(1)	-	-	-	(76)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	86	-	-	-	-	-	-	-	86
Effets des variations de périmètre	-	6	-	4	-	-	-	6	16
Effets des variations de change	(5)	(32)	(1)	(16)	(1)	(6)	(6)	(3)	(70)
Autres, y compris transferts	16	282	(95)	40	54	71	(395)	56	29
Au 31 décembre 2012	1 971	2 496	509	1 315	557	252	716	953	8 769

Les acquisitions d'immobilisations corporelles de 2011 et 2012 reflétaient les investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS et Parfums Christian Dior dans leurs réseaux de distribution, ceux des marques de champagne dans leur outil de production,

ainsi que les effets des investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative, commerciale ou locative. S'y ajoutaient en 2011 les investissements de Glenmorangie et de Parfums Christian Dior dans leur outil de production.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	163	-	163	170	223
Part dans le résultat de la période	7	-	7	4	6
Dividendes versés	(15)	-	(15)	(9)	(12)
Effets des variations de périmètre	6	-	6	1	(57)
Effets des variations de change	(13)	-	(13)	(4)	3
Autres, y compris transferts	4	-	4	1	7
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	152	-	152	163	170

Au 31 décembre 2013, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA ;
- une participation de 45 % dans PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk (STTI), société de distribution indonésienne, titulaire notamment de licences de ventes en duty-free dans les aéroports ;

- une participation de 46 % dans JW Anderson, marque londonienne de prêt-à-porter, acquise en septembre 2013.

Les effets des variations de périmètre en 2011 provenaient de la mise en équivalence de l'investissement précité dans STTI et de la fin de la mise en équivalence de Ile de Beauté, consolidée par intégration globale depuis juin 2011 (voir Note 2).

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	7 230	(150)	7 080	6 004	5 982

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

(en millions d'euros)	2013		2012	2011
	Total	Dont Hermès		
Au 1^{er} janvier	6 004	5 409	5 982	3 891
Acquisitions	197	133	125	496
Cessions à valeur de vente	(38)	-	(36)	(17)
Variations de valeur de marché	941	895	(38)	1 613
Variation du montant des dépréciations	(5)	-	(4)	(6)
Effets des variations de périmètre	1	-	-	6
Effets des variations de change	(11)	-	(5)	6
Reclassements	(9)	-	(20)	(7)
Au 31 décembre	7 080	6 437	6 004	5 982

Au 31 décembre 2013, les investissements financiers incluent principalement une participation dans Hermès International SCA (« Hermès ») d'un montant brut et net de 6 437 millions d'euros (5 409 millions d'euros au 31 décembre 2012, 5 438 millions d'euros au 31 décembre 2011). Au cours de l'exercice 2013, la participation dans Hermès a été portée de 22,6 % à 23,1 % par acquisition de titres sur le marché. Compte tenu du statut juridique de Société en Commandite par Actions de la société Hermès, la participation de LVMH n'est pas mise en équivalence.

La participation dans Hermès, de 24,4 millions de titres, représente, sur la base du cours du titre à la Bourse de Paris au 31 décembre 2013, un montant de 6,4 milliards d'euros, pour

un prix de revient comptable global de 3,6 milliards d'euros, (2,6 milliards en trésorerie après déduction du gain comptabilisé en 2010, lors du dénouement d'« equity linked swaps » portant sur 12,8 millions de titres).

Le cours de l'action Hermès, retenu pour la valorisation de la participation, s'élève à 263,50 euros au 31 décembre 2013 (226,30 au 31 décembre 2012, 230,35 au 31 décembre 2011).

La valeur de marché des investissements financiers est établie selon les méthodes décrites en Note 1.8, voir également Note 22.2 concernant la ventilation des investissements financiers selon les méthodes d'évaluation. Les dépréciations des investissements financiers sont établies en application des principes comptables décrits en Note 1.14.

Au 31 décembre 2013, les investissements financiers détenus par le Groupe sont notamment les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Écarts de réévaluation	Dividendes encaissés	Capitaux propres	Résultat net
Hermès International SCA (France) ^(a)	23,1 %	6 437	2 800	61	2 344 ^{(c)(d)}	740 ^{(c)(d)}
Hengdeli Holdings Ltd (Chine) ^(a)	6,3 %	51	33	1	664 ^{(c)(d)}	101 ^{(c)(d)}
Tod's SpA (Italie) ^(a)	3,5 %	129	82	3	758 ^{(c)(d)}	145 ^{(c)(d)}
L Real Estate SCA (Luxembourg) ^(b)	32,2 %	114	33	-	353 ^(e)	29 ^(e)
L Capital 2 FCPR (France) ^(b)	18,5 %	42	(2)	-	216 ^{(c)(e)}	(4) ^{(c)(e)}
Sociedad Textil Lonia SA (Espagne) ^(b)	25,0 %	40	32	5	160 ^{(c)(d)}	33 ^{(c)(d)}
Autres participations		267	38	1		
Total		7 080	3 016	71		

(a) Évaluation au cours de bourse de clôture du 31 décembre 2013.

(b) Évaluation à la valeur de réalisation estimée.

(c) Les données comptables fournies sont antérieures au 31 décembre 2013, les chiffres à fin 2013 étant indisponibles à la date d'établissement des états financiers.

(d) Données consolidées.

(e) Données sociales.

9. AUTRES ACTIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 ^(a)	2011 ^(a)
Dépôts de garantie	226	210	185
Instruments dérivés	68	176	143
Créances et prêts	123	115	125
Autres	15	18	25
Total	432	519	478

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

10. STOCKS ET EN-COURS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	3 749	(18)	3 731	3 478	3 377
Autres matières premières et en-cours	1 485	(319)	1 166	1 062	951
	5 234	(337)	4 897	4 540	4 328
Marchandises	1 287	(117)	1 170	1 171	988
Produits finis	3 129	(610)	2 519	2 369	2 194
	4 416	(727)	3 689	3 540	3 182
Total	9 650	(1 064)	8 586	8 080	7 510

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	9 057	(977)	8 080	7 510	5 991
Variation du stock brut ^(a)	761	-	761	827	770
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	2	-	2	(26)	14
Variation de la provision pour dépréciation	-	(245)	(245)	(192)	(68)
Effets des variations de périmètre	305	(20)	285	32	694
Effets des variations de change	(328)	29	(299)	(78)	135
Autres, y compris reclassements	(147)	149	2	7	(26)
Au 31 décembre	9 650	(1 064)	8 586	8 080	7 510

(a) Y compris effet des retours, voir Note 1.24.

Les incidences des variations de périmètre de 2013 sont essentiellement liées à l'intégration de Loro Piana.

Les effets des variations de périmètre en 2011 reflétaient essentiellement l'intégration de Bulgari et de Ile de Beauté.

Les effets de la mise à valeur de marché des vendanges sur le coût des ventes et la valeur des stocks des activités Vins et Spiritueux sont les suivants :

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	37	12	50
Effets des sorties de stocks	(35)	(38)	(36)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	2	(26)	14
Incidence nette sur la valeur des stocks à la clôture	173	171	197

Voir Notes 1.8 et 1.15 concernant la méthode d'évaluation des vendanges à leur valeur de marché.

11. CLIENTS

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Créances à valeur nominale	2 431	2 227	2 107
Provision pour dépréciation	(67)	(63)	(64)
Provision pour retours et reprise de produits	(175)	(179)	(165)
Montant net	2 189	1 985	1 878

La variation des créances clients au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	2 227	(242)	1 985	1 878	1 565
Variation des créances brutes	288	-	288	147	80
Variation de la provision pour dépréciation	-	(5)	(5)	1	4
Variation de la provision pour retours et reprises de produits	-	(1)	(1)	(5)	(14)
Effets des variations de périmètre	61	(1)	60	(2)	183
Effets des variations de change	(146)	7	(139)	(44)	55
Reclassements	1	-	1	10	5
Au 31 décembre	2 431	(242)	2 189	1 985	1 878

Le solde clients est constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, en nombre limité et avec lesquels le Groupe entretient des relations le plus souvent continues. Au 31 décembre 2013, la majeure partie des créances client ont

fait l'objet de demandes de couverture de crédit client auprès des assureurs, celles-ci ayant été satisfaites à environ 90 % de leur montant (93 % au 31 décembre 2012).

Au 31 décembre 2013, la ventilation de la valeur brute et de la provision pour dépréciation des créances clients, en fonction de l'ancienneté des créances, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>		Valeur brute des créances	Dépréciations	Valeur nette des créances
Non échues :	- moins de 3 mois	1 972	(12)	1 960
	- plus de 3 mois	96	(4)	92
		2 068	(16)	2 052
Échues :	- moins de 3 mois	240	(7)	233
	- plus de 3 mois	123	(44)	79
		363	(51)	312
Total		2 431	(67)	2 364

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.

12. AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Placements financiers	171	177	145
Instruments dérivés	494	425	147
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	358	393	468
Fournisseurs : avances et acomptes	173	195	163
Charges constatées d'avance	285	284	249
Autres créances	370	337	283
Total	1 851	1 811	1 455

La valeur actuelle des autres actifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Voir également Note 13 Placements financiers et Note 22 Instruments financiers et gestion des risques de marché.

13. PLACEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	12	13	14
Valeurs mobilières de placement cotées	159	164	131
Total	171	177	145
<i>dont : coût historique des placements financiers</i>	<i>136</i>	<i>161</i>	<i>140</i>

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Au 1^{er} janvier	177	145	219
Acquisitions	-	-	256
Cessions à valeur de vente	(27)	(4)	(285)
Variations de valeur de marché	22	11	21
Variation du montant des dépréciations	-	-	(1)
Effets des variations de périmètre ^(a)	-	-	(72)
Effets des variations de change	(1)	-	-
Reclassements	-	25	7
Au 31 décembre	171	177	145

(a) Effets liés à l'acquisition de Bulgari. Voir Note 2.

La valeur de marché des placements financiers est établie selon les méthodes décrites en Note 1.8, voir également Note 22.2 concernant la ventilation des investissements financiers selon les méthodes d'évaluation. Voir également Note 1.14 pour le mode de détermination des dépréciations des placements financiers.

14. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Dépôts à terme à moins de trois mois	810	480	421
Parts de SICAV et FCP monétaires	532	112	216
Comptes bancaires	1 879	1 604	1 666
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	3 221	2 196	2 303

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)	2013	2012	2011
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 221	2 196	2 303
Découverts bancaires	(310)	(208)	(222)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	2 911	1 988	2 081

14.1. Variation du besoin en fonds de roulement

La variation du besoin en fonds de roulement au cours des exercices présentés s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Notes	2013	2012	2011
Variation des stocks et en-cours	10	(765)	(829)	(768)
Variation des créances clients et comptes rattachés	11	(288)	(147)	(65)
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés		205	173	331
Variation des autres créances et dettes		231	(10)	(32)
Variation du besoin en fonds de roulement^(a)		(617)	(813)	(534)

(a) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

14.2. Investissements d'exploitation

Les investissements d'exploitation au cours des exercices présentés sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012	2011
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(253)	(238)	(244)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(1 587)	(1 613)	(1 624)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		108	141	119
Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations^(a)		(1 732)	(1 710)	(1 749)
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations^(a)		98	44	31
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(29)	(36)	(12)
Investissements d'exploitation		(1 663)	(1 702)	(1 730)

(a) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

15. CAPITAUX PROPRES

15.1. Capital social et primes

Au 31 décembre 2013, le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 793 661 actions (508 163 349 au 31 décembre 2012, 507 815 624 au 31 décembre 2011), au nominal de 0,30 euro ; 224 907 923 actions bénéficient d'un droit de vote

double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (224 699 349 au 31 décembre 2012, 224 575 071 au 31 décembre 2011).

Les variations du capital social et des primes, en nombre d'actions et en valeur, s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013				2012	2011
	Nombre	Montant			Montant	Montant
		Capital	Primes	Total		
Au 1^{er} janvier	508 163 349	152	3 848	4 000	3 953	1 929
Augmentation de capital résultant des apports de titres Bulgari	-	-	-	-	-	2 037
Exercices d'options de souscription d'actions	1 025 418	-	67	67	94	94
Annulations d'actions	(1 395 106)	-	(66)	(66)	(47)	(107)
Au 31 décembre	507 793 661	152	3 849	4 001	4 000	3 953

15.2. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

Le portefeuille d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH, ainsi que leur affectation, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013		2012	2011
	Nombre	Montant	Montant	Montant
Plans d'options de souscription	4 301 285	203	270	319
Plans d'options d'achat	-	-	7	22
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 484 118	101	75	64
Autres plans	816 950	39	49	64
Couverture des plans d'options et assimilés ^(a)	6 602 353	343	401	469
Contrat de liquidité	100 000	13	13	13
Actions destinées à être annulées	689 566	95	-	-
Actions LVMH	7 391 919	451	414	482
Calls sur actions LVMH	-	-	-	3
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	7 391 919	451	414	485

(a) Voir Note 16 concernant les plans d'options et assimilés.

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 31 décembre 2013, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 13 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2013, les mouvements sur le portefeuille d'actions LVMH ont été les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre	Montant	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2012	8 167 519	414	
Achats d'actions	2 848 311	386	(386)
Exercice d'options d'achat	(19 620)	(2)	1
Attribution définitive d'actions gratuites	(193 440)	(10)	-
Annulation d'actions	(1 395 106)	(66)	-
Cessions à valeur de vente	(2 015 745)	(272)	272
Plus value/(moins value) de cession		1	-
Au 31 décembre 2013	7 391 919	451	(113)

15.3. 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 2013, le montant distribuable s'élève ainsi à 10 272 millions d'euros ; il est de 9 308 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2013.

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	2013	2012	2011
Acompte au titre de l'exercice en cours (2013 : 1,20 euro ; 2012 : 1,10 euro ; 2011 : 0,80 euro)	609	559	406
Effet des actions auto-détenues	(9)	(9)	(8)
	600	550	398
Solde au titre de l'exercice précédent (2012 et 2011 : 1,80 euro)	914	914	685
Effet des actions auto-détenues	(14)	(16)	(14)
	900	898	671
Montant brut total versé au cours de l'exercice ^(a)	1 500	1 448	1 069

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2013, proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 10 avril 2014, est de 1,90 euro par action, soit un montant total de 965 millions d'euros avant déduction du montant correspondant aux actions auto-détenues à la date du décaissement.

15.4. Écarts de conversion

La variation du montant des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres part du Groupe, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analysent par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	Variation	2012	2011
Dollar US	(203)	(104)	(99)	(57)
Franc suisse	406	(40)	446	424
Yen japonais	52	(68)	120	212
Hong Kong dollar	(15)	(75)	60	88
Livre sterling	(52)	(12)	(40)	(56)
Autres devises	(67)	(132)	65	64
Couvertures d'actifs nets en devises	(129)	81	(210)	(244)
Total, part du Groupe	(8)	(350)	342	431

15.5. 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. Le maintien d'une qualité de crédit adaptée constitue un objectif essentiel pour le Groupe, autorisant une large capacité d'accès aux marchés, à des conditions favorables, ce qui permet à la fois de saisir des opportunités et de bénéficier des ressources nécessaires au développement de son activité.

À cette fin, le Groupe suit un certain nombre de ratios et d'agrégats :

- dette financière nette (voir Note 18) sur capitaux propres ;
- capacité d'autofinancement générée par l'activité sur dette financière nette ;
- capacité d'autofinancement ;
- variation de trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible) ;

- capitaux permanents sur actifs immobilisés ;
- 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.

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, ayant vocation à aller bien au-delà de la couverture de l'encours du programme de billets de trésorerie, tout en représentant un coût raisonnable pour le Groupe.

16. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

16.1. Caractéristiques générales des plans

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

L'Assemblée générale du 5 avril 2012 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juin 2015, de consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite de 3 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de dix ans et les options sont exerçables après un délai de trois ans pour les plans émis antérieurement à 2004, ou quatre ans, pour les plans émis à partir de 2004.

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 18 avril 2013 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2015, 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 devient définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans (trois ans pour les attributions au titre des plans ouverts à partir de 2011), au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pendant une durée complémentaire de deux ans.

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En substitution des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, le Groupe a mis en place des plans équivalents à des plans d'options d'achat ou à des plans d'attribution d'actions gratuites en termes de gains pour le bénéficiaire, mais dénouables en numéraire et non en titres. La durée d'acquisition des droits est de quatre ans.

Conditions de performance

Depuis 2009, certains plans d'options de souscription d'actions ou d'attribution d'actions gratuites sont assortis, dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire, de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans. Les actions de performance ne sont attribuées définitivement que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe.

16.2. 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 2013	Nombre d'options devenues caduques en 2013	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2013
22 janvier 2003 ^(a)	3 155 225	37,00	3 ans	19 120	62 700	-
22 janvier 2003 ^(a)	58 500	38,73	"	500	23 000	-
Total	3 213 725			19 620	85 700	-

(a) Plans expirés le 21 janvier 2013.

Le nombre d'options d'achat non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

	2013		2012		2011	
	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	105 320	37,39	385 070	39,90	915 482	47,15
Options devenues caduques	(85 700)	37,46	(143 650)	42,26	(311 550)	56,04
Options exercées	(19 620)	37,04	(136 100)	39,35	(218 862)	47,30
Options d'achat restant à exercer au 31 décembre	-	-	105 320	37,39	385 070	39,90

16.3. 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 2013	Nombre d'options devenues caduques en 2013	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2013
21 janvier 2004	2 720 425	55,70	4 ans	(58 840)	(8 850)	666 976
"	27 050	58,90	"	(9 500)	(750)	850
12 mai 2005	1 852 150	52,82	"	(78 656)	(3 000)	138 601
"	72 250	55,83	"	-	-	18 600
11 mai 2006	1 712 959	78,84	"	(56 926)	(2 625)	812 939
"	76 400	82,41	"	(500)	-	6 375
10 mai 2007	1 679 988	86,12	"	(66 881)	(3 025)	839 300
15 mai 2008	1 621 882	72,50	"	(328 309)	(3 438)	850 437
"	76 438	72,70	"	(2 400)	-	30 338
14 mai 2009 ^(a)	1 266 507	56,50	"	(416 743)	(4 676)	789 948
"	35 263	56,52	"	(4 163)	(125)	23 125
29 juillet 2009	2 500	57,10	"	(2 500)	-	-
Total	11 143 812			(1 025 418)	(26 489)	4 177 489

(a) Plan soumis à conditions de performance, voir Note 16.1 Caractéristiques générales des plans.

Le nombre d'options de souscription non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué comme décrit ci-dessous au cours des exercices présentés :

	2013		2012		2011	
	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	5 229 396	68,86	6 603 917	69,07	8 084 215	68,79
Options devenues caduques	(26 489)	63,56	(29 546)	65,36	(84 463)	71,23
Options exercées	(1 025 418)	64,52	(1 344 975)	69,96	(1 395 835)	67,31
Options de souscription restant à exercer au 31 décembre	4 177 489	69,97	5 229 396	68,86	6 603 917	69,07

16.4. Plans d'attribution d'actions gratuites

Les principales caractéristiques des plans d'attribution d'actions gratuites ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Attributions initiales	Dont : actions de performance ^(a)	Exercices concernés par les conditions de performance	Conditions satisfaites ?	Période d'acquisition des droits	Attributions devenues caduques en 2013	Attributions devenues définitives en 2013	Attributions provisoires au 31/12/2013
14 mai 2009	311 209	-	-	-	2 ^(b) ou 4 ans ^(c)	(3 751)	(122 921)	-
29 juillet 2009	833	-	-	-	"	-	(833)	-
15 avril 2010	469 436	274 367	2010 et 2011	<i>oui</i>	"	(6 497)	(1 552)	136 190
31 mars 2011	442 052	257 724	2011 et 2012	<i>oui</i>	3 ^(b) ou 4 ans ^(c)	(9 076)	(431)	418 209
20 octobre 2011	115 000	-	-	-	3 ans	-	(67 500)	47 500
5 avril 2012	416 609	416 609	2012 et 2013	<i>oui</i>	3 ^(b) ou 4 ans ^(c)	(10 381)	(203)	402 262
26 juillet 2012	45 830	830	2012 et 2013	<i>oui</i>	3 ^(b) ou 4 ans ^(c)	-	-	45 830
31 janvier 2013	32 800	-	-	-	2 ans	-	-	32 800
25 juillet 2013	397 406	397 406	2013 et 2014	<i>(d)</i>	3 ^(b) ou 4 ans ^(c)	(2 307)	-	395 099
24 octobre 2013	6 228	6 228	2013 et 2014	<i>(d)</i>	3 ^(b) ou 4 ans ^(c)	-	-	6 228
Total	2 237 403	1 353 164				(32 012)	(193 440)	1 484 118

(a) Voir Note 16.1 Caractéristiques générales des plans.

(b) Bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France.

(c) Bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

(d) Les conditions de performance, satisfaites en 2013, ont été considérées comme satisfaites en 2014 pour la détermination de la charge de l'exercice 2013.

Le nombre d'attributions provisoires a évolué comme suit au cours de l'exercice :

<i>(en nombre d'actions)</i>	2013	2012	2011
Attributions provisoires au 1^{er} janvier	1 273 136	1 160 441	770 611
Attributions provisoires de la période	436 434	462 439	557 052
Attributions devenues définitives	(193 440)	(313 809)	(143 979)
Attributions devenues caduques	(32 012)	(35 935)	(23 243)
Attributions provisoires au 31 décembre	1 484 118	1 273 136	1 160 441

Les attributions devenues définitives proviennent d'actions antérieurement détenues.

16.5. Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

Les plans restant ouverts au 31 décembre, par nature et en nombre équivalent d'actions, ainsi que la provision inscrite au bilan au titre de ces plans, s'analysent de la façon suivante :

	2013	2012	2011
Nature du plan de référence <i>(en nombre équivalent d'actions) :</i>			
Plans d'options d'achat	6 800	8 050	20 050
Plans d'actions gratuites	-	-	50 364
Provision au 31 décembre <i>(en millions d'euros)</i>	-	-	6

16.6. Charge de l'exercice

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	34	53	52
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	-	1	1
Charge de l'exercice	34	54	53

Voir Note 1.26 concernant la méthode d'évaluation de la charge comptable.

Le cours de bourse de l'action LVMH la veille de la date d'attribution des plans était de 138,9 euros pour le plan du 31 janvier 2013, 130,4 euros pour le plan du 25 juillet 2013, et de 139,7 euros pour le plan du 24 octobre 2013.

La valeur unitaire moyenne des attributions provisoires d'actions gratuites en 2013 est de 119,3 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 115,9 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

17. INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 ^(a)	2011 ^(a)
Au 1^{er} janvier	1 084	1 055	1 004
Part des minoritaires dans le résultat	511	485	400
Dividendes versés aux minoritaires	(228)	(317)	(187)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées			
- consolidation de Loro Piana	51	-	-
- consolidation de Bulgari	-	-	772
- consolidation de Heng Long	-	-	18
- autres mouvements	(1)	(11)	2
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires			
- acquisition de titres de minoritaires de Château d'Yquem	(51)	-	-
- acquisition de titres de minoritaires de Bulgari	-	-	(771)
- autres mouvements	(25)	(26)	(14)
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	(26)	(37)	7
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	8	8	4
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	21	(15)	29
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	3	3	3
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	(345)	(98)	(205)
Au 31 décembre	1 028	1 084	1 055

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

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	Écarts de réévaluation des engagements envers le personnel ^(a)	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2010	(43)	5	146	-	108
Variations de l'exercice	36	(6)	3	(4)	29
Au 31 décembre 2011	(7)	(1)	149	(4)	137
Variations de l'exercice	(28)	12	13	(12)	(15)
Au 31 décembre 2012	(35)	11	162	(16)	122
Variations de l'exercice	(44)	4	54	7	21
Au 31 décembre 2013	(79)	15	216	(9)	143

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

18. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

18.1. Dette financière nette

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Dettes financières à plus d'un an	4 159	3 836	4 132
Dettes financières à moins d'un an	4 688	2 976	3 134
Dettes financières brutes	8 847	6 812	7 266
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(117)	(178)	(159)
Autres dérivés	-	-	1
Dettes financières brutes après effet des instruments dérivés	8 730	6 634	7 108
Placements financiers	(171)	(177)	(145)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(3 221)	(2 196)	(2 303)
Dettes financières nettes	5 338	4 261	4 660

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 20).

LVMH a procédé en 2013, dans le cadre de son programme EMTN, à deux émissions obligataires de 500 millions d'euros chacune ainsi qu'à une émission de 600 millions d'euros. Ces émissions sont remboursables *in fine* au pair en novembre 2019, septembre 2016 et novembre 2020 respectivement. L'emprunt d'échéance 2019 a été émis à 99,473 % du nominal et porte intérêt au taux de 1,25 % ; il a fait l'objet de *swaps*

à l'émission, le convertissant pour 50 % de son nominal en un financement à taux variable. L'emprunt remboursable en 2016 porte intérêt à taux variable. Enfin, le dernier emprunt, d'échéance 2020, a quant à lui été émis à 99,399 % du nominal. Il porte intérêt au taux de 1,75 % et n'a fait l'objet d'aucun *swap* de couverture.

En outre, au cours de l'année, l'emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses émis en 2007 a été remboursé ainsi qu'une partie de la dette au titre des placements privés en devises (20 milliards de yens japonais et 350 millions de dollar US).

18.2. Analyse de la dette financière brute par nature

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	3 866	3 337	3 390
Crédit-bail et locations de longue durée	109	122	133
Emprunts auprès des établissements de crédit	184	377	609
Dette financière à plus d'un an	4 159	3 836	4 132
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	1 013	696	759
Crédit-bail et locations de longue durée	14	16	19
Emprunts auprès des établissements de crédit	567	524	248
Billets de trésorerie	2 348	1 212	1 603
Autres emprunts et lignes de crédit	357	245	193
Découverts bancaires	310	208	222
Intérêts courus	79	75	90
Dette financière à moins d'un an	4 688	2 976	3 134
Dette financière brute totale	8 847	6 812	7 266

La valeur de marché de la dette financière brute est de 8 946 millions d'euros au 31 décembre 2013 (6 955 millions d'euros au 31 décembre 2012, 7 418 millions au 31 décembre 2011).

Aux 31 décembre 2013, 2012 et 2011, aucun encours n'était comptabilisé selon l'option juste valeur. Voir Note 1.20.

18.3. Emprunts obligataires et EMTN

Montant nominal <i>(en devises)</i>	Date d'émission	Échéance	Taux effectif initial ^(a) [%]	2013 <i>(en millions d'euros)</i>	2012	2011
EUR 600 000 000	2013	2020	1,89	594	-	-
EUR 500 000 000	2013	2019	1,38	490	-	-
EUR 500 000 000	2013	2016	variable	500	-	-
USD 850 000 000	2012	2017	1,75	616	653	-
EUR 500 000 000	2011	2018	4,08	518	521	524
EUR 500 000 000	2011	2015	3,47	515	527	522
EUR 1 000 000 000	2009	2014	4,52	1 013	1 036	1 033
EUR 250 000 000	2009	2015	4,59	260	267	263
EUR 150 000 000	2009	2017	4,81	162	167	161
CHF 200 000 000	2008	2015	4,04	163	166	165
EUR 760 000 000 ^(b)	2005 et 2008	2012	3,76	-	-	759
CHF 300 000 000	2007	2013	3,46	-	253	250
Placements privés en devises				48	443	472
Total emprunts obligataires et EMTN				4 879	4 033	4 149

(a) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

(b) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 600 millions d'euros émis en 2005 à un taux effectif initial de 3,43 % et d'un abondement de 160 millions d'euros réalisé en 2008 à un taux effectif de 4,99 %.

18.4. Crédit-bail et locations de longue durée

La dette au titre des contrats de crédit-bail et locations de longue durée, égale à la valeur actuelle des paiements futurs, se décompose ainsi, par échéance :

(en millions d'euros)	2013		2012		2011	
	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	21	19	23	21	25	23
De un à cinq ans	57	43	67	49	78	56
Au-delà de cinq ans	294	61	329	69	354	73
Total paiements minima futurs	372		419		457	
Effet de l'actualisation	[249]		[280]		[305]	
Total dette de crédit-bail et locations de longue durée	123	123	139	139	152	152

Sont financés ou refinancés par crédit-bail ou location de longue durée, principalement des actifs immobiliers ou des équipements industriels.

18.5. 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 : 2014	4 128	560	4 688	(1 000)	961	(39)	3 128	1 521	4 649
2015	1 000	63	1 063	(703)	655	(48)	297	718	1 015
2016	35	579	614	-	(6)	(6)	35	573	608
2017	787	-	787	(766)	743	(23)	21	743	764
2018	523	-	523	-	(5)	(5)	523	(5)	518
2019	494	-	494	(250)	254	4	244	254	498
Au-delà	677	1	678	-	-	-	677	1	678
Total	7 644	1 203	8 847	(2 719)	2 602	(117)	4 925	3 805	8 730

Voir Note 22.4 pour la valeur de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2014 de la dette financière brute se décompose ainsi, par trimestre :

(en millions d'euros)	Échéance 2014
Premier trimestre	3 204
Deuxième trimestre	1 260
Troisième trimestre	158
Quatrième trimestre	66
Total	4 688

18.6. Analyse de la dette financière brute par devise après effet des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Euro	6 912	4 753	5 349
Dollar US	107	174	253
Franc suisse	981	992	991
Yen japonais	221	266	274
Autres devises	509	449	241
Total	8 730	6 634	7 108

La dette en devises a pour objet le plus souvent de couvrir les actifs nets en devises de sociétés consolidées situées hors zone Euro.

18.7. Sensibilité

Sur la base de la dette au 31 décembre 2013 :

- une hausse instantanée de 1 point sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une augmentation de 38 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une baisse de 87 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 38 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une hausse de 87 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 2013, en raison de l'absence de couverture de la charge d'intérêt future.

18.8. Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, le Groupe peut s'engager à respecter certains ratios financiers. Au 31 décembre 2013, aucune ligne de crédit significative n'est concernée par ces dispositions.

18.9. Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2013, l'encours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 4,4 milliards d'euros.

18.10. Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2013, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 200 millions d'euros.

19. PROVISIONS

(en millions d'euros)	2013	2012 ^[a]	2011 ^[a]
Provisions pour retraites, frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel	455	519	413
Provisions pour risques et charges	1 279	1 219	1 096
Provisions pour réorganisation	21	18	21
Part à plus d'un an	1 755	1 756	1 530
Provisions pour retraites, frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel	3	13	11
Provisions pour risques et charges	289	282	294
Provisions pour réorganisation	30	40	44
Part à moins d'un an	322	335	349
Total	2 077	2 091	1 879

[a] Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

Au cours de l'exercice 2013, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 déc. 2012 ^(a)	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont effets des variations de change)	31 déc. 2013
Provisions pour retraites, frais médicaux et autres engagements	532	91	(83)	(4)	15	(93)	458
Provisions pour risques et charges	1 501	307	(88)	(126)	(6)	(20)	1 568
Provisions pour réorganisation	58	21	(24)	(6)	2	-	51
Total	2 091	419	(195)	(136)	11	(113)	2 077
dont : résultat opérationnel courant		221	(163)	(42)			
résultat financier		-	-	-			
autres		198	(33)	(94)			

(a) Le bilan au 31 décembre 2012 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

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.

En particulier, les entités du Groupe en France et à l'étranger peuvent faire l'objet de contrôles fiscaux et, le cas échéant, de demandes de rectification de la part des administrations locales. Ces demandes de rectifications, ainsi que les positions fiscales incertaines identifiées non encore redressées, font l'objet de provisions appropriées dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères de la norme IAS 37 Provisions.

Les provisions pour retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel sont analysées en Note 29.

20. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Engagements d'achat de titres de minoritaires	6 035	5 022	4 195
Instruments dérivés (voir Note 22)	51	41	4
Participation du personnel aux résultats ^(a)	85	93	88
Autres dettes	232	300	219
Total	6 403	5 456	4 506

(a) Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

Aux 31 décembre 2013, 2012 et 2011, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo plc pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de la juste valeur de Moët Hennessy à la date d'exercice de la promesse. Dans le calcul de l'engagement, la juste valeur a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux données opérationnelles consolidées de Moët Hennessy.

Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS (« Moët Hennessy ») détiennent les participations Vins et Spiritueux du groupe LVMH à l'exception des participations dans Château d'Yquem et Château Cheval Blanc et à l'exception de certains vignobles champenois.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre l'engagement relatif aux minoritaires de Loro Piana (20 %, voir Note 2), Ile de Beauté (35 %), Heng Long (35 %) ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient. Les minoritaires de Benefit ont exercé leur option de vente en 2012, voir Note 2.

21. AUTRES PASSIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Instruments dérivés (voir Note 22)	76	20	265
Personnel et organismes sociaux	1 010	924	855
Participation du personnel aux résultats ^[a]	84	95	86
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	405	361	385
Clients : avances et acomptes versés	165	139	180
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	406	367	282
Produits constatés d'avance	151	116	111
Autres dettes	703	573	552
Total	3 000	2 595	2 716

[a] Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

La valeur actuelle des autres passifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

22. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

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

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont principalement pour objet la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine.

La gestion des risques de change, de taux et les transactions sur actions et instruments financiers sont effectuées de façon centralisée.

Le Groupe a mis en place une politique, des règles et des procédures strictes pour gérer, mesurer 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 notamment en fonction de leur notation et selon une approche de diversification des risques.

22.2. 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	2013		2012		2011	
		Valeur au bilan	Juste valeur ^(d)	Valeur au bilan	Juste valeur ^(d)	Valeur au bilan	Juste valeur ^(d)
Investissements financiers	8	7 080	7 080	6 004	6 004	5 982	5 982
Placements financiers	13	171	171	177	177	145	145
Investissements et placements financiers (voir Note 1.14)		7 251	7 251	6 181	6 181	6 127	6 127
Autres actifs non courants, hors instruments dérivés	9	364	364	348	348	335	335
Créances clients et comptes rattachés	11	2 189	2 189	1 985	1 985	1 878	1 878
Autres actifs courants ^(a)	12	901	901	925	925	914	914
Prêts et créances (voir Note 1.16)		3 454	3 454	3 258	3 258	3 127	3 127
Trésorerie et équivalents (voir Note 1.17)	14	3 221	3 221	2 196	2 196	2 303	2 303
Actifs financiers, hors instruments dérivés		13 926	13 926	11 635	11 635	11 557	11 557
Dette financière à plus d'un an	18	4 159	4 256	3 836	3 977	4 132	4 275
Dette financière à moins d'un an	18	4 688	4 690	2 976	2 978	3 134	3 143
Fournisseurs et comptes rattachés		3 308	3 308	3 134	3 134	2 952	2 952
Autres passifs non courants ^(b)	20	317	317	393	393	307	307
Autres passifs courants ^(c)	21	2 773	2 773	2 459	2 459	2 340	2 340
Passifs financiers, hors instruments dérivés (voir Note 1.19)		15 245	15 344	12 798	12 941	12 865	13 017
Instruments dérivés (voir Note 1.20)	22.3	435	435	540	540	21	21

(a) Hors instruments dérivés, placements financiers et charges constatées d'avance.

(b) Hors engagements d'achat de titres et instruments dérivés.

(c) Hors instruments dérivés et produits constatés d'avance.

(d) Voir Note 1.8 concernant les modalités d'évaluation de la juste valeur.

Ventilation par méthode de valorisation des actifs et passifs financiers valorisés à la juste valeur

(en millions d'euros)	2013			2012			2011		
	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 ^(a) :									
Cotation boursière	6 789	-	3 221	5 761	-	2 196	5 738	-	2 303
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	135	562	-	131	601	-	112	290	-
Cotations privées	327	-	-	289	-	-	277	-	-
Actifs	7 251	562	3 221	6 181	601	2 196	6 127	290	2 303
Valorisation ^(a) :									
Cotation boursière	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	-	127	-	-	61	-	-	269	-
Cotations privées	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Passifs	-	127	-	-	61	-	-	269	-

(a) Voir Note 1.8 concernant les correspondances entre les méthodes de valorisation et les hiérarchies de juste valeur IFRS 13.

Les instruments dérivés utilisés par le Groupe sont valorisés à leur juste valeur, évaluée au moyen de modèles réputés et sur la base de données de marché observables. Le risque de contrepartie relatif à ces instruments dérivés (« Credit valuation adjustment »)

est évalué sur la base de spreads de crédit issus de données de marché observables, et de la valeur de marché des instruments dérivés ajustée par des add-ons forfaitaires fonction du type de sous-jacent et de la maturité de l'instrument dérivé.

Le montant des actifs financiers évalués sur la base de cotations privées a évolué ainsi en 2013 :

<i>(en millions d'euros)</i>		2013
Au 1^{er} janvier		289
Acquisitions		57
Cessions (à valeur de vente)		(31)
Gains et pertes enregistrés en résultat		15
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres		(3)
Au 31 décembre		327

22.3. Synthèse des instruments dérivés

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan dans les rubriques et pour les montants suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>		Notes	2013	2012	2011
Risque de taux d'intérêt	Actifs : non courants		67	131	113
	courants		68	56	57
	Passifs : non courants		(9)	(1)	(1)
	courants		(9)	(8)	(10)
		22.3	117	178	159
Risque de change	Actifs : non courants		1	17	2
	courants		389	369	83
	Passifs : non courants		(42)	(40)	(3)
	courants		(60)	(9)	(255)
		22.4	288	337	(173)
Autres risques	Actifs : non courants		-	28	28
	courants		37	-	7
	Passifs : non courants		-	-	-
	courants		(7)	(3)	-
			30	25	35
Total	Actifs : non courants	9	68	176	143
	courants	12	494	425	147
	Passifs : non courants	20	(51)	(41)	(4)
	courants	21	(76)	(20)	(265)
			435	540	21

22.4. Instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux d'intérêt

L'objectif de la politique de gestion menée est d'adapter le profil de la dette au profil des actifs, de contenir les frais financiers, et de prémunir le résultat contre une variation sensible des taux d'intérêt.

Dans ce cadre, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux à nature ferme (*swaps*) ou conditionnelle (options).

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 31 décembre 2013 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ^{(a) (b)}		
	À 1 an	De 1 à 5 ans	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :							
- payeur de taux variable	1 000	900	250	2 150	113	-	113
- taux variable/taux variable	152	-	-	152	-	-	-
Swaps de devises	-	1 644	-	1 644	2	2	4
Autres dérivés de taux	-	500	-	500	-	-	-
Total					115	2	117

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.8 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

22.5. 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 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 2013 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ^{(a) (b)}				
	2013	2014	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées									
Put USD	62	207	-	269	1	10	-	(1)	10
Put JPY	2	10	-	12	-	1	-	-	1
Put GBP	-	8	-	8	-	-	-	-	-
	64	225	-	289	1	11	-	(1)	11
Tunnels									
Vendeur USD	273	3 010	-	3 283	17	162	-	5	184
Vendeur JPY	5	402	-	407	-	47	-	-	47
Vendeur autres	7	106	-	113	-	1	-	-	1
	285	3 518	-	3 803	17	210	-	5	232
Contrats à terme ^(c)									
USD	156	(64)	-	92	1	(1)	-	-	-
JPY	62	116	-	178	-	38	-	-	38
GBP	16	16	-	32	-	-	-	-	-
Autres	81	(218)	-	(137)	1	1	-	1	3
	315	(150)	-	165	2	38	-	1	41
Swaps cambistes ^(c)									
USD	2 884	32	-	2 916	2	-	10	(37)	(25)
CHF	254	(18)	-	236	-	-	(1)	(2)	(3)
GBP	171	2	-	173	-	-	-	1	1
JPY	352	-	-	352	4	-	1	10	15
Autres	417	(43)	-	374	-	-	17	(1)	16
	4 078	(27)	-	4 051	6	-	27	(29)	4
Total					26	259	27	(24)	288

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.8 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

(c) 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 2014, leur montant étant fonction des cours de change en vigueur à cette date.

Les incidences sur le résultat net de l'exercice 2013 d'une variation de 10 % du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar contre l'euro, y compris l'effet des couvertures en vie durant l'exercice, par rapport aux cours qui se sont appliqués en 2013, 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	(223)	(38)	12	(7)	-	-	(4)	3
- à la conversion des résultats des sociétés consolidées situées hors zone Euro	57	(57)	15	(15)	14	(14)	42	(42)
Incidences sur le résultat net	(166)	(95)	27	(22)	14	(14)	38	(39)

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 2013, constitués principalement d'options et de tunnels.

Au 31 décembre 2013, les encaissements prévisionnels de 2014 en dollar US et yen japonais sont couverts à hauteur de 71 %.

L'incidence des variations de change sur les capitaux propres hors résultat net peut être évaluée au 31 décembre 2013 à travers les effets d'une variation de 10 % du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar contre l'euro par rapport aux cours 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	249	(249)	23	(23)	244	(244)	167	(167)
Variation de valeur des instruments de couverture d'actif net, après impôt	(80)	65	(3)	2	(70)	58	(57)	46
Incidences sur les capitaux propres, hors résultat net	169	(184)	20	(21)	174	(186)	110	(121)

22.6. Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

La politique d'investissement et de placement du Groupe s'inscrit dans la durée. Occasionnellement, le Groupe peut investir dans des instruments financiers à composante action ayant pour objectif de dynamiser la gestion de son portefeuille de placements.

Le Groupe est exposé aux risques de variation de cours des actions soit directement, en raison de la détention de participations ou de placements financiers, soit indirectement du fait de la détention de fonds eux-mêmes investis partiellement en actions.

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH. La valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet d'une cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de la valorisation à la date de clôture. La valorisation des instruments tient ainsi compte de paramètres de marché tels les taux d'intérêt et le cours de bourse. Au 31 décembre 2013, les instruments dérivés liés à la gestion du risque actions ayant un impact sur le résultat net du Groupe ont une valeur de marché positive de 37 millions d'euros. D'un montant nominal de 20 millions d'euros, ces instruments

financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2013, un effet net sur le résultat du Groupe inférieur à 0,4 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2014, principalement.

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas, afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place. Soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs, ou le prix de produits semi-finis avec des producteurs. Soit en direct par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or. Les instruments dérivés liés à la couverture du prix des métaux précieux en vie au 31 décembre 2013 ont une valeur de marché négative de 7 millions d'euros. D'un montant nominal de 37 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2013, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 0,5 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2014.

22.7. Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés, nette de la trésorerie et équivalents, soit 1,1 milliard d'euros à fin 2013, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 2,3 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 4,4 milliards d'euros.

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

Le tableau suivant présente, pour les passifs financiers comptabilisés au 31 décembre 2013, l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux passifs financiers (hors instruments dérivés), nominal et intérêts, hors effet d'actualisation :

<i>(en millions d'euros)</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Au-delà de 5 ans	Total
Emprunts obligataires et EMTN	1 107	982	603	812	522	1 125	5 151
Emprunts auprès des établissements de crédit	576	112	61	6	2	2	759
Autres emprunts et lignes de crédit	361	-	-	-	-	-	361
Crédit-bail et locations de longue durée	21	17	15	13	12	296	374
Billets de trésorerie	2 348	-	-	-	-	-	2 348
Découverts bancaires	310	-	-	-	-	-	310
Dette financière brute	4 723	1 111	679	831	536	1 423	9 303
Autres passifs, courants et non courants ^(a)	2 773	72	26	34	30	59	2 994
Fournisseurs et comptes rattachés	3 308	-	-	-	-	-	3 308
Autres passifs financiers	6 081	72	26	34	30	59	6 302
Total des passifs financiers	10 804	1 183	705	865	566	1 482	15 605

(a) Correspond à hauteur de 2 773 millions d'euros aux «Autres passifs courants» (hors instruments dérivés et produits constatés d'avance) et de 221 millions d'euros aux «Autres passifs non courants» (hors instruments dérivés, engagements d'achat de minoritaires et produits constatés d'avance d'un montant de 96 millions d'euros au 31 décembre 2013), voir Note 22.2.

Voir Note 30.3 concernant l'échéancier contractuel des cautions et avals, Notes 18.6 et 22.5 concernant les instruments dérivés de change et Note 22.4 concernant les instruments dérivés de taux.

23. 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.

23.1. Informations par groupe d'activités

Exercice 2013

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	4 160	9 834	3 228	2 732	8 915	280	-	29 149
Ventes intra-Groupe	27	48	489	52	23	15	(654)	-
Total des ventes	4 187	9 882	3 717	2 784	8 938	295	(654)	29 149
Résultat opérationnel courant	1 370	3 140	414	375	901	(177)	(2)	6 021
Autres produits et charges opérationnels	(4)	(63)	(6)	(6)	(5)	(43)	-	(127)
Charges d'amortissement	110	447	128	143	264	39	-	1 131
Charges de dépréciation	(1)	48	-	-	8	12	-	67
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	4 219	6 625	1 068	5 582	2 992	931	-	21 417
Immobilisations corporelles	2 238	2 018	404	399	1 321	3 222	-	9 602
Stocks	4 253	1 388	356	1 136	1 449	159	(155)	8 586
Autres actifs opérationnels	1 133	741	590	594	495	581	11 935 ^(c)	16 069
Total actif	11 843	10 772	2 418	7 711	6 257	4 893	11 780	55 674
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	27 723	27 723
Passifs	1 310	2 121	1 130	716	1 821	697	20 156 ^(d)	27 951
Total passif et capitaux propres	1 310	2 121	1 130	716	1 821	697	47 879	55 674
Investissements d'exploitation ^(e)	(187)	(629)	(229)	(192)	(390)	(36)	-	(1 663)

Exercice 2012

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	4 116	9 872	3 165	2 778	7 856	316	-	28 103
Ventes intra-Groupe	21	54	448	58	23	16	(620)	-
Total des ventes	4 137	9 926	3 613	2 836	7 879	332	(620)	28 103
Résultat opérationnel courant	1 260	3 264	408	334	854	(164)	(35)	5 921
Autres produits et charges opérationnels	(13)	(108)	(7)	(8)	(19)	(27)	-	(182)
Charges d'amortissement	100	414	112	122	229	42	-	1 019
Charges de dépréciation	1	81	-	-	3	16	-	101
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	3 989	4 857	1 032	5 577	3 046	815	-	19 316
Immobilisations corporelles	1 937	1 768	312	378	1 252	3 122	-	8 769
Stocks	4 008	1 158	339	1 213	1 421	101	(160)	8 080
Autres actifs opérationnels	1 057	658	583	635	459	590	9 851 ^(c)	13 833
Total actif^(f)	10 991	8 441	2 266	7 803	6 178	4 628	9 691	49 998
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	25 508	25 508
Passifs	1 271	1 870	1 098	732	1 785	675	17 059 ^(d)	24 490
Total passif et capitaux propres^(f)	1 271	1 870	1 098	732	1 785	675	42 567	49 998
Investissements d'exploitation ^(e)	(182)	(579)	(196)	(136)	(332)	(277)	-	(1 702)

Exercice 2011

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joannerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	3 511	8 672	2 851	1 911	6 414	300	-	23 659
Ventes intra-Groupe	13	40	344	38	22	14	(471)	-
Total des ventes	3 524	8 712	3 195	1 949	6 436	314	(471)	23 659
Résultat opérationnel courant	1 101	3 075	348	265	716	(204)	(38)	5 263
Autres produits et charges opérationnels	(16)	(56)	(2)	(6)	(26)	(3)	-	(109)
Charges d'amortissement	92	359	105	82	209	37	-	884
Charges de dépréciation	-	20	-	-	5	15	-	40
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	3 121	4 873	985	5 570	3 015	875	-	18 439
Immobilisations corporelles	1 820	1 635	237	354	1 114	2 857	-	8 017
Stocks	3 905	1 030	337	1 118	1 181	67	(128)	7 510
Autres actifs opérationnels	947	512	513	546	386	617	9 626 ^(c)	13 147
Total actif^(f)	9 793	8 050	2 072	7 588	5 696	4 416	9 498	47 113
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	23 426	23 426
Passifs	1 303	1 738	1 047	697	1 482	679	16 741 ^(d)	23 687
Total passif et capitaux propres^(f)	1 303	1 738	1 047	697	1 482	679	40 167	47 113
Investissements d'exploitation ^(e)	(159)	(437)	(150)	(117)	(215)	(652)	-	(1 730)

(a) Les éliminations portent sur les ventes entre groupes d'activités ; il s'agit le plus souvent de ventes des groupes d'activités hors Distribution sélective à ce dernier. Les prix de cession entre les groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes à des grossistes ou à des détaillants hors Groupe.

(b) Les immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(c) 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 2013, ils incluent la participation de 23,1 % dans Hermès International soit 6 437 millions d'euros, voir Note 8 (5 409 millions d'euros au 31 décembre 2012 et 5 438 millions d'euros au 31 décembre 2011).

(d) Les passifs non affectés incluent les dettes financières et la dette d'impôt courant et différé.

(e) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

(f) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

Les données de l'exercice 2011 intégraient celles de Bulgari, consolidée par intégration globale depuis le 30 juin 2011. En raison de l'unicité de management et de marque de Bulgari, dont l'activité est majoritairement constituée de la fabrication et distribution de montres et joaillerie, l'ensemble des activités de Bulgari, y compris les Parfums et Cosmétiques, ont été classées dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie.

L'activité Parfums et Cosmétiques de Bulgari représentait au 31 décembre 2011, pour la période de consolidation dans le groupe LVMH, des ventes consolidées de 142 millions d'euros.

23.2. Informations par zone géographique

La répartition des ventes par zone géographique de destination est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
France	3 144	3 107	2 866
Europe (hors France)	5 510	5 455	4 797
États-Unis	6 652	6 390	5 237
Japon	2 066	2 363	1 970
Asie (hors Japon)	8 669	7 895	6 430
Autres pays	3 108	2 893	2 359
Ventes	29 149	28 103	23 659

La répartition des investissements d'exploitation par zone géographique se présente ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
France	586	648	692
Europe (hors France)	315	290	601
États-Unis	237	283	127
Japon	71	69	46
Asie (hors Japon)	342	326	194
Autres pays	112	86	70
Investissements d'exploitation	1 663	1 702	1 730

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.

23.3. Informations trimestrielles

La répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	979	2 383	932	624	2 122	72	(165)	6 947
Deuxième trimestre	829	2 328	872	686	2 093	97	(157)	6 748
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	677	2 101	55	(152)	7 020
Quatrième trimestre	1 347	2 743	1 034	797	2 622	71	(180)	8 434
Total 2013	4 187	9 882	3 717	2 784	8 938	295	(654)	29 149
Premier trimestre	926	2 374	899	630	1 823	84	(154)	6 582
Deuxième trimestre	833	2 282	828	713	1 767	99	(138)	6 384
Troisième trimestre	1 006	2 523	898	690	1 862	66	(145)	6 900
Quatrième trimestre	1 372	2 747	988	803	2 427	83	(183)	8 237
Total 2012	4 137	9 926	3 613	2 836	7 879	332	(620)	28 103
Premier trimestre	762	2 029	803	261	1 421	74	(103)	5 247
Deuxième trimestre	673	1 942	715	315	1 410	83	(93)	5 045
Troisième trimestre	871	2 218	793	636	1 547	74	(128)	6 011
Quatrième trimestre	1 218	2 523	884	737	2 058	83	(147)	7 356
Total 2011	3 524	8 712	3 195	1 949	6 436	314	(471)	23 659

24. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

24.1. Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Ventes réalisées par les marques et enseignes	28 697	27 650	23 274
Royalties et revenus de licences	159	160	133
Revenus des immeubles locatifs	28	39	34
Autres revenus	265	254	218
Total	29 149	28 103	23 659

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres magasins représente environ 63 % des ventes en 2013, 2012 et 2011.

24.2. Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Frais de publicité et de promotion	3 332	3 277	2 711
Loyers commerciaux	2 489	1 944	1 563
Charges de personnel	5 006	4 803	4 074
Dépenses de recherche et développement	72	69	63

Les frais de publicité et de promotion sont principalement constitués du coût des campagnes média et des frais de publicité sur les lieux de vente ; ils intègrent également les frais du personnel dédié à cette fonction.

Au 31 décembre 2013, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde (hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014), en particulier par les groupes Mode et

Maroquinerie et Distribution sélective, est de 3 384 (3 204 en 2012, 3 040 en 2011).

Dans certains pays, les locations de magasins comprennent un montant minima et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. La charge de location des magasins s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Loyers fixes ou minima	1 056	873	675
Part variable des loyers indexés	365	408	348
Concessions aéroportuaires – part fixe ou minima	575	214	223
Concessions aéroportuaires – part variable	493	449	317
Loyers commerciaux	2 489	1 944	1 563

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Salaires et charges sociales	4 884	4 666	3 954
Retraites, participation aux frais médicaux et avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	88	83	67
Charges liées aux plans d'options et assimilés	34	54	53
Charges de personnel	5 006	4 803	4 074

25. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Résultat de cessions	7	(4)	(4)
Réorganisations	(22)	(28)	(40)
Réévaluation de titres acquis antérieurement à leur première consolidation	-	-	22
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(21)	(3)	(17)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(88)	(139)	(73)
Autres, nets	(3)	(8)	3
Autres produits et charges opérationnels	(127)	(182)	(109)

Les dépréciations ou amortissements enregistrés en 2013 portent essentiellement sur des marques et écarts d'acquisition. En 2012, ils incluaient en outre des dépréciations d'actifs corporels à hauteur de 74 millions d'euros.

En 2011, les titres de Bulgari et de Ile de Beauté acquis antérieurement à la date de prise de contrôle ont été réévalués à leur valeur à cette date. Les frais d'acquisition étaient essentiellement liés à ces deux opérations.

26. RÉSULTAT FINANCIER

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Coût de la dette financière brute	(138)	(164)	(189)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	29	26	41
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	6	(2)	(3)
Coût de la dette financière nette	(103)	(140)	(151)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	71	174	54
Part inefficace des dérivés de change	(159)	(49)	(105)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	23	31	(11)
Autres, nets	(31)	(30)	(29)
Autres produits et charges financiers	(96)	126	(91)
Résultat financier	(199)	(14)	(242)

Les produits de la trésorerie et des placements financiers comprennent les éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Revenus de la trésorerie et équivalents	20	17	33
Revenus des placements financiers	9	9	8
Produits de la trésorerie et des placements financiers	29	26	41

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux proviennent des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Dette financière couverte	64	(22)	(65)
Dérivés de couverture	(61)	16	63
Dérivés non affectés	3	4	(1)
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	6	(2)	(3)

La part inefficace des dérivés de change s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Coût financier des couvertures de change commerciales	(152)	(48)	(145)
Coût financier des couvertures d'actifs nets en devises	(6)	7	34
Variation de valeur de marché des dérivés non affectés	(1)	(8)	6
Part inefficace des dérivés de change	(159)	(49)	(105)

En 2013, ainsi qu'en 2012 et 2011, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers provient de l'évolution des marchés ainsi que des charges de dépréciation d'investissements et placements financiers.

En 2012, le montant des dividendes reçus au titre des investissements financiers incluait un dividende exceptionnel perçu de Hermès International SCA de 120 millions d'euros (5 euros par action).

27. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

27.1. Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Impôt courant de l'exercice	(1 961)	(2 039)	(1 671)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	13	20	2
Impôt courant	(1 948)	(2 019)	(1 669)
Variation des impôts différés	186	199	158
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	7	-	58
Impôts différés	193	199	216
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(1 755)	(1 820)	(1 453)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres^(a)	(249)	(73)	(46)

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

La charge totale d'impôt pour l'exercice inclut, à hauteur de 41 millions d'euros (30 millions d'euros en 2012, 11 millions d'euros en 2011), les effets de la contribution exceptionnelle

applicable en France de 2011 à 2014 (10,7 % de l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice 2013, 5 % de l'impôt sur les sociétés dû au titre des exercices 2011 et 2012).

27.2. Ventilation des impôts différés nets au bilan

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2013	2012 ^(a)	2011 ^(a)
Impôts différés actifs	909	954	760
Impôts différés passifs	(3 934)	(3 960)	(3 925)
Impôts différés nets au bilan	(3 025)	(3 006)	(3 165)

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

27.3. Analyse de l'écart entre le taux d'imposition effectif et le taux d'imposition théorique

Le taux d'imposition effectif s'établit comme suit :

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Résultat avant impôt	5 695	5 725	4 912
Charge totale d'impôt	(1 755)	(1 820)	(1 453)
Taux d'imposition effectif	30,8 %	31,8 %	29,6 %

Le rapprochement entre le taux d'imposition théorique, qui est le taux légal applicable aux sociétés françaises, y compris la contribution sociale 3,3 %, et le taux d'imposition effectif constaté dans les états financiers consolidés, s'établit de la façon suivante :

<i>(en pourcentage du résultat avant impôt)</i>	2013	2012	2011
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,4
Changements de taux d'impôt	(0,1)	-	(1,2)
Différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(5,7)	(5,8)	(5,9)
Résultats et reports déficitaires, et autres variations d'impôts différés	(1,2)	-	(0,5)
Différences entre les résultats consolidés et imposables, et résultats imposables à un taux réduit	1,8	1,6	1,8
Impôts de distribution ^(a)	1,6	1,6	1,0
Taux d'imposition effectif du Groupe	30,8	31,8	29,6

(a) Les impôts de distribution sont principalement relatifs à la taxation des dividendes intragroupe. À compter de 2012, ils intègrent également la taxe de 3% sur les dividendes versés par LVMH SA.

27.4. Sources d'impôts différés

Au compte de résultat

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Évaluation des marques	24	8	42
Autres écarts de réévaluation	2	6	(4)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	4	(2)	(5)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	6	(16)	16
Provisions pour risques et charges ^(a)	74	-	10
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	33	148	102
Autres retraitements de consolidation ^(a)	42	81	78
Reports déficitaires	8	(26)	(23)
Total	193	199	216

(a) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

En capitaux propres

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 ^(a)	2011 ^(a)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(127)	(28)	(11)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(65)	(5)	(91)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(17)	(50)	21
Gains et pertes au titre des engagements envers le personnel	(22)	29	13
Total	(231)	(54)	(68)

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

Au bilan

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 ^{(b)(c)}	2011 ^{(b)(c)}
Évaluation des marques	(3 134)	(3 187)	(3 203)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(732)	(607)	(579)
Autres écarts de réévaluation	(379)	(374)	(373)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(207)	(150)	(145)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(33)	(24)	31
Provisions pour risques et charges ^(a)	318	291	249
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	654	579	416
Autres retraitements de consolidation ^(a)	432	418	388
Reports déficitaires	56	48	51
Total	(3 025)	(3 006)	(3 165)

(a) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

(b) Actif/(Passif).

(c) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

27.5. Reports déficitaires

Au 31 décembre 2013, les reports déficitaires et crédits d'impôt non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs représentent une économie potentielle

d'impôt de 277 millions d'euros (306 millions en 2012, 301 millions d'euros en 2011).

27.6. 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 88 millions d'euros en 2013 (92 millions en 2012, 136 millions d'euros en 2011).

• Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur, notamment aux États-Unis, ont généré une diminution de la charge d'impôt courant de 7 millions d'euros en 2013 (28 millions d'euros en 2012, 52 millions d'euros en 2011).

28. RÉSULTAT PAR ACTION

	2013	2012	2011
Résultat net, part du Groupe <i>(en millions d'euros)</i>	3 436	3 424	3 065
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	507 997 567	508 041 429	498 874 042
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(7 714 153)	(8 907 786)	(10 104 756)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	500 283 414	499 133 643	488 769 286
Résultat par action <i>(en euros)</i>	6,87	6,86	6,27
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	500 283 414	499 133 643	488 769 286
Effet de dilution des plans d'options	2 934 083	3 096 309	3 438 206
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul après effets dilutifs	503 217 497	502 229 952	492 207 492
Résultat par action après dilution <i>(en euros)</i>	6,83	6,82	6,23

Au 31 décembre 2013, la totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution, l'ensemble des options de souscription en vie à cette date étant considérées comme exerçables, en raison d'un cours de bourse de l'action LVMH supérieur au prix d'exercice de ces options.

Aucun événement de nature à modifier significativement le nombre d'actions en circulation ou le nombre d'actions potentielles, n'est intervenu entre le 31 décembre 2013 et la date d'arrêt des comptes.

29. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL

29.1. Charge de l'exercice

La charge enregistrée au cours des exercices présentés au titre des engagements de retraite, de participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel s'établit ainsi :

(en millions d'euros)	2013	2012 ^(a)	2011 ^(a)
Coût des services rendus	79	64	56
Coût financier, net	15	11	9
Écarts actuariels	2	9	5
Coût des services passés	-	1	2
Modifications des régimes	(8)	(2)	(5)
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	88	83	67

(a) Les résultats nets des exercices 2011 et 2012 n'ont pas été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, l'effet du changement de norme sur chacun de ces exercices étant inférieur à 5 millions d'euros.

29.2. Engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	2013	2012 ^(a)	2011 ^(a)
Droits couverts par des actifs financiers	978	1 022	841
Droits non couverts par des actifs financiers	145	141	127
Valeur actualisée des droits	1 123	1 163	968
Valeur de marché des actifs financiers	(682)	(650)	(569)
Engagement net comptabilisé	441	513	399
Dont :			
Provisions à plus d'un an	455	519	413
Provisions à moins d'un an	3	13	11
Autres actifs	(17)	(19)	(25)
Total	441	513	399

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

29.3. Analyse de la variation de l'engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)

	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Engagement net comptabilisé ^(a)
Au 31 décembre 2012	1 163	(650)	513
Coût des services rendus	79	-	79
Coût financier, net	33	(18)	15
Prestations aux bénéficiaires	(87)	63	(24)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(68)	(68)
Contributions des employés	8	(8)	-
Variations de périmètre et reclassifications	18	-	18
Modifications des régimes	(8)	-	(8)
Écarts actuariels : effets d'expérience ^(b)	1	(35)	(34)
Écarts actuariels : changements d'hypothèses démographiques ^(b)	(6)	-	(6)
Écarts actuariels : changements d'hypothèses financières ^(b)	(37)	-	(37)
Effet des variations de taux de change	(41)	34	(7)
Au 31 décembre 2013	1 123	(682)	441

(a) Les bilans au 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011. Voir Note 1.2.

(b) (Gains)/Pertes.

Les écarts actuariels liés aux changements d'hypothèses résultent principalement de la hausse des taux d'actualisation.

Les écarts actuariels liés aux effets d'expérience dégagés durant les exercices 2009 à 2012 se sont élevés à :

(en millions d'euros)	2009	2010	2011	2012
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur actualisée des droits	(16)	(14)	(9)	13
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur de marché des actifs financiers	(29)	(4)	(34)	(31)
Écarts actuariels liés aux effets d'expérience^(a)	(45)	(18)	(43)	(18)

(a) (Gains)/Pertes.

Les hypothèses actuarielles retenues pour l'estimation des engagements au 31 décembre 2013 dans les principaux pays concernés sont les suivantes :

(en pourcentage)	2013					2012					2011				
	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse
Taux d'actualisation ^(a)	3,50	5,0	4,40	1,25	2,30	3,0	3,20	4,30	1,50	2,0	4,70	4,90	4,70	1,75	2,25
Taux d'augmentation future des salaires	3,0	4,50	4,10	2,0	2,25	3,0	4,0	3,80	2,0	2,50	3,0	4,0	3,80	2,0	2,50

(a) Les taux d'actualisation ont été déterminés par référence aux taux de rendement des obligations privées notées AA à la date de clôture dans les pays concernés. Ont été retenues des obligations de maturités comparables à celles des engagements.

L'hypothèse d'augmentation du coût des frais médicaux aux États-Unis est de 7,20 % pour 2014, puis décroît progressivement pour atteindre 4,50 % à l'horizon 2029.

Une augmentation de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une réduction de 67 millions d'euros de la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2013 ; une réduction de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une augmentation de 74 millions d'euros.

29.4. Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Retraites complémentaires	850	902	745
Indemnités de départ en retraite et assimilées	206	188	149
Frais médicaux des retraités	44	51	45
Médailles du travail	20	18	12
Préretraites	-	-	2
Autres	3	4	15
Valeur actualisée des droits	1 123	1 163	968

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
France	369	376	309
Europe (hors France)	444	436	367
États-Unis	184	210	175
Japon	84	107	103
Asie (hors Japon)	39	31	13
Autres pays	3	3	1
Valeur actualisée des droits	1 123	1 163	968

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2013 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 la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées ; il s'agit en outre des indemnités de fin de carrière et médailles du travail, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement lors du départ en retraite ou après une certaine ancienneté ;
- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de retraite à prestations définies mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe, la participation des sociétés suisses au régime légal de retraite (« Loi pour la Prévoyance Professionnelle »), ainsi que le TFR (Trattamento di Fine Rapporto) en Italie, dont le versement est prévu par la loi au moment du départ de l'entreprise, quel qu'en soit le motif ;
- aux États-Unis, l'engagement provient des régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place par certaines sociétés du Groupe.

29.5. Analyse des actifs financiers dédiés

Les valeurs de marché des actifs financiers dans lesquels les fonds versés sont investis se répartissent ainsi, par type de support :

<i>(en pourcentage de la valeur de marché des actifs financiers dédiés)</i>	2013	2012	2011
Actions	35	35	39
Obligations			
- émetteurs privés	29	29	27
- émetteurs publics	15	18	15
Trésorerie, fonds d'investissement, immobilier et autres	21	18	19
Total	100	100	100

Ces actifs ne comportent pas de biens immobiliers appartenant au Groupe, ou d'actions LVMH pour un montant important.

Le Groupe prévoit d'augmenter en 2014 les actifs financiers dédiés par des versements de 73 millions d'euros environ.

30. ENGAGEMENTS HORS BILAN

30.1. Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Raisins, vins et eaux-de-vie	994	1 012	1 019
Autres engagements d'achat de matières premières	110	80	84
Immobilisations industrielles ou commerciales	379	205	154
Titres de participation et investissements financiers	98	41	90

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achat auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont évalués, selon la nature des

approvisionnements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés.

Au 31 décembre 2013, l'échéancier des engagements d'achat est le suivant :

(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	565	386	43	994
Autres engagements d'achat de matières premières	105	5	-	110
Immobilisations industrielles ou commerciales	181	198	-	379
Titres de participation et investissements financiers	25	62	11	98

30.2. Contrats de location

Dans le cadre de son activité, le Groupe souscrit des contrats de location d'espace ou des contrats de concession aéroportuaire ; le Groupe finance également une partie de son équipement par des locations simples de longue durée.

Au 31 décembre 2013, les engagements futurs minima fixes non résiliables résultant de ces contrats de location simple ou de concession s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
À moins d'un an	1 407	1 235	1 094
De un à cinq ans	3 613	3 208	2 843
Au-delà de cinq ans	1 874	1 551	1 279
Engagements donnés au titre de locations simples et concessions	6 894	5 994	5 216
À moins d'un an	10	15	19
De un à cinq ans	14	25	30
Au-delà de cinq ans	-	1	1
Engagements reçus au titre de sous-locations	24	41	50

En outre, le Groupe peut souscrire des contrats de location simple ou de concession comportant un montant garanti variable. Ainsi, en juin 2012, DFS a obtenu de l'aéroport de Hong Kong trois concessions supplémentaires d'une durée de cinq ans ;

l'accord de concession prévoit le versement d'une redevance variable dont le montant est établi notamment par référence au nombre de passagers qui transitent par l'aéroport. En 2013, cette redevance s'est montée à environ 320 millions d'euros.

30.3. Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2013, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Avals et cautions	412	295	145
Autres garanties	90	101	142
Garanties données	502	396	287
Garanties reçues	14	19	28

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	114	285	13	412
Autres garanties	52	29	9	90
Garanties données	166	314	22	502
Garanties reçues	8	2	4	14

30.4. Passifs éventuels et litiges en cours

Dans le cadre de la gestion de ses activités, 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.

30.5. Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

31. PARTIES LIÉES

31.1. Relations de LVMH avec Christian Dior et Groupe Arnault

Le groupe LVMH est consolidé dans les comptes de Christian Dior SA, société cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris et contrôlée par la société Groupe Arnault SAS via sa filiale Financière Agache SA.

Relations de LVMH avec Christian Dior

Le groupe LVMH, via ses filiales Parfums Christian Dior et Montres Dior, met en œuvre des actions de communication concertées avec Christian Dior SA et ses filiales, en particulier Christian Dior Couture SA. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique dans les domaines du design des flacons de parfums ou des montres Dior, ainsi

qu'en matière de campagnes média. La fabrication des Montres Dior est assurée par une société détenue à parité par Christian Dior et LVMH.

LVMH distribue les produits de Christian Dior dans le cadre de son activité Distribution sélective ou, concernant les Montres Dior, dans son réseau de distribution de l'activité Montres et Joaillerie. Christian Dior achète à LVMH, pour les commercialiser dans son réseau de magasins, les produits fabriqués par Parfums Christian Dior et Montres Dior.

Enfin, LVMH fournit des prestations administratives aux filiales de Christian Dior situées hors de France.

L'ensemble des opérations entre LVMH et Christian Dior, qui sont réalisées à prix de marché, peuvent être résumées comme suit, en valeur :

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Achats de LVMH à Christian Dior	(20)	(19)	(22)
Montant dû au 31 décembre	(20)	(20)	(21)
Ventes de LVMH à Christian Dior	39	39	26
Montant à recevoir au 31 décembre	5	7	4

En décembre 2013, LVMH a cédé à Christian Dior Couture un actif immobilier situé à Londres pour un prix de 53,5 millions de livres sterling.

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)	2013	2012	2011
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(6)	(6)	(5)
Montant dû au 31 décembre	(2)	(2)	(2)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	3	2	2
Montant à recevoir au 31 décembre	-	-	-

31.2. Relations avec Diageo

Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS (ci-après « Moët Hennessy ») détiennent les participations Vins et Spiritueux du groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem, de Château Cheval Blanc et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy. Lors de la prise de participation, en 1994, a été établie une convention entre Diageo et LVMH

ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du groupe LVMH.

En application de cette convention, Moët Hennessy a supporté 19 % des frais communs en 2013, 2012 et 2011, soit un montant de 15 millions d'euros en 2013 (14 millions d'euros en 2012, 20 millions d'euros en 2011).

31.3. Relations avec la Fondation Louis Vuitton

La Fondation Louis Vuitton édifie actuellement un musée d'art moderne et contemporain à Paris. Le groupe LVMH finance la Fondation dans le cadre de ses actions de mécénat. Les contributions nettes correspondantes figurent en « Immobilisations en cours » et seront amorties à compter de l'ouverture du musée, prévue en septembre 2014, sur la durée résiduelle de

la convention d'occupation du domaine public octroyée par la Ville de Paris.

Par ailleurs, la Fondation Louis Vuitton a recours à des financements externes garantis par LVMH. Ces garanties figurent en engagement hors-bilan (voir Note 30.3).

31.4. Organes de Direction

La rémunération globale des membres du Comité exécutif et du Conseil d'administration, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	73	68	60
Avantages post emploi	10	9	11
Autres avantages à long terme	14	12	14
Indemnités de fin de contrat de travail	-	3	9
Coût des plans d'options et assimilés	16	26	26
Total	113	118	120

L'engagement comptabilisé au 31 décembre 2013 au titre des avantages post-emploi, net des actifs financiers dédiés, est de 53 millions d'euros (52 millions d'euros au 31 décembre 2012, 29 millions d'euros au 31 décembre 2011, après l'effet du

retraitement lié à l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2011, voir Note 1.2.).

32. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2013 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 30 janvier 2014.

PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
VINS ET SPIRITUEUX			
MHCS SCS	Épernay, France	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Épernay, France	100 %	66 %
Société Viticole de Reims SA	Épernay, France	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Épernay, France	100 %	66 %
Chamfipar SA	Épernay, France	100 %	66 %
STM Vignes SAS	Épernay, France	95 %	63 %
GIE MHIS	Épernay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Entreprise Adaptée	Épernay, France	100 %	66 %
Champagne Bernard Breuzon SAS	Colombe le Sec, France	100 %	66 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia Spa	Milan, Italie	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %
Moët Hennessy Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	66 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100 %	66 %
Moët Hennessy Polska SP Z.O.O.	Varsovie, Pologne	100 %	66 %
Moët Hennessy Czech Republic Sro	Prague, République Tchèque	100 %	66 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %
Moët Hennessy România Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	66 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	66 %
Moët Hennessy Nederland BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	66 %
Moët Hennessy USA Inc	New York, USA	100 %	66 %
Moët Hennessy Turkey Ltd	Istanbul, Turquie	100 %	66 %
Moët Hennessy Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	66 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ^(c)	100 %	66 %
Clicquot Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	66 %
Ruinart UK	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Cheval des Andes SA	Buenos Aires, Argentine ^(a)	50 %	33 %
Domaine Chandon Inc	Californie, USA	100 %	66 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Moët Hennessy do Brasil – Vinhos E Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle Zélande	100 %	66 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %
Newton Vineyards LLC	Californie, USA	90 %	59 %
Domaine Chandon (Ningxia)			
Moët Hennessy Co, Ltd	Yinchuan, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy Chandon (Ningxia)			
Vineyards Co, Ltd	Yinchuan, Chine	60 %	40 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	95 %	95 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	96 %	96 %
Société Civile Cheval Blanc (SCCB)	Saint Emilion, France ^(a)	50 %	50 %
MH Shangri-La (Deqin) Winery Company Ltd	Deqin, Chine	80 %	53 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %
Distillerie de la Groie SARL	Cognac, France	100 %	65 %
SICA de Bagnolet	Cognac, France	100 %	3 %
Sodepa SARL	Cognac, France	100 %	65 %
Diageo Moët Hennessy BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(c)	100 %	66 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande ^(b)	40 %	26 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %
Moët Hennessy Diageo Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ^(c)	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Macau Ltd	Macao, Chine ^(c)	100 %	66 %
Riche Monde (China) Ltd	Hong Kong, Chine ^(c)	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Singapore Pte Ltd	Singapour ^(c)	100 %	66 %
Moët Hennessy Ukraine	Kiev, Ukraine	100 %	66 %
MH Services UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
MH Services Singapore Limited Pte	Singapour	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Malaysia SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie ^(c)	100 %	66 %
Diageo Moët Hennessy Thailand Ltd	Bangkok, Thaïlande ^(c)	100 %	66 %
Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	65 %
MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine ^(c)	100 %	66 %
MHWH Limited	Limassol, Chypre	100 %	66 %
Moët Hennessy Whitehall Russia SA	Moscou, Russie	100 %	66 %
Moët Hennessy Vietnam Importation Co Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	65 %
Moët Hennessy Vietnam			
Distribution Co Pte Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	51 %	33 %
Moët Hennessy Rus LLC	Moscou, Russie	100 %	66 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
MHD Moët Hennessy Diageo Ltd	Tokyo, Japon ^(c)	100 %	66 %
Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %
Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Polmos Zyrardow LLC	Zyrardow, Pologne	100 %	66 %
The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Wenjun Spirits Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
Wenjun Spirits Sales Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
MODE ET MAROQUINERIE			
Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Manufacture de Souliers Louis Vuitton Srl	Fiesse d'Artico, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton South Europe Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Saint-Barthélemy SNC	Saint-Barthélemy, Antilles Françaises	100 %	100 %
Louis Vuitton Cantacilik Ticaret AS	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Louis Vuitton Editeur SAS	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton International SNC	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton India Holding & Services Private Limited	Bangalore, Inde	100 %	100 %
Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Les Tanneries de la Comète SA	Estaimpuis, Belgique	100 %	100 %
Manufacture des accessoires Louis Vuitton Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Bahrain WLL	Manama, Bahrein ^(d)	100 %	100 %
Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Qatar LLC	Doha, Qatar ^(d)	100 %	100 %
Société des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton			
La Fabrique du Temps SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Les Ateliers Joaillers Louis Vuitton SAS	Paris, France	100 %	100 %
Operadora Louis Vuitton Mexico SRLCV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Louis Vuitton Monaco SA	Monaco	100 %	100 %
ELV SNC	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Services Europe Sprl	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Finnina Srl	Stra, Italie	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 %
Sociedad de Catalana Talleres Artesanos Louis Vuitton SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Sociedad de Talleres de Accesorios en Cuero LV SL	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Atepetli – Ateliers de Ponte de Lima SA	Ponte de Lima, Portugal	100 %	100 %
La Fabrique de Maroquinerie Louis Vuitton	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton Luxembourg SARL	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 Polska s.p. zoo.	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Louis Vuitton Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Louis Vuitton Kazakhstan LLP	Almaty, Kazakhstan	100 %	100 %
LV US Manufacturing, Inc	New York, USA	100 %	100 %
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
Louis Vuitton Hawaii Inc	Hawaï, USA	100 %	100 %
Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	40 %	40 %
Louis Vuitton Guam Inc	Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan Inc	Saipan, Îles Mariannes	100 %	100 %
Louis Vuitton Norge AS	Oslo, Norvège	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton North America Inc	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton USA Inc	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton Liban retail SAL	Beyrouth, Liban	100 %	100 %
Louis Vuitton Liban Holding SAL	Beyrouth, Liban	100 %	100 %
Louis Vuitton Vietnam Company Ltd	Hanoi, Vietnam	100 %	100 %
Louis Vuitton Suomy Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Louis Vuitton România Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	100 %
LVMH FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage		Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt			Contrôle	Intérêt
Louis Vuitton Panama Inc	Panama City, Panama	100 %	100 %	Berluti Singapore Private Ltd	Singapour	100 %	100 %
Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %	Berluti Orient FZ LLC	Raz Al-Kamah, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %
Louis Vuitton Uruguay S.A.	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %	Berluti UAE LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(d)	(d)
Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100 %	100 %	Berluti Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Louis Vuitton (Aruba) N.V	Oranjestad, Aruba	100 %	100 %	Rossimoda Spa	Vigonza, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Republica Dominica Srl	Saint Domingue, République Dominicaine	100 %	100 %	Rossimoda USA Ltd	New York, USA	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Rossimoda France SARL	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Trading Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Brenta Suole Srl	Vigonza, Italie	65 %	65 %
Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton (Philippines) Inc	Makati, Philippines	100 %	100 %	Montaigne KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Louis Vuitton Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Interlux Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LV IOS Private Ltd	Singapour	100 %	100 %	Celine SA	Paris, France	100 %	100 %
PT Louis Vuitton Indonesia LLC	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %	Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %	Celine Montaigne SA	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	98 %	98 %	Celine Monte-Carlo SA	Monaco	100 %	100 %
Louis Vuitton Australia PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %	Celine Germany GmbH	Berlin, Allemagne	100 %	100 %
Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Celine Production Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Mongolia LLC	Oulan Bator, Mongolie	100 %	100 %	Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Louis Vuitton New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %	Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton India Retail Private Limited	New Delhi, Inde	51 %	51 %	Celine Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Louis Vuitton EAU LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(d)	(d)	Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Middle East	Dubaï, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %	Celine Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton – Jordan PCLS	Amman, Jordanie	100 %	100 %	Celine Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	99 %
Louis Vuitton Orient LLC	Emirate of Ras Khaime, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %	CPC International Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	CPC Macau Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Trading Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	LVMH FG Services UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Hungaria Sarl	Budapest, Hongrie	100 %	100 %	Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %	Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %	Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LV Colombia SA	Santafe de Bogota, Colombie	100 %	100 %	Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100 %	100 %	Kenzo Accessories Srl	Lentate Sul Seveso, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton South Africa Ltd	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	100 %	Kenzo Seta Srl	Grandate, Italie	51 %	51 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fashion (Shanghai) Trading Co., Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Givenchy Corporation	New York, USA	100 %	100 %
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	99 %	99 %	Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Services KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %	Givenchy Shanghai Commercial and Trading Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %	GCCL Macau Co Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (Barbados) Ltd	St Michael, Barbade	100 %	100 %	Givenchy Italia Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
FG Industries	Paris, France	100 %	100 %	Gabrielle Studio Inc	New York, USA	100 %	100 %
Les tanneries Roux SA	Romans sur Isère, France	100 %	100 %	Donna Karan International Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Heng Long International Holding Pte Ltd	Singapour	65 %	65 %	The Donna Karan Company LLC	New York, USA	100 %	100 %
Heng Long International Ltd	Singapour	100 %	65 %	Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	100 %
Heng Long Leather Co (Pte) Ltd	Singapour	100 %	65 %	Donna Karan Company Store Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Heng Long Leather (Guangzhou) Co Ltd	Guangzhou, Chine	100 %	65 %	Donna Karan Studio LLC	New York, USA	100 %	100 %
HL Australia Proprietary Ltd	Sydney, Australie	100 %	65 %	The Donna Karan Company Store LLC	New York, USA	100 %	100 %
Marc Jacobs International LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	80 %	Donna Karan International (Canada) Inc	Vancouver, Canada	100 %	100 %
Marc Jacobs International (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %	Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Marc Jacobs Trademark LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	80 %	Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Marc Jacobs Japon KK	Tokyo, Japon	50 %	40 %	Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Marc Jacobs international Italia Srl	Milan, Italie	100 %	80 %	Donna Karan Company Store (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Marc Jacobs International France SAS	Paris, France	100 %	80 %	Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Marc Jacobs Commercial & Trading (Shanghai)	Shanghai, Chine	100 %	80 %	Donna Karan (Italy) Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %	Donna Karan (Italy) Production Services Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs Holdings LLC	New York, USA ⁽¹⁾	80 %	80 %	Fendi International BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Fun Fashion Bari Srl	Bari, Italie	100 %	100 %
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Fendi Prague S.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Manufacturas Loewe SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Luxury Kuwait for Ready Wear Company WLL	Koweït City, Koweït	(d)	(d)
LVMH Fashion Group France SNC	Paris, France	100 %	100 %	Fun Fashion Qatar LLC	Doha, Qatar	(d)	(d)
Loewe Hermanos UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi International SA	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Fun Fashion Emirates LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(d)	(d)
Loewe Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Fendi SA	Luxembourg	100 %	100 %
Loewe Fashion Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Fun Fashion Bahrain WLL	Manama, Bahreïn	(d)	(d)
Loewe Fashion (M) SDN BHD	Johor, Malaisie	100 %	100 %	Fendi Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Loewe Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	98 %	Fendi Dis Ticaret LSi	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Loewe Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Fendi Adele Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Loewe Macao Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Fendi Italia Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Loewe Italy Spa	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Loewe Alemania GmbH	Francfort, Allemagne	100 %	100 %	Fendi France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hawaii Inc	Honolulu, USA	100 %	100 %	Fendi North America Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Guam Inc	Guam	100 %	100 %
Manifattura Ferrarese Srl	Ferrare, Italie	100 %	100 %	Fendi (Thailand) Company Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Berluti LLC	New York, USA	100 %	100 %	Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Berluti UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Berluti Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Berluti (Shanghai) Company Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Berluti Hong Kong Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
				Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fendi Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Fun Fashion FZCO LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	73 %	73 %
Fendi Marianas Inc	Guam	100 %	100 %
Fun Fashion Kuwait Co. WLL	Koweït City, Koweït	(a)	(a)
Fun Fashion Hellas	Athènes, Grèce	51 %	51 %
Fendi Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Fendi Germany GmbH	Stuttgart, Allemagne	100 %	100 %
Fendi (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	(a)	(a)
Interservices & Trading SA	Lugano, Suisse	100 %	100 %
Fendi Silk SA	Lugano, Suisse	51 %	51 %
Outshine Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Maxelle SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	51 %
Taramax USA Inc	New Jersey, USA	100 %	51 %
Primetime Inc	New Jersey, USA	100 %	51 %
Taramax SA	Neuchâtel, Suisse	51 %	51 %
Taramax Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	51 %
Support Retail Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Fendi Brasil – Grupo de Moda Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Emilio Pucci Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Emilio Pucci International BV	Baarn, Pays-Bas	67 %	67 %
Emilio Pucci, Ltd	New York, USA	100 %	100 %
Emilio Pucci Hong Kong Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Emilio Pucci (Shanghai) Commercial Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Emilio Pucci UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Emilio Pucci (Singapore) Pte. Ltd	Singapour	100 %	100 %
Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Thomas Pink Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Thomas Pink Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Thomas Pink Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Edun Apparel Ltd	Dublin, Irlande ^(b)	49 %	49 %
Edun Americas Inc.	Caroline du Nord, USA ^(b)	49 %	49 %
Nowness LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Nowness SAS	Paris, France	100 %	100 %
Perida Financière SA	Romans sur Isère, France	100 %	100 %
Loro Piana S.p.A.	Quarona, Italie	80 %	80 %
Loro Piana Switzerland SA	Lugano, Suisse	100 %	80 %
Loro Piana France SARL	Paris, France	100 %	80 %
Loro Piana GmbH	Munich, Allemagne	100 %	80 %
Loro Piana GB Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
Warren Corporation	Stafford Springs, Connecticut, USA	100 %	80 %
Loro Piana & C. Inc.	New York, USA	100 %	80 %
Loro Piana USA LLC	New York, USA	100 %	80 %
Loro Piana Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Com. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Textile Trading Ltd	Shanghai, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Mongolia Ltd	Oulan-Bator, Mongolie	100 %	80 %
Loro Piana Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	80 %
Loro Piana Ltda	Macao, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Monaco SARL	Monaco	100 %	80 %
Loro Piana España S.L.U.	Madrid, Espagne	100 %	80 %
Loro Piana Japan Ltd	Tokyo, Japon	100 %	80 %
Loro Piana Far East Pte Ltd	Singapour	100 %	80 %
Loro Piana Peru S.A.C.	Lucanas, Ayacucho, Pérou	100 %	80 %
SDM Maglierie S.r.l.	Sillavengo, Italie	100 %	80 %
Fibre Nobili S.r.l.	Vérone, Italie	100 %	80 %
Filatura Vertex S.r.l.	Quarona, Italie	100 %	80 %
Loro Piana Oesterreich GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	80 %
Loro Piana Nederland BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	80 %
Loro Piana Czech Republic s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	80 %
SANIN	Rawson, Argentine	60 %	48 %
International Vicuna Consortium	Quarona, Italie	50 %	40 %
Linen NEWCO	Borgosesia, Italie	100 %	80 %
Nicholas Kirkwood Limited	Londres, Royaume-Uni	52 %	52 %
Nicholas Kirkwood Corp.	New York, USA	100 %	52 %
NK Washington LLC	Delaware, USA	100 %	52 %
Nicholas Kirkwood LLC	New York, USA	100 %	52 %
NK WLV LLC	Nevada, USA	100 %	52 %
JW Anderson Limited	Londres, Royaume-Uni ^(b)	46 %	46 %

PARFUMS ET COSMÉTIQUES

Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
LVMH Parfums & Cosmétiques do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
France Argentine Cosmetics SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
LVMH P&C Inc	New York, USA	100 %	100 %
SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Orient Co	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Parfums Christian Dior Emirates	Dubaï, Émirats Arabes Unis	51 %	31 %
LVMH Cosmetics KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Arabia	Jeddah, Arabie Saoudite	75 %	45 %
EPD SP.Z.O.O.	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
EPD CZ & SK SRO	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
EPD RO Distribution Srl	Bucarest, Roumanie	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 %
Parfums Christian Dior S.A.B.	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AG	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 KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd	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 %
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 %
L Beauty Luxury Asia Inc	Taguig City, Philippines	100 %	51 %
SCI Annabell	Paris, France	100 %	100 %
PT. L Beauty Brands	Jakarta, Indonésie	100 %	51 %
L Beauty Pte Ltd	Singapour	51 %	51 %
Cosmetic of France Inc	Floride, USA	100 %	100 %
LVMH Recherche GIE	Saint-Jean de Braye, France	100 %	100 %
Parfums et Cosmétiques Information Services – PCIS GIE	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 GmbH	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 %
PC Parfums Cosmétiques SA	Zurich, 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, Chine	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Guerlain KSA	Paris, France	100 %	100 %
Guerlain Orient – JLT	Dubaï, Émirats Arabes Unis	100 %	100 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	100 %
SCI Edison	Paris, France	100 %	100 %
Make Up For Ever LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Make Up For Ever Canada Ltd	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands WHD Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Benefit Cosmetics LLC	Californie, USA	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Benefit Cosmetics UK Ltd	Chelmsford, Royaume-Uni	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Korea	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Benefit Cosmetics SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Hong Kong Limited	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
L Beauty Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	51 %
L Beauty Thailand	Bangkok, Thaïlande	95 %	48 %
Nude Brands Ltd	Londres, Royaume-Uni	70 %	70 %
Nude Skincare Inc	Californie, USA	100 %	70 %
Fresh Inc	Massachusetts, USA	80 %	80 %
Fresh Cosmetics Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
Fresh Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Fresh Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	80 %

MONTRES ET JOAILLERIE

TAG Heuer International SA	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	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 KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd	New Delhi, Inde	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry (Shanghai) Commercial Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Russia SARL	Moscou, Russie	100 %	100 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Worsley, Royaume-Uni	100 %	100 %
ArteCad SA	Tramelan, Suisse	100 %	100 %
Alpha Time Corp. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Dream Tech (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Dream Tech Intl Trading Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %
Chaumet Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Chaumet Middle East FZCO	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Chaumet UAE	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(a)	(a)
Farouk Trading	Riyad, Arabie Saoudite	(a)	(a)
LVMH Watch & Jewelry Italy Spa	Milan, Italie	100 %	100 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %
Joaillerie de Monaco SA	Monaco	100 %	100 %
Fred Inc	Californie, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Dior Montres SARL	Paris, France ^(a)	50 %	50 %
Les Ateliers Horlogers Dior SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse ^(a)	50 %	50 %
Hublot SA	Nyon, Suisse	100 %	100 %
Bentim International SA	Luxembourg	100 %	100 %
Hublot SA Genève	Genève, Suisse	100 %	100 %
Hublot of America, Inc	Floride, USA	100 %	100 %
Hublot Japan KK Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Profusion SARL	Gland, Suisse	100 %	100 %
Nyon LLC	Floride, USA	51 %	51 %
Nyon Services LLC	Miami, USA ⁽¹⁾	100 %	51 %
Atlanta Boutique LLC	Atlanta, USA	100 %	51 %
Echidna Distribution Company LLC	Dallas, USA	100 %	51 %
Furioso LLC	Orlando, USA	100 %	51 %
Fusion World Dallas LLC	Dallas, USA	100 %	51 %
Fusion World Houston LLC	Houston, USA	100 %	51 %
New World of Fusion LLC	Miami, USA ⁽¹⁾	100 %	51 %
De Beers Diamond Jewellers Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	100 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers UK Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	100 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers Japan KK Co	Tokyo, Japon ^(a)	100 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers (Hong Kong) Ltd	Hong Kong, Chine ^(a)	100 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers Limited Taiwan	Taipei, Taiwan ^(a)	100 %	50 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
De Beers Diamond Jewellers US. Inc	Delaware, USA ^(a)	100 %	50 %
De Beers Jewellers Commercial (Shanghai) Co, Ltd	Shanghai, Chine ^(a)	100 %	50 %
Bulgari SpA	Rome, Italie	100 %	100 %
Bulgari Italia SpA	Rome, Italie	100 %	100 %
Bulgari Retail USA S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Bulgari International Corporation (BIC) NV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Bulgari Corporation of America Inc.	New York, USA	100 %	100 %
Bulgari SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Bulgari Horlogerie SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	100 %
Bulgari France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Bulgari Montecarlo SAM	Monaco	100 %	100 %
Bulgari (Deutschland) GmbH	Munich, Allemagne	100 %	100 %
Bulgari Espana SA Unipersonal	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Bulgari South Asian Operations Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Bulgari (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Bulgari Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Bulgari Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Bulgari (Malaysia) Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Bulgari Global Operations SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	100 %
Bulgari Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Bulgari (Taiwan) Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Bulgari Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Bulgari Saint Barth SAS	Saint-Barthélemy, Antilles Françaises	100 %	100 %
Bulgari Gioielli SpA	Valenza, Italie	100 %	100 %
Bulgari Accessori Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Bulgari Holdings (Thailand) Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Bulgari (Thailand) Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Bulgari Commercial (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Bulgari Japan Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Bulgari Panama Inc	Panama city, Panama	100 %	100 %
Bulgari Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Bulgari Qatar Lcc	Doha, Qatar ^(a)	(a)	(a)
Bulgari Kuwait Wll	Koweït city, Koweït ^(a)	(a)	(a)
Bulgari do Brazil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Bulgari Hotels and Resorts Milano Srl	Rome, Italie ^(a)	50 %	50 %
Famaf Accessori S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %
Bulgari Turkey Lüks Ürün Ticareti Limited Sirketi	Istanbul, Turquie	100 %	100 %

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

LVMH Iberia SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Italia SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Sephora SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg	100 %	100 %
Sephora Portugal Perfumaria Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Sephora Pologne Spzoo	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos SA	Alimos, Grèce	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Romania SA	Bucarest, Roumanie	100 %	100 %
Sephora S.R.O.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %
Sephora Cosmetics España	Madrid, Espagne ^(a)	50 %	50 %
S+ Sephora	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Bulgaria EOOD	Sofia, Bulgarie	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cyprus Ltd	Nicosie, Chypre	100 %	100 %
Sephora Unitem Kozmetik AS	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Perfumes & Cosmetics Gran Via SL	Madrid, Espagne ^(a)	45 %	45 %
Sephora Marinopoulos D. O.O.	Zagreb, Croatie	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cosmetics D. O.O.	Belgrade, Serbie	100 %	100 %
Sephora Nedertland BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Sephora Danmark ApS	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Sephora Sweden AB	Malmö, Suède	100 %	100 %
Sephora Moyen Orient SA	Fribourg, Suisse	60 %	60 %
Sephora Middle East FZE	Dubaï, Émirats Arabes Unis	100 %	60 %
Sephora Asia Pte Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Sephora (Shanghai) Cosmetics Co. Ltd	Shanghai, Chine	81 %	81 %
Sephora (Beijing) Cosmetics Co. Ltd	Beijing, Chine	81 %	81 %
Sephora Xiangyang (Shanghai) Cosmetics Co., Ltd	Shanghai, Chine	100 %	81 %
Sephora Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Sephora Thailand Company Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Sephora USA Inc	Californie, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Sephora Cosmetics Private Ltd	New Delhi, Inde	100 %	100 %
Sephora Beauty Canada, Inc	Californie, USA	100 %	100 %
Sephora Puerto Rico LLC	Californie, USA	100 %	100 %
Sephora Mexico, SRLCV	Lomas de Chapultepec, Mexique	100 %	100 %
Servicios Ziphorah, SRLCV	Mexico, Mexique	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Sephora Emirates LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	49 %	29 %
Sephora Bahrain WLL	Manama, Bahrein	49 %	29 %
Sephora Do Brasil Participacoes SA	Rio de Janeiro, Brésil	100 %	100 %
PT Sephora Indonesia	Jakarta, Indonésie	100 %	100 %
Dotcom group Comercio de Presentes SA	Rio de Janeiro, Brésil	70 %	70 %
Kendo Holdings Inc	Californie, USA	100 %	100 %
LGCS Inc	New York, USA	100 %	100 %
Ole Henriksen of Denmark Inc.	Californie, USA	100 %	100 %
Sephora Do Brazil – avenue Hoche	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Galonta Holdings Limited	Nicosie, Chypre	65 %	65 %
United Europe – Securities OJSC	Moscou, Russie	100 %	65 %
Beauty in Motion Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %
SEGEF SNC	Paris, France	99 %	99 %
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %
DFS Holdings Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %
DFS Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
DFS Group Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
DFS China Partners Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
TRS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ^(b)	45 %	28 %
DFS France SAS	Paris, France	100 %	61 %
DFS Okinawa KK	Okinawa, Japon	100 %	61 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon ^(b)	45 %	28 %
JAL/DFS Co., Ltd	Chiba, Japon ^(b)	40 %	24 %
DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Cotaí Limitada	Macao, Chine	100 %	61 %
DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Gateshire Marketing Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
DFS Middle East LLC	Abu Dhabi, Émirats Arabes Unis	100 %	61 %
DFS Venture Brasil Participações Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	61 %
DFS Merchandising Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %
DFS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	61 %
TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande ^(b)	45 %	28 %
Commonwealth Investment Company Inc	Saipan, Îles Mariannes	97 %	59 %
DFS Saipan Ltd	Saipan, Îles Mariannes	100 %	61 %
Kinkai Saipan LP	Saipan, Îles Mariannes	100 %	61 %
Saipan International Boutique Partners	Saipan, Îles Mariannes ^(b)	50 %	31 %
DFS Business consulting (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	61 %
Hainan DFS Retail Company Limited	Hainan, Chine	100 %	61 %
DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ^(b)	45 %	28 %
Singapore International Boutique Partners	Singapour ^(b)	50 %	31 %
DFS India Private Ltd	Mumbai, Inde	70 %	43 %
DFS Vietnam (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
New Asia Wave International Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
IPP Group Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
L Development & Management Ltd	Hong Kong, Chine ^(b)	40 %	25 %
DFS Group LP	Delaware, USA	61 %	61 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Californie, USA	75 %	46 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, USA	100 %	61 %
Hawaii International Boutique Partners	Hawaï, USA ^(b)	50 %	31 %
JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, USA	80 %	49 %
DFS Guam LP	Guam	61 %	61 %
Guam International Boutique Partners	Guam ^(b)	50 %	31 %
DFS Liquor Retailing Ltd	Delaware, USA	61 %	61 %
Twenty Seven – Twenty Eight Corp.	Delaware, USA	61 %	61 %
DFS Credit Systems LTD	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS European Logistics Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS Italy S.r.L.	Milan, Italie	100 %	61 %
Preferred Products Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
TRS Hawaii LLC	Hawaï, USA ^(b)	45 %	28 %
TRS Saipan Ltd	Saipan, Îles Mariannes ^(b)	45 %	28 %
TRS Guam LLC	Guam ^(b)	45 %	28 %
Tumon Entertainment LLC	Guam	100 %	100 %
Comete Guam Inc	Guam	100 %	100 %
Tumon Aquarium LLC	Guam	97 %	97 %
Comete Saipan Inc	Saipan, Îles Mariannes	100 %	100 %
Tumon Games LLC	Guam	100 %	100 %
DFS Vietnam LLC	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	61 %
PT Sona Topas Tourism industry Tbk	Jakarta, Indonésie ^(b)	45 %	28 %
Cruise Line Holdings Co	Delaware, USA	100 %	100 %
Starboard Cruise Services Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Starboard Holdings Ltd	Delaware, USA	100 %	100 %
International Cruise Shops Ltd	Îles Caimans	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Vacation Media Ltd	Kingston, Jamaïque	100 %	100 %
STB Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
On Board Media Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Parazul LLC	Delaware, USA	100 %	100 %
Onboard.com LLC	Delaware, USA	100 %	100 %
Y.E.S. Your Extended Services LLC	Delaware, USA ^(a)	33 %	33 %

AUTRES ACTIVITÉS

Groupe Les Echos SA	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Régiepress SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Légal SAS	Paris, France	100 %	100 %
Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Medias SAS	Paris, France	100 %	100 %
SFPA SARL	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos SAS	Paris, France	100 %	100 %
Percier Publications SNC	Paris, France	100 %	100 %
Investir Publications SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Business SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Presse SAS	Paris, France	100 %	100 %
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	99 %	99 %
DMB Gestion SARL	Paris, France	100 %	98 %
Mongoual SA	Paris, France ^(b)	40 %	40 %
Le Jardin d'Acclimatation	Paris, France	99 %	99 %
RVL Holding BV	Kaag, Pays-Bas	91 %	91 %
Royal Van Lent Shipyard BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
Tower Holding BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
Green Bell BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
Gebroeders Olie Beheer BV	Waddinxveen, Pays-Bas	100 %	91 %
Van der Loo Yachtinteriors BV	Waddinxveen, Pays-Bas	100 %	91 %
Red Bell BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
De Voogt Naval Architects BV	Haarlem, Pays-Bas ^(b)	50 %	46 %
Feadship Holland BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(b)	50 %	46 %
Feadship America Inc	Floride, USA ^(b)	50 %	46 %
OGMNL BV	Nieuw-Lekkerland, Pays-Bas ^(b)	50 %	46 %
Probinvest SAS	Paris, France	100 %	100 %
Ufipar SAS	Paris, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sofidiv SAS	Paris, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Paris, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Paris, France	66 %	66 %
LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
UFIP (Ireland) PRU	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Moët Hennessy Investissements SA	Paris, France	100 %	66 %
LV Group	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy International SAS	Paris, France	66 %	66 %
Creare SA	Luxembourg	100 %	86 %
Creare Pte Ltd	Singapour	100 %	86 %
Société Montaigne Jean Goujon SAS	Paris, France	100 %	100 %
Delphine SAS	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Paris, France	100 %	100 %
Primae SAS	Paris, France	100 %	100 %
Eutrope SAS	Paris, France	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %
LBD Holding SA	Paris, France	100 %	100 %
Eley Finance SA	Paris, France	100 %	100 %
Ashbury Finance SA	Paris, France	100 %	100 %
Ivelford Business SA	Paris, France	100 %	100 %
Bratton Service SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Hotel Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Ufinvest SAS	Paris, France	100 %	100 %
Delta	Paris, France	100 %	100 %
Hôtel Les Tovets	Courchevel, France	100 %	100 %
Société Immobilière Paris Savoie Les Tovets	Courchevel, France	100 %	100 %
Altair Holding LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Moët Hennessy Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	66 %
One East 57th Street LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Sofidiv Art Trading LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Sofidiv Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
1896 Corp	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
319-323 N. Rodeo LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH MJ LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH MJ Holding Inc.	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Arbelos Insurance Inc.	New York, USA	100 %	100 %
Meadowland Florida LLC	New York, USA	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage		Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt			Contrôle	Intérêt
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %	Osaka Fudosan Company Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVP Holding BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %	LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Services BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %	LVMH Shanghai Management and Consultancy Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH Finance Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	L Capital Asia Advisors PLC	Port Louis, Maurice	100 %	100 %
LVMH International SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	LVMH South & South East Asia Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Marithé SA	Luxembourg	100 %	100 %	Vicuna Holding Spa	Milan, Italie	100 %	100 %
Ginza SA	Luxembourg	100 %	100 %	Pasticceria Confetteria Cova S.r.l	Milan, Italie	80 %	80 %
LVMH EU	Luxembourg	100 %	100 %	Cova Montenapoleone S.r.l	Milan, Italie	100 %	80 %
L Real Estate SA	Luxembourg ^(a)	49 %	49 %	Investissement Hotelier Saint Barth Plage des Flamands SAS	Saint-Barthélemy, France	100 %	100 %
Ufilug SA	Luxembourg	100 %	100 %	Isle de France SARL	Saint-Barthélemy, France	100 %	100 %
Delphilug SA	Luxembourg	100 %	100 %	Isle de France Group Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Glacea SA	Luxembourg	100 %	100 %	Drift Saint Barth Holding Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Naxara SA	Luxembourg	100 %	100 %	CT Saint Barth Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Pronos SA	Luxembourg	100 %	100 %	Drift Saint Barth Limited	Londres, Royaume-Uni	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 %	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.

(a) Société consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

(b) Société intégrée par mise en équivalence.

(c) Société constituée en joint-venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy.

(d) Les pourcentages de détention du capital par le Groupe ne sont pas mentionnés dans la mesure où les résultats de ces sociétés sont consolidés à hauteur de la part contractuelle du Groupe dans leurs opérations.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2013, 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.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la Note 1.2 de l'annexe aux états financiers consolidés qui expose les effets de l'application au 1^{er} janvier 2013 des amendements de la norme IAS 19 relative aux engagements en matière d'avantages au personnel.

II. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- Les marques, enseignes et écarts d'acquisition font l'objet de tests de perte de valeur réalisés selon la méthode décrite dans la Note 1.13 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 1.11 aux états financiers donne une information appropriée sur le traitement comptable des engagements d'achats de titres de minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. Vérification spécifique

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, à la vérification spécifique prévue par la loi des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 18 février 2014

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet

Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

Comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

COMPTE DE RÉSULTAT	192
BILAN	193
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	194
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	195
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE	212
FILIALES ET PARTICIPATIONS	213
RÉSULTAT DES CINQ DERNIERS EXERCICES	214
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS	215
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	217

COMPTE DE RÉSULTAT

Produits/(Charges) <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012
Produits financiers de filiales et participations		2 173,4	1 950,7
Titres en portefeuille : dépréciations et provisions		(96,0)	8,2
résultats de cession		-	-
Gestion des filiales et participations	4.1	2 077,4	1 958,9
Coût de la dette financière nette	4.2	(90,8)	(133,6)
Résultat de change	4.3	124,7	4,4
Autres produits et charges financiers	4.4	(8,0)	(5,9)
RÉSULTAT FINANCIER	4	2 103,3	1 823,8
Prestations de services et autres revenus	5	203,4	222,9
Frais de personnel	6	(82,5)	(77,0)
Autres charges nettes de gestion	7	(237,9)	(238,8)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		(117,0)	(92,9)
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		1 986,3	1 730,9
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	8	(8,0)	-
Impôt sur les sociétés	9	(123,5)	(64,2)
RÉSULTAT NET		1 854,8	1 666,7

BILAN

ACTIF <i>(en millions d'euros)</i>	Notes			2013	2012
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Immobilisations incorporelles		7,0	(1,1)	5,9	-
Terres à vignes		45,1	-	45,1	44,7
Autres immobilisations corporelles		9,1	(1,3)	7,8	7,9
Immobilisations incorporelles et corporelles	10	61,2	(2,4)	58,8	52,6
Participations	11	19 900,1	(1 308,5)	18 591,6	17 201,7
Actions LVMH	12	335,5	-	335,5	306,4
Autres immobilisations financières		0,7	-	0,7	0,3
Immobilisations financières		20 236,3	(1 308,5)	18 927,8	17 508,4
ACTIF IMMOBILISÉ		20 297,5	(1 310,9)	18 986,6	17 561,0
Créances	13	571,3	(4,5)	566,8	562,6
Actions LVMH	12	115,3	-	115,3	107,8
Disponibilités		28,9	-	28,9	34,7
ACTIF CIRCULANT		715,5	(4,5)	711,0	705,1
Comptes de régularisation	14	48,7	-	48,7	143,4
TOTAL ACTIF		21 061,7	(1 315,4)	19 746,3	18 409,5

PASSIF <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012
		Avant affectation	Avant affectation
Capital social (dont versé : 152,3)	15.1	152,3	152,4
Primes d'émission, de fusion et d'apport	15.2	3 848,9	3 848,4
Réserves et écarts de réévaluation	16	583,1	583,0
Report à nouveau		5 154,1	4 937,3
Acompte sur dividendes		(600,5)	(550,0)
Résultat de l'exercice		1 854,8	1 666,7
Provisions réglementées		0,1	0,1
CAPITAUX PROPRES	15.2	10 992,8	10 637,9
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	17	788,4	792,8
Emprunts obligataires	18	4 918,0	3 922,9
Autres dettes financières	18	2 752,9	2 776,1
Autres dettes	19	264,8	238,5
AUTRES PASSIFS		7 935,7	6 937,5
Comptes de régularisation	20	29,4	41,3
TOTAL PASSIF		19 746,3	18 409,5

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

<i>[en millions d'euros]</i>	2013	2012
EXPLOITATION		
Résultat net	1 854,8	1 666,7
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	11,6	(63,5)
Variation des autres provisions	(4,5)	(117,6)
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	10,3	19,7
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	1 872,2	1 505,3
Variation des comptes courants intra-Groupe	(23,1)	(60,8)
Variation des autres créances et dettes	90,6	16,8
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	1 939,7	1 461,3
INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(7,4)	(6,6)
Acquisition de titres de participation	(0,1)	-
Cession de titres de participation et opérations assimilées	-	0,3
Souscription aux augmentations de capital de filiales	(1 400,1)	(0,5)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(1 407,6)	(6,8)
FINANCEMENT		
Augmentation de capital	66,2	94,1
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	(112,7)	4,8
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(1 500,3)	(1 446,8)
Émission ou souscription de dettes financières	1 648,9	680,4
Remboursement de dettes financières	(640,0)	(776,4)
(Acquisition)/Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(537,9)	(1 443,9)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	(5,8)	10,6
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	34,7	24,1
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	28,9	34,7

ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON

1.	ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE	196
2.	PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES	196
3.	FAITS SIGNIFICATIFS ET ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE	198
4.	RÉSULTAT FINANCIER	199
5.	PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS	200
6.	FRAIS DE PERSONNEL	200
7.	AUTRES CHARGES NETTES DE GESTION	201
8.	RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	201
9.	IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS	202
10.	IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES	202
11.	PARTICIPATIONS	202
12.	ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS	203
13.	CRÉANCES	205
14.	COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF	205
15.	CAPITAL ET PRIMES	205
16.	RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION	206
17.	VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS	207
18.	DETTE FINANCIÈRE BRUTE	208
19.	AUTRES DETTES	210
20.	COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF	210
21.	EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ	210
22.	AUTRES INFORMATIONS	211

1. ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

1.1. Activité de la Société

Hormis les activités de portefeuille liées à son statut de société holding, la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA (« LVMH », « la Société ») assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales, et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance qui leur sont facturées, en particulier en matière juridique, financière, fiscale, ou dans le domaine des assurances.

1.2. Faits significatifs de l'exercice

Le 5 décembre 2013, Vicuna Holding SpA, filiale à 100 % de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA, a acquis 77,1 % (80 % après effet de l'auto-détention) du capital de la société italienne Loro Piana SpA. Cette acquisition a été financée, à concurrence de 1,4 milliard d'euros, par voie de contribution par LVMH à un compte de réserve ouvert chez Vicuna Holding SpA sous l'intitulé « *riserva in conto futuro aumento di capitale* ».

2. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

2.1. Cadre général, changement de méthodes comptables

Le bilan et le compte de résultat de LVMH sont établis conformément aux dispositions légales françaises, en particulier le règlement 99-03 du Comité de la Réglementation Comptable, sous réserve de la présentation du compte de résultat, modifiée en 2011.

Le résultat est présenté de manière à distinguer les deux activités de la société : l'activité patrimoniale, liée à la détention de participations, et l'activité de direction et de coordination de l'ensemble des entités constituant le groupe LVMH, comme décrit en Note 1.1.

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

Le résultat financier comprend le résultat de gestion des filiales et participations, le coût de la dette financière qui est liée en substance à la détention de ces participations, ainsi que les autres éléments résultant de la gestion des filiales ou de la dette, en particulier les résultats de change ou sur instruments de couverture. Le résultat de gestion des filiales et participations comprend tous les éléments de gestion du portefeuille : dividendes, variation des dépréciations de titres, variation des provisions pour risques et charges liées au portefeuille, résultats de cession de titres.

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

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

2.2. Immobilisations incorporelles et corporelles

Les immobilisations incorporelles et 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 corporelles acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont été réévaluées en 1978 (réévaluation légale de 1976).

Les immobilisations incorporelles sont constituées de droits au bail amortis sur la durée des baux.

Les immobilisations corporelles sont amorties, le cas échéant, linéairement sur la durée estimée de leur utilisation ; les durées retenues sont les suivantes :

- véhicules	4 ans
- mobilier et agencements	5 à 10 ans

Les terres à vignes ne font pas l'objet d'amortissements.

2.3. Immobilisations financières

Les immobilisations financières hors créances, prêts et dépôts, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais accessoires) ou à leur valeur d'apport.

Lorsque leur valeur d'inventaire à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une dépréciation est enregistrée, du montant de cette différence. S'agissant des participations, leur valeur d'inventaire est déterminée par référence à leur valeur d'utilité ou à leur valeur de cession. La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels de ces entités ; la valeur de cession est calculée à partir de ratios ou cours boursiers d'entreprises similaires, à partir d'évaluations faites par des experts indépendants dans une perspective de cession, ou par référence à des transactions récentes.

Les variations du montant des dépréciations du portefeuille de titres de participation sont classées en gestion des filiales et participations.

Les titres de participation en portefeuille au 31 décembre 1976 ont été réévalués en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.4. Créances

Les créances sont comptabilisées à leur valeur nominale. Lorsque leur valeur d'inventaire, basée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à cette dernière, une dépréciation est enregistrée du montant de la différence.

2.5. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement, y compris les produits monétaires de capitalisation, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais de transaction); lorsque leur valeur de marché est inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en Résultat financier, du montant de cette différence.

La valeur de marché des valeurs mobilières de placement est déterminée, pour les titres cotés, par référence à la moyenne des cours de bourse du dernier mois de l'exercice, convertie le cas échéant aux taux de change de clôture; pour les titres non cotés, par référence à leur valeur de réalisation estimée.

Ce calcul s'effectue par ligne de titres, sans compensation entre les plus et moins-values constatées.

En cas de cession partielle d'une ligne de titres, la détermination du résultat de cession s'effectue selon la méthode « Premier entré-premier sorti » (FIFO).

2.6. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH ; plans d'options et d'attribution d'actions gratuites

2.6.1. Actions LVMH

Les actions LVMH 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.

Les actions LVMH sont comptabilisées, à la date de livraison, à leur prix d'acquisition hors frais de transaction.

Lors de la cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation selon la méthode « Premier entré-premier sorti » (FIFO), à l'exception des actions détenues dans le cadre des plans d'options d'achat, pour lesquels le calcul est effectué plan par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré.

2.6.2. Dépréciation des actions LVMH

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH classées en valeurs mobilières de placement, calculée comme défini au 2.5 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en Résultat financier en Autres produits et charges financiers, du montant de cette différence.

En ce qui concerne les actions LVMH affectées aux plans d'options d'achat :

- s'il s'agit d'un plan non exerçable (valeur de marché de l'action LVMH inférieure au prix d'exercice de l'option), le calcul de la dépréciation, enregistrée en Résultat d'exploitation en Frais de personnel, est effectué par rapport au prix moyen d'ensemble des plans non exerçables concernés ;
- s'il s'agit d'un plan exerçable (valeur de marché de l'action LVMH supérieure au prix d'exercice de l'option), une provision pour charges est enregistrée et calculée comme décrit en Note 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 et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH est répartie de manière linéaire sur la période d'acquisition des droits. Elle est comptabilisée au compte de résultat dans la rubrique Frais de personnel, en contrepartie d'une provision pour charges au bilan.

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.

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 à enregistrement d'une dépréciation en Résultat financier, dans la rubrique Autres produits et charges financiers ; cette dépréciation est établie selon les mêmes règles que celles définies ci-dessus pour les actions LVMH affectées aux plans d'options, la valeur de l'action LVMH en portefeuille étant remplacée dans ce cadre par le montant de la prime payée majoré du prix d'exercice de l'option d'achat (« *calls* »).

2.7. Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participations, ainsi que les quotes-parts de résultats de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés, sont enregistrées lorsque celles-ci sont considérées acquises aux actionnaires ou associés.

2.8. Opérations en devises

Les opérations en devises sont enregistrées aux cours des devises à la date des transactions.

Les dettes et créances en devises sont réévaluées aux cours du 31 décembre, les gains et pertes non réalisés résultant de cette réévaluation étant portés en écart de conversion. Les pertes de change non réalisées au 31 décembre font l'objet de provisions, excepté pour les pertes compensées par des gains potentiels dans une même devise.

Les écarts de change constatés en fin d'exercice sur des disponibilités en devises sont enregistrés dans le compte de résultat.

2.9. Instruments dérivés

Les pertes et gains provenant d'instruments dérivés sont comptabilisés en Résultat financier, en Résultat de change s'il s'agit de dérivés de change, et en Autres produits et charges financiers s'il s'agit d'instruments de taux.

Les dérivés de change sont réévalués au cours du jour de clôture :

- lorsque ces dérivés sont qualifiés de couverture, les gains ou pertes non réalisés résultant de cette réévaluation sont :
 - enregistrés en résultat en compensation des pertes et gains non réalisés sur les actifs et passifs couverts par ces instruments ;
 - différés si ces instruments ont été affectés à des opérations futures.
- lorsque ces dérivés ne sont pas qualifiés de couverture :
 - les gains non réalisés résultant de leur réévaluation au cours de clôture sont différés, seuls les gains réalisés 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.

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.

2.11. Provisions

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

2.12. Impôt sur les sociétés : convention d'intégration fiscale

LVMH est société mère d'un groupe fiscal constitué avec la plupart de ses filiales françaises (Art. 223 A et suivants du CGI). La convention d'intégration ne modifie pas, le plus souvent, la charge d'impôt ou le droit au bénéfice des reports déficitaires des filiales concernées ; leur situation fiscale vis-à-vis de LVMH reste en effet identique à celle qui résulterait d'une imposition séparée, tant que ces filiales sont membres du groupe fiscal. L'économie ou la charge complémentaire d'impôt, du montant de la différence entre la somme de l'impôt comptabilisé par chacune des sociétés intégrées et l'impôt résultant de la détermination du résultat imposable d'ensemble, est enregistrée par LVMH.

3. FAITS SIGNIFICATIFS ET ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes, le 30 janvier 2014, aucun événement significatif postérieur à la clôture n'est intervenu.

4. RÉSULTAT FINANCIER

4.1. Gestion des filiales et participations

Le résultat provenant de la gestion des filiales et participations s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Dividendes perçus de sociétés françaises	1 695,7	1 670,2
Dividendes perçus de sociétés étrangères	100,0	-
Quote-part de résultats de sociétés françaises « transparentes »	377,7	280,5
Produits financiers de filiales et participations	2 173,4	1 950,7
Variation des dépréciations	(10,3)	63,6
Variation des provisions pour risques et charges	(85,7)	(55,4)
Dépréciations et provisions au titre des filiales et participations	(96,0)	8,2
Gestion des filiales et participations	2 077,4	1 958,9

La variation des produits financiers perçus des filiales et participations provient notamment du versement par Bulgari SpA d'un dividende de 100 millions d'euros et de l'augmentation de la quote-part de résultat de Moët Hennessy SNC pour 97 millions d'euros.

Concernant la variation des dépréciations et provisions, voir également Note 17.

4.2. Coût de la dette financière nette

Le coût de la dette financière nette, y compris effet des instruments de couverture de taux, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Intérêts et primes sur emprunts obligataires	(77,2)	(99,1)
Intérêts sur autres emprunts	(1,2)	(1,6)
Revenus et produits financiers	5,3	4,8
Coût de la dette financière nette hors Groupe	(73,1)	(95,9)
Charge d'intérêts intra-Groupe	(17,8)	(37,7)
Produit d'intérêts intra-Groupe	0,1	-
Coût de la dette financière nette intra-Groupe	(17,7)	(37,7)
Coût de la dette financière nette	(90,8)	(133,6)

4.3. Résultat de change

Le résultat de change est constitué des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Différences positives de change	220,3	179,0
Différences négatives de change	(197,0)	(299,7)
Variation des provisions pour pertes de change latentes	101,4	125,1
Résultat de change	124,7	4,4

Sur la variation des provisions, voir également Note 17.

Le résultat de change est constitué des pertes et gains générés par les encours d'emprunts en devises ainsi que par les instruments dérivés de change souscrits dans le cadre des opérations décrites en Notes 18.4 et 21 (couvertures d'actifs nets des filiales en devises).

4.4. Autres produits et charges financiers

Le montant des autres produits et charges financiers s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Résultat sur actions et calls sur actions LVMH	(0,1)	2,1
Autres produits financiers	2,7	2,8
Autres charges financières	(10,7)	(11,2)
Variation des provisions	0,1	0,4
Autres produits et charges financiers	(8,0)	(5,9)

Sur la variation des provisions, voir également Note 17.

5. PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS

Les prestations de services et autres revenus se décomposent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Prestations de services	128,4	124,9
Refacturations	68,0	91,0
Revenus fonciers	7,0	7,0
Total	203,4	222,9

L'ensemble des prestations de services et autres revenus concerne des sociétés liées :

- les prestations de services consistent en prestations d'assistance (Voir Note 1.1 Activité de la Société) ;

- les refacturations portent sur des rémunérations et frais engagés par LVMH pour compte ;
- les revenus fonciers proviennent de la location de terres à vignes champenoises dont LVMH a la propriété.

6. FRAIS DE PERSONNEL

Les frais de personnel incluent les rémunérations brutes et charges patronales, la taxe exceptionnelle de solidarité sur les hautes rémunérations, les avantages post-emploi, les autres avantages

à long terme et le coût des plans d'options et assimilés (voir Note 12.3.2).

6.1. Rémunérations brutes

Compte tenu de la nature de l'activité de la société, telle que décrite en Note 1.1 Activité de la Société, une part importante de ces rémunérations est refacturée aux sociétés du Groupe dans le cadre de prestations d'assistance de gestion.

La rémunération brute globale des mandataires sociaux et membres du Comité exécutif de la Société, pour l'exercice 2013, s'élève à 30 millions d'euros, dont 0,9 million d'euros au titre de jetons de présence.

6.2. Engagements en matière d'avantages post-emploi : pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite

Ces engagements concernent principalement les membres du Comité exécutif qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées.

Au 31 décembre 2013, 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 56,5 millions d'euros.

Le taux d'actualisation retenu dans l'estimation de cet engagement est de 3,50 %.

Les versements effectués en couverture de cet engagement, soit 2,3 millions d'euros en 2013 (2,3 en 2012), sont comptabilisés dans la rubrique Frais de personnel.

6.3. Effectif moyen

L'effectif moyen de la Société pour 2013 est de 19 personnes (2012 : 22 ; 2011 : 23).

7. AUTRES CHARGES NETTES DE GESTION

Les charges de gestion sont constituées notamment d'honoraires, primes d'assurances, loyers et frais de communication.

Compte tenu de la nature de l'activité de la Société telle que décrite en Note 1.1 Activité de la Société, une part importante des autres charges de gestion est refacturée aux sociétés du Groupe, soit dans le cadre de prestations d'assistance de gestion, soit dans le cadre de refacturations de frais engagés pour compte.

En outre, lors de la prise de participation de Diageo dans le groupe Moët Hennessy en 1994, a été établie une convention

entre Diageo et LVMH ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy SNC et les autres holdings du groupe LVMH. En application de cette convention, la quote-part des frais communs revenant à la société LVMH a donné lieu à facturation par Moët Hennessy à LVMH d'un montant de 103 millions d'euros.

Le montant des impôts, taxes et versements assimilés comptabilisé dans les autres charges de gestion s'élève à 4,2 millions d'euros sur l'exercice 2013 (5 millions d'euros en 2012).

8. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Le résultat exceptionnel correspond à la sanction de 8 millions d'euros prononcée par l'Autorité des marchés financiers le 25 juin 2013 dans le cadre de la procédure qu'elle avait initiée suite à l'annonce par LVMH en 2010 de son entrée au capital de la société Hermès International.

9. IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS

9.1. Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les sociétés se ventile de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Résultat avant impôt	(Charge)/ Produit d'impôt	Résultat net
Résultat courant	1 986,3	(201,3)	1 785,0
Résultat exceptionnel	(8,0)	-	(8,0)
	1 978,3	(201,3)	1 777,0
Impôt sur exercices antérieurs	-	0,3	0,3
Incidence de l'intégration fiscale	-	77,5	77,5
	1 978,3	(123,5)	1 854,8

Le montant d'impôt de l'exercice inclut, pour l'ensemble du groupe fiscal, une charge de 76 millions d'euros au titre de la contribution exceptionnelle 2013 de 10,7 %, ainsi qu'un montant de 45 millions d'euros correspondant à la taxe de 3 % sur les dividendes versés en 2013.

9.2. Convention d'intégration fiscale

Au 31 décembre 2013, dans le cadre de la convention d'intégration fiscale, le montant des déficits fiscaux restituables par LVMH aux filiales intégrées s'élève à 3 600 millions d'euros.

9.3. Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2013 à un montant net débiteur de 18 millions d'euros, dont 5 millions d'euros au titre de différences temporaires devant se dénouer en 2014.

10. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	2013
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2012	52,6
Investissements	7,4
Cessions et mises hors service	-
Variation nette des amortissements	(1,2)
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2013	58,8

11. PARTICIPATIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Valeur brute du portefeuille de participations	19 900,1	18 499,9
Dépréciations	(1 308,5)	(1 298,2)
Valeur nette du portefeuille de participations	18 591,6	17 201,7

L'évolution de la valeur brute du portefeuille de participations est présentée en Note 1.2 Faits significatifs de l'exercice.

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

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 17.

12. ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS

12.1. Actions LVMH

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2013, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2013			2012
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Plans d'options de souscription	202,9	-	202,9	270,1
Plans futurs	37,7	-	37,7	36,3
En voie d'annulation	94,9	-	94,9	-
Titres immobilisés	335,5	-	335,5	306,4
Plans d'options d'achat	-	-	-	7,2
Plans d'attribution d'actions gratuites	101,0	-	101,0	74,8
Plans futurs	1,2	-	1,2	12,4
Contrat de liquidité	13,1	-	13,1	13,4
Valeurs mobilières de placement	115,3	-	115,3	107,8

Au cours de l'exercice, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Titres immobilisés (en millions d'euros)	Plans d'options de souscription		Plans futurs		En voie d'annulation		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1 ^{er} janvier	5 722 880	270,1	776 883	36,3	-	-	6 499 763	306,4
Achats	-	-	-	-	689 566	94,9	689 566	94,9
Transferts	(26 489)	(1,4)	26 489	1,4	-	-	-	-
Annulations	(1 395 106)	(65,8)	-	-	-	-	(1 395 106)	(65,8)
Au 31 décembre	4 301 285	202,9	803 372	37,7	689 566	94,9	5 794 223	335,5

Valeurs mobilières de placement (en millions d'euros)	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	105 320	7,2	1 465 436	87,2	97 000	13,4	1 667 756	107,8
Achats	-	-	140 000	19,5	2 018 745	271,3	2 158 745	290,8
Cessions	-	-	-	-	(2 015 745)	(271,6)	(2 015 745)	(271,6)
Transferts	(85 700)	(5,7)	85 700	5,7	-	-	-	-
Levées d'options	(19 620)	(1,5)	-	-	-	-	(19 620)	(1,5)
Attribution d'actions gratuites	-	-	(193 440)	(10,2)	-	-	(193 440)	(10,2)
Au 31 décembre	-	-	1 497 696	102,2	100 000	13,1	1 597 696	115,3

Dans le cadre du contrat de liquidité, les plus-values nettes de cession au cours de l'exercice ont été de 0,7 million d'euros et les actions détenues au 31 décembre 2013 représentent, au cours de bourse à cette date, une valeur de 13 millions d'euros.

12.2. Instruments dérivés sur actions LVMH

Au cours de l'exercice, aucun instrument dérivé n'a été utilisé.

12.3. Plans d'options et assimilés

12.3.1. Caractéristiques des plans

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

L'Assemblée générale du 5 avril 2012 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juin 2015, de consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite de 3 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de dix ans et les options sont exerçables après un délai de trois ans pour les plans émis antérieurement à 2004, ou quatre ans, pour les plans émis à partir de 2004.

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 18 avril 2013 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2015, 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 devient définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans (généralement trois ans pour les attributions au titre des plans ouverts à partir de 2011), au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver

les actions attribuées pendant une durée complémentaire de deux ans.

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En substitution des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, le Groupe a mis en place des plans équivalents à des plans d'options d'achat ou à des plans d'attribution d'actions gratuites en termes de gains pour le bénéficiaire, mais dénouables en numéraire et non en titres. La durée d'acquisition des droits est de quatre ans.

Conditions de performance

Depuis 2009, certains plans d'options de souscription d'actions ou d'attribution d'actions gratuites sont assortis, dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire, de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans. Les actions de performance ne sont attribuées définitivement que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe.

12.3.2. Évolution des plans d'options et assimilés

Les droits attribués dans le cadre des différents plans portant sur des actions LVMH ont évolué comme suit au cours de l'exercice :

(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 2013	5 229 396	105 320	1 273 136	8 050
Attributions provisoires de la période	-	-	436 434	-
Options/attributions devenues caduques en 2013	(26 489)	(85 700)	(32 012)	-
Options exercées/attributions devenues définitives en 2013	(1 025 418)	(19 620)	(193 440)	(1 250)
Droits non exercés au 31 décembre 2013	4 177 489	-	1 484 118	6 800

Les attributions devenues définitives proviennent d'actions antérieurement détenues.

Le montant comptabilisé en 2013, en Frais de personnel, au titre des plans d'options et assimilés, est une charge de 12,6 millions d'euros (2012 : produit de 5,3 millions d'euros ; 2011 : charge de 25,1 millions d'euros).

Les valeurs ayant servi d'assiette au calcul de la contribution sociale de 30 % sont respectivement de 130,38 euros, de 117,51 euros et de 126,56 euros par action attribuée pour les plans de janvier, de juillet et d'octobre 2013.

13. CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	2013			2012
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Créances sur des entreprises liées	437,6	-	437,6	462,4
dont : comptes courants d'intégration fiscale	12,7	-	12,7	116,1
quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir	377,4	-	377,4	280,9
Créances sur l'État	76,0	-	76,0	21,7
Autres créances	57,7	(4,5)	53,2	78,5
dont : soulte sur swap à recevoir	24,0	-	24,0	28,8
Total	571,3	(4,5)	566,8	562,6

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception d'une partie de la soulte sur swap.

14. COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF

Le solde des comptes de régularisation actif se décompose de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2013			2012
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Écarts de conversion actif	39,4	-	39,4	138,3
Primes de remboursement des obligations	8,7	-	8,7	4,3
Charges constatées d'avance	0,6	-	0,6	0,8
Total	48,7	-	48,7	143,4

Les écarts de conversion actif proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2013, des créances clients, dettes fournisseurs et emprunts obligataires en devises.

15. CAPITAL ET PRIMES

15.1. Capital

Le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 793 661 actions 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, 1 025 418 actions ont été émises du fait d'exercice d'options de souscription ; en outre 1 395 106 actions ont été annulées.

Au 31 décembre 2013, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	224 907 923	44,29
Actions à droit de vote simple	275 493 819	54,25
	500 401 742	98,54
Actions détenues par LVMH	7 391 919	1,46
Nombre total d'actions	507 793 661	100,00

15.2. Variation des capitaux propres

La variation des capitaux propres au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Capital	Primes	Autres réserves et prov. réglementées	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2012								
avant affectation du résultat	508 163 349	152,4	3 848,4	583,1	4 937,3	(550,0)	1 666,7	10 637,9
Affectation du résultat 2012	-	-	-	0,1	1 666,6	-	(1 666,7)	-
Dividendes 2012	-	-	-	-	(1 472,8)	550,0	-	(922,8)
Effet des actions auto-détenues	-	-	-	-	23,0	-	-	23,0
Au 31 décembre 2012								
après affectation du résultat	508 163 349	152,4	3 848,4	583,2	5 154,1	-	-	9 738,1
Exercice d'options de souscription	1 025 418	0,3	65,9	-	-	-	-	66,2
Annulation d'actions	(1 395 106)	(0,4)	(65,4)	-	-	-	-	(65,8)
Acompte sur dividendes 2013	-	-	-	-	-	(609,4)	-	(609,4)
Effet des actions auto-détenues	-	-	-	-	-	8,9	-	8,9
Résultat de l'exercice 2013	-	-	-	-	-	-	1 854,8	1 854,8
Au 31 décembre 2013								
avant affectation du résultat	507 793 661	152,3	3 848,9	583,2	5 154,1	(600,5)	1 854,8	10 992,8

L'affectation du résultat de l'exercice 2012 résulte des résolutions de l'Assemblée générale mixte du 18 avril 2013.

16. RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

Les réserves s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Réserve légale	15,3	15,2
Réserves réglementées	331,3	331,3
Autres réserves	195,0	195,0
Écarts de réévaluation	41,5	41,5
Total	583,1	583,0

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012
Terres à vignes	17,9	17,9
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23,6	23,6
Total	41,5	41,5

17. VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2012	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2013
Titres de participation	1 298,2	16,7	-	(6,4)	1 308,5
Actions LVMH : primes sur calls	-	-	-	-	-
Autres actifs	4,5	-	-	-	4,5
Dépréciations d'actifs	1 302,7	16,7	-	(6,4)	1 313,0
Plans d'options et assimilés	18,4	10,7	(4,8)	(6,0)	18,3
Risques généraux	604,3	119,9	(6,1)	(26,4)	691,7
Pertes de change latentes	142,0	-	(82,6)	(18,9)	40,5
Autres charges	28,1	16,0	(4,8)	(1,4)	37,9
Provisions pour risques et charges	792,8	146,6	(98,3)	(52,7)	788,4
Total	2 095,5	163,3	(98,3)	(59,1)	2 101,4
dont : résultat financier		129,2	(82,8)	(51,8)	
résultat d'exploitation		34,1	(15,5)	(7,3)	
dont frais de personnel		26,6	(8,4)	(7,3)	
résultat exceptionnel		-	-	-	
		163,3	(98,3)	(59,1)	

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.

En particulier, la Société peut faire l'objet de contrôles fiscaux et, le cas échéant, de demandes de rectification de la part de l'administration fiscale française. Ces demandes de rectifications, ainsi que les positions fiscales incertaines identifiées non encore redressées, font l'objet de provisions appropriées dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères de l'avis 2000-06 du CRC sur les passifs.

Voir également Notes 4, 11 et 12.

18. DETTE FINANCIÈRE BRUTE

La dette financière brute s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2013	2012
Emprunts obligataires	4 918,0	3 922,9
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	152,3	152,6
Dette financière intra-Groupe	2 600,6	2 623,5
Autres dettes financières	2 752,9	2 776,1
Dette financière brute	7 670,9	6 699,0

18.1. Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont constitués de la façon suivante :

	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Prix d'émission ^(a) (en % du nominal)	Échéance	Nominal au 31 décembre 2013 (en millions d'euros)	Intérêts courus après swap (en millions d'euros)	Total (en millions d'euros)
CHF 200 000 000, 2008	4,000 %	-	99,559 %	2015	162,9	3,8	166,7
EUR 1 000 000 000, 2009	4,375 %	total	99,348 %	2014	1 000,0	2,3	1 002,3
EUR 250 000 000, 2009	4,500 %	total	99,532 %	2015	250,0	0,1	250,1
EUR 150 000 000, 2009	4,775 %	total	99,800 %	2017	150,0	-	150,0
EUR 500 000 000, 2011	3,375 %	total	99,617 %	2015	500,0	0,9	500,9
EUR 500 000 000, 2011	4,000 %	-	99,484 %	2018	500,0	14,8	514,8
USD 850 000 000, 2012	1,625 %	total	99,456 %	2017	680,4	0,1	680,5
EUR 500 000 000, 2013	1,250 %	50 %	99,198 %	2019	500,0	2,2	502,2
USD 65 000 000, 2013	variable	-	99,930 %	2016	49,0	-	49,0
EUR 500 000 000, 2013	variable	-	99,930 %	2016	500,0	0,1	500,1
EUR 600 000 000, 2013	1,750 %	-	99,119 %	2020	600,0	1,4	601,4
Total					4 892,3	25,7	4 918,0

(a) Après commissions.

Les émissions obligataires sont principalement réalisées, depuis mai 2000, dans le cadre d'un programme « Euro Medium Term Notes » de 10 milliards d'euros. Leur en-cours au 31 décembre 2013 est de 4,2 milliards d'euros.

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair *in fine*.

Les *swaps* de taux mentionnés dans le tableau qui précède ont généralement été conclus à l'émission des emprunts obligataires ; des opérations ultérieures d'optimisation ont pu être réalisées.

LVMH a procédé en 2013, dans le cadre de son programme EMTN, à deux émissions obligataires de 500 millions d'euros chacune ainsi qu'à une émission de 600 millions d'euros.

Ces émissions sont remboursables *in fine* au pair en novembre 2019, septembre 2016 et novembre 2020 respectivement. L'emprunt d'échéance 2019 porte intérêt au taux de 1,25 % ; il a fait l'objet de *swaps* à l'émission, le convertissant pour 50 % de son nominal en un financement à taux variable. L'emprunt remboursable en 2016 porte intérêt à taux variable. Enfin, le dernier emprunt, d'échéance 2020, porte intérêt au taux de 1,75 %. Il n'a fait l'objet d'aucun *swap* de couverture.

En outre, au cours de l'année, l'emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses émis en 2007 a été remboursé ainsi qu'une partie de la dette au titre des placements privés en devises (20 milliards de yens japonais et 350 millions de dollars US).

18.2. Analyse de la dette financière brute par échéance

La répartition de la dette financière brute par nature et selon son échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, est présentée dans le tableau ci-après :

Dettes (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	4 918,0	1 025,7	2 792,3	1 100,0	25,7	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	152,3	152,3	-	-	0,3	-
Dette financière intra-Groupe	2 600,6	2 600,1	-	0,5	4,0	2 600,6
Autres dettes financières	2 752,9	2 752,4	-	0,5	4,3	2 600,6
Dette financière brute	7 670,9	3 778,2	2 792,3	1 100,5	30,0	2 600,6

18.3. Dette financière intra-Groupe

La dette financière intra-Groupe correspond essentiellement à un encours avec la société assurant la centralisation de trésorerie du Groupe ; celui-ci est constitué au 31 décembre 2013 d'un emprunt de 1 340,4 millions d'euros à échéance de moins d'un an et d'un compte-courant financier, dont le solde est de 1 259,8 millions d'euros.

Au 31 décembre 2013, les intérêts courus compris dans ce solde s'élèvent à 4 millions d'euros.

18.4. Analyse de la dette financière brute par devise

Au 31 décembre 2013, la répartition par devise de la dette financière brute, en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission, s'analyse de la façon suivante :

Devises	Contre-valeur (en millions d'euros)		
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture	
		2013	2012
Euro	4 174,1	4 108,2	3 051,6
Franc suisse	166,7	962,1	980,0
Dollars US	729,5	-	0,2
Autres devises	-	-	43,7
Dette financière hors Groupe	5 070,3	5 070,3	4 075,5
Dette financière intra-Groupe		2 600,6	2 623,5
Total dette financière brute		7 670,9	6 699,0

Le montant de la dette en devise a pour objet de couvrir, le plus souvent, l'actif net en devise des sociétés acquises hors zone Euro.

18.5. Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, LVMH peut s'engager à respecter un ratio de dette financière nette sur capitaux propres calculé sur les données consolidées. Au 31 décembre 2013, aucune ligne de crédit tirée ou non tirée n'est concernée par cette disposition.

18.6. Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2013, le montant de la dette financière ne fait pas l'objet de garanties et sûretés réelles.

19. AUTRES DETTES

La répartition des autres dettes par nature et selon leur échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, sont présentées dans le tableau ci-après :

(en millions d'euros)	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	107,4	107,4	-	-	103,2	89,5
Dettes fiscales et sociales	41,9	41,9	-	-	36,9	-
Autres dettes	115,5	115,5	-	-	0,7	112,2
dont comptes courant d'intégration fiscale	112,2	112,2	-	-	-	112,2
Autres dettes	264,8	264,8	-	-	140,8	201,7

20. COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF

Le solde des comptes de régularisation passif est constitué de produits constatés d'avance correspondant à des plus-values latentes sur instruments dérivés.

21. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ

La société LVMH utilise de façon régulière des instruments financiers. Cette pratique répond aux besoins de couverture du risque de change ou de taux sur ses actifs ou passifs financiers, y compris les flux de dividendes à recevoir de participations étrangères ; chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts.

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être

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

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

21.1. 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 2013, leur montant notionnel réparti par échéance ainsi que leur valeur de marché s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Montant notionnel	Échéancier			Valeur de marché ^(a)
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans	
Swaps payeurs de taux fixe	-	-	-	-	-
Swaps payeurs de taux variable	3 892,0	1 152,0	2 495,0	250,0	37,4
Autres dérivés	500,0	-	500,0	-	0,1

(a) Gain/(perte).

21.2. Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2013, ainsi que l'effet de leur réévaluation aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

Nature <i>(en millions d'euros)</i>	Devise	Montants nominaux ^(a)	Valeur de marché ^(b)
Contrats à terme	USD	(4,8)	(0,2)
Swaps cambistes	USD	1 093,3	10,6
	HKD	773,3	17,0
	CHF	552,0	(0,5)
	JPY	39,4	0,9

(a) Vente/(achat).

(b) Gain/(perte).

L'ensemble des contrats présentés dans le tableau ci-dessus sont à échéance de moins d'un an.

22. AUTRES INFORMATIONS

22.1. Engagements d'achat de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 6 035 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 ainsi que, depuis le 31 décembre 2013, l'engagement octroyé aux actionnaires de Loro Piana SpA, d'acheter leur participation de 20 % dans la société, exerçable au plus tard trois ans suivant le 5 décembre 2013.

22.2. Autres engagements en faveur de tiers

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2013
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales ou autres sociétés du Groupe	6 661,7

22.3. Autres engagements en faveur de LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2013
Lignes de crédit à plus d'un an confirmées non tirées	2 570,0
Lignes de crédit à moins d'un an confirmées non tirées	1 315,0
	3 885,0

22.4. Relations avec les parties liées

Au cours de l'exercice, il n'a été conclu aucune convention nouvelle avec les parties liées au sens de l'article R.123-198 du Code de commerce, d'un montant significatif et à des conditions qui n'auraient pas été des conditions normales de marché.

La Fondation Louis Vuitton édifie actuellement un musée d'art moderne et contemporain à Paris. Le groupe LVMH finance la Fondation dans le cadre de ses actions de mécénat. Dans ce contexte, la Fondation Louis Vuitton a également recours à des financements externes garantis par LVMH. Ces garanties figurent en engagement hors-bilan (voir Note 22.2).

Voir également Note 7 Autres charges nettes de gestion sur la convention entre Diageo et LVMH.

22.5. Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SA, 30 avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE

Titres de participation <i>(en millions d'euros)</i>	Pourcentage de participation directe	Valeur nette comptable
508 493 000 actions de valeur nominale EUR 16,57 de Sofidiv SAS	100,00	10 116,4
245 000 actions de valeur nominale EUR 100 de Bulgari SpA (Italie)	100,00	4 268,7
120 000 actions de valeur nominale EUR 1 de Vicuna Holding SpA (Italie)	100,00	1 400,1
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 018,9
23 743 092 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LV Group SA	99,95	822,2
35 666 395 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	330,1
1 961 048 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259,2
164 999 994 actions de valeur nominale EUR 1 de Eley Finance SA	99,99	165,0
68 960 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,99	76,5
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 2,82 de Moët Hennessy International SAS	58,67	74,4
34 414 870 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services Ltd (Grande Bretagne)	100,00	35,8
7 000 parts de valeur nominale EUR 1 265 du GIE LVMH Services	20,00	8,9
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon)	100,00	7,6
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6,7
37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de Creare SA (Luxembourg)	32,17	1,1
Total		18 591,6

Voir également Note 11 Participations.

FILIALES ET PARTICIPATIONS

Sociétés <i>(en millions d'unités monétaires)</i>	Siège social	Devise	Capital ^(a)	Capitaux propres autres que le capital ^{(a) (b)}	Quote-part du capital détenu en %	Valeur comptable des titres détenus ^(c)		Prêts et avances consentis ^(c)	Cautions et avals accordés ^(c)	Chiffres d'affaires hors taxes ^(a)	Bénéfice net ou perte (-) du dernier exercice ^(a)	Dividendes encaissés en 2013 ^(c)
						Brute	Nette					
1. Filiales (>50 %)												
Bulgari SpA	Rome	EUR	24,5	360,4	100,00	4 268,7	4 268,7	-	-	111,8	43,3	100,0
Vicuna Holding SpA	Milan	EUR	0,1	1 399,9	100,00	1 400,1	1 400,1	-	-	-	0,8	-
Moët Hennessy SNC	Paris	EUR	428,7	2 488,8	58,67	1 018,9	1 018,9	-	-	852,3 ^(d)	643,3	-
Moët Hennessy Inter. SAS	"	EUR	151,6	273,1	58,67	74,4	74,4	-	-	161,5 ^(d)	158,3	-
Sofidiv SAS	"	EUR	8 427,4	4 586,4	100,00	10 116,4	10 116,4	-	-	667,0 ^(d)	731,4	406,8
LVMH Finance SA	"	EUR	535,0	(288,1)	99,99	1 630,5	330,1	-	-	6,1 ^(d)	(22,1)	-
Eley Finance SA	"	EUR	165,0	1,3	99,99	165,0	165,0	-	-	-	-	-
LV Group SA	"	EUR	35,6	4 211,4	99,95	822,2	822,2	-	-	1 665,2 ^(d)	1 596,1	1 115,9
Parfums Christian Dior SA	"	EUR	2,6	478,2	99,99	76,5	76,5	-	5,4	1 141,8	191,1	160,0
Le Bon Marché SA	"	EUR	29,4	119,5	99,99	259,2	259,2	-	-	292,7	20,8	13,0
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150,0	601,7	100,00	7,6	7,6	-	308,9	794,0	(102,0)	-
LVMH Services Ltd	Londres	GBP	34,4	(4,6)	100,00	43,8	35,8	-	6,0	4,5	5,8	-
2. Participations (>10 % et <50 %)												
GIE LVMH Services	Paris	EUR	44,3	1,4	20,00	8,9	8,9	-	-	2,3	1,4	-
3. Participations (<10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5,3	59,7	5,44	6,7	6,7	-	-	113,9	13,4	-
4. Autres participations												
						1,2	1,1					
Total						19 900,1	18 591,6	-	320,3	1 795,7		

(a) En devises pour les filiales étrangères.

(b) Avant affectation du résultat de l'exercice.

(c) En millions d'euros.

(d) Y compris les produits financiers de filiales et participations.

RÉSULTAT DES CINQ DERNIERS EXERCICES

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)</i>	2009	2010	2011	2012	2013
1. Capital					
Montant du capital	147,1	147,2	152,3	152,4	152,3
Nombre d'actions ordinaires existantes	490 405 654	490 642 232	507 815 624	508 163 349	507 793 661
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	10 214 500	8 084 215	6 603 917	5 229 396	4 177 489
2. Opérations et résultats de l'exercice					
Produits financiers de participations et autres revenus	1 261,8	2 171,8	2 783,1	2 173,6	2 376,8
Résultat avant impôts et charges calculées					
(amortissements et provisions)	915,3	1 532,6	2 221,2	1 549,5	1 985,4
(Produit)/Charge d'impôts sur les bénéfices ^(a)	-	-	-	-	-
Résultat après impôts et charges calculées					
(amortissements et provisions) ^(b)	436,1	2 317,9	2 325,5	1 666,7	1 854,8
Résultat distribué ^(c)	809,2	1 030,3	1 320,3	1 473,7	1 574,2
3. Résultats par action					
Résultat après impôts, mais avant charges calculées					
(amortissements et provisions)	1,90	3,34	4,50	2,92	3,67
Résultat après impôts et charges calculées					
(amortissements et provisions) ^(b)	0,89	4,72	4,58	3,28	3,65
Dividende brut distribué à chaque action ^(d)	1,65	2,10	2,60	2,90	3,10
4. Personnel					
Effectif moyen <i>(en nombre)</i>	23	22	23	22	19
Montant de la masse salariale	64,5	61,4	104,8	54,2	58,3
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	15,9	13,8	17,7	22,8	24,2

(a) Hors effets de la convention d'intégration fiscale.

(b) Après effets de la convention d'intégration fiscale.

(c) Montant de la distribution résultant de la résolution de l'Assemblée générale, avant effets des actions LVMH auto-détenues à la date de la distribution. Pour l'exercice 2013, montant proposé à l'Assemblée générale du 10 avril 2014.

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

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2013, 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 principes comptables suivis par votre Société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables et des informations fournies dans cette Note de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le Rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre Société auprès des sociétés contrôlant votre Société ou contrôlées par elle.

Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations, étant précisé que, comme indiqué dans le Rapport de gestion, ces informations correspondent aux rémunérations et avantages en nature versés ou supportés par votre Société et les sociétés qu'elle contrôle, ainsi qu'aux rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le Rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 18 février 2014

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet

Gilles Cohen

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles des conventions et engagements dont nous avons été avisés ou que nous aurions découverts à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions et engagements. Il vous appartient, selon les termes de l'article R. 225-31 du Code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions et engagements en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R. 225-31 du Code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions et engagements déjà approuvés par l'Assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS SOUMIS 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.

1. Avec la société Groupe Arnault SAS

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Nicolas Bazire et Albert Frère.

Nature, objet et modalités : avenant à la convention d'assistance du 31 juillet 1998 avec la société Groupe Arnault SAS.

Le 31 janvier 2013, 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 5 300 000 euros hors taxes par an à compter du 1^{er} janvier 2013. Cet avenant a été conclu le 26 avril 2013.

Au titre de cette convention, votre Société a versé 5 300 000 euros à la société Groupe Arnault SAS pour l'exercice 2013.

2. Avec la société Christian Dior Couture SA

Administrateur concerné : M. Bernard Arnault.

Nature, objet et modalités : convention de joint-venture « Les Ateliers Horlogers Dior SA ».

Le 31 janvier 2013, le Conseil d'administration a autorisé le renouvellement par tacite reconduction pour une durée de un an renouvelable des accords mis en place en 2008 et prorogés en février 2012 pour la fabrication et la distribution des Montres Dior.

3. Avec la société A.A. Conseil SAS

Administrateur concerné : M. Antoine Arnault, Président de A.A. Conseil SAS.

Nature, objet et modalités : contrats de prestations avec la société A.A. Conseil SAS.

Le 18 avril 2013, le Conseil d'administration a autorisé la conclusion de contrats de prestations, d'une durée de un an reconductible chaque année, entre la société A.A. Conseil SAS, dont le principal associé est M. Antoine Arnault, et les sociétés Louis Vuitton Malletier, d'une part, et LVMH (agissant pour son compte et celui des autres filiales du groupe), d'autre part. Au titre de ces contrats, les honoraires annuels de la société A.A. Conseil SAS s'élèvent à 410 000 euros hors taxes pour le contrat avec votre Société et ses filiales et 150 000 euros hors taxes pour le contrat avec la société Louis Vuitton Malletier SA. Ces contrats s'entendent hors frais engagés pour la réalisation des missions, lesquels seront remboursés sur présentation de justificatifs.

Au titre de cette convention, votre Société et sa filiale Louis Vuitton Malletier ont versé respectivement 273 333 euros et 100 000 euros à la société A.A. Conseil SAS pour l'exercice 2013.

4. Avec la société Christian Dior Couture SA

Administrateur concerné : M. Bernard Arnault.

Nature, objet et modalités : cession de l'immeuble 160 New Bond Street à Londres.

Le 24 octobre 2013, le Conseil d'administration a autorisé la cession, à la société Christian Dior Couture SA ou l'une de ses filiales, de l'immeuble sis 160 New Bond Street, propriété de filiales à 100 % du groupe LVMH.

L'opération est intervenue le 23 décembre 2013 au prix de 53 500 000 livres sterling « net vendeur », l'acquéreur faisant son affaire de la résiliation éventuelle des baux (« protected lease ») dont Louis Vuitton UK Limited et Céline UK Limited bénéficiaient.

Ce prix a été déterminé sur la base de deux expertises réalisées au cours des négociations à la demande, respectivement, des vendeurs et de l'acquéreur.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS DÉJÀ APPROUVÉS PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

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. Avec la société Moët Hennessy SNC, filiale de votre Société

Nature, objet et modalités : répartition des frais de holding du groupe LVMH.

La convention relative à la répartition des frais de holding du groupe LVMH, en fonction du chiffre d'affaires de l'activité « Vins et Spiritueux », d'une part, et des Autres activités, d'autre part, conclue le 20 janvier 1994 avec la société Guinness Plc (désormais Diageo Plc), s'est poursuivie en 2013.

Le montant des frais communs supportés par la société Moët Hennessy SNC au titre de cette convention s'est élevé à 14,6 millions d'euros au cours de l'exercice 2013.

2. Avec la société Christian Dior SA

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Pierre Godé et M^{me} Delphine Arnault.

Nature, objet et modalités : Convention d'assistance juridique.

La convention de prestations de services avec la société Christian Dior SA portant sur une assistance juridique fournie par votre Société, notamment en matière de droit des sociétés et de gestion du service titres de la société Christian Dior SA, s'est poursuivie en 2013.

Au titre de cette convention, votre Société a perçu 45 750 euros hors taxes de rémunération forfaitaire au cours de l'exercice 2013.

3. Avec MM. Bernard Arnault, Antonio Belloni et Nicolas Bazire, Administrateurs

Nature, objet et modalités : financement du régime de retraite complémentaire.

Le financement du régime de retraite complémentaire, via une compagnie d'assurances, mis en place en 1999 et aménagé en 2004 et 2012 au bénéfice des membres du Comité exécutif, salariés ou dirigeants de sociétés françaises, dont certains membres sont également Administrateurs, s'est poursuivi au cours de l'exercice 2013.

La charge en résultant pour votre Société au cours de l'exercice 2013 est comprise dans le montant figurant à la Note 31.4 de l'annexe aux états financiers consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 18 février 2014

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet

Gilles Cohen

AUTRES INFORMATIONS

Gouvernance

1.	PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	220
1.1.	Mandats d'Administrateur en cours	220
1.2.	Mandats d'Administrateur à renouveler	227
1.3.	Nomination en qualité d'Administrateur	232
1.4.	Mandats de Censeur à renouveler	232
2.	COMMISSAIRES AUX COMPTES	234
2.1.	Commissaires aux comptes titulaires	234
2.2.	Commissaires aux comptes suppléants	234
2.3.	Honoraires perçus en 2012 et 2013	234
3.	CHARTRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	235
1.	Composition du Conseil d'administration	235
2.	Missions du Conseil d'administration	235
3.	Fonctionnement du Conseil d'administration	235
4.	Responsabilité	236
5.	Rémunération	236
6.	Champ d'application	236
4.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	237
1.	Composition du Comité	237
2.	Rôle du Comité	237
3.	Fonctionnement du Comité	237
4.	Prérogatives du Comité	237
5.	Rémunération des membres du Comité	238
5.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	238
1.	Composition du Comité	238
2.	Rôle du Comité	238
3.	Fonctionnement du Comité	239
4.	Prérogatives du Comité	239
5.	Rémunération des membres du Comité	239
6.	STATUTS EN VIGUEUR	239
7.	PROJET DE STATUTS DE LA SOCIÉTÉ SOUS LA FORME DE SOCIÉTÉ EUROPÉENNE	248

1. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1.1. Mandats d'Administrateur en cours

M. Bernard ARNAULT, Président-directeur général

Né le 5 mars 1949 de nationalité française.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 26 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 47 225 actions.

M. Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinell. En 1974, il en devient Directeur de la construction, puis Directeur général en 1977 et enfin Président-directeur général en 1978.

Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président-directeur général de Financière Agache et de Christian Dior. Il entreprend alors de réorganiser le groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.

En 1989, il devient le principal actionnaire de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, et crée ainsi le premier groupe mondial du luxe. Il en prend la Présidence en janvier 1989.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Président-directeur général
	Christian Dior SA ^[a]	Président-directeur général
	Christian Dior Couture SA	Administrateur
	Financière Jean Goujon SAS	Membre du Comité de surveillance
	Groupe Arnault SAS	Président
	Château Cheval Blanc	Administrateur
	Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Président du Conseil d'administration
International	LVMH International SA (Belgique)	Administrateur
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis)	Administrateur
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon)	Administrateur
	LVMH Services Limited (Royaume-Uni)	Administrateur

Autres

France	Carrefour SA ^[a]	Administrateur
--------	-----------------------------	----------------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Lagardère SCA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
	Métropole Télévision « M6 » SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
	Raspail Investissements SA	Administrateur

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Berluti – 120, rue du Faubourg Saint-Honoré – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 11 mai 2006.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2015.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 12 875 actions.

M. Antoine Arnault, diplômé d'HEC Montréal et titulaire du MBA de l'INSEAD, a créé en 2000 une société dans le secteur de l'Internet, plus particulièrement dans l'enregistrement de noms de domaine.

En 2002, il cède sa participation et rejoint le groupe familial au sein de la société Louis Vuitton où il occupe successivement les fonctions de Responsable Marketing puis de Directeur du réseau province.

[a] Société cotée.

En 2007, il devient Directeur de la Communication de Louis Vuitton. Publicité, éditions, développement digital et achats médias sont sous sa responsabilité.

Depuis 2011, il est Directeur général de la Maison Berluti. Il est cette même année à l'initiative de l'opération « Les Journées Particulières ». Fin 2013, il est nommé, en plus de ses fonctions actuelles, Président du Conseil d'administration de la société Loro Piana SpA.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a] Berluti SA Les Echos SAS	Administrateur Président du Directoire Membre du Conseil de surveillance
International	Berluti LLC (États-Unis) Berluti Hong Kong Company Limited (Hong Kong) Berluti (Shanghai) Company Limited (Chine) Berluti Orient FZ-LLC (Émirats Arabes Unis) Loro Piana SpA (Italie) Manifattura Berluti SRL (Italie)	Gérant Administrateur Administrateur Administrateur Président du Conseil d'administration Administrateur

Autres

France	A.A. Conseil SAS Comité Colbert Madrigall SA	Président Administrateur Administrateur
--------	--	---

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	F.G SAS Lagardère SCA ^[a] S.D.R.E Société de Distribution Robert Estienne SNC Société Nouvelle de Chemiserie Arnys	Président Membre du Conseil de surveillance Représentant légal de Berluti, Gérant-associé Président du Conseil d'administration
International	Spot Runner, Inc. (États-Unis)	Membre du Conseil de surveillance

Mme Bernadette CHIRAC

Née le 18 mai 1933 de nationalité française.

Adresse de correspondance : BP 70 316 – 75007 Paris Cedex 07 (France).

Date de première nomination : 15 avril 2010.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Épouse de M. Jacques Chirac, Président de la République française de 1995 à 2007, M^{me} Bernadette Chirac est élue au

Conseil municipal de Sarrazon 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 2011. En 1990, elle fonde l'association Le Pont Neuf, dont elle est la Présidente. En 1994, elle devient Présidente de la Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France et s'investit dans les opérations Pièces Jaunes et « Plus de Vie » qui, grâce à son soutien et son implication, sont devenues des manifestations caritatives établies en France. Depuis 2007, elle est également Présidente de la Fondation Claude Pompidou.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
Autres		
France	Conseil général de Corrèze Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France Fondation Claude Pompidou	Conseiller général Présidente Présidente

[a] Société cotée.

M. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Worms 1848 SAS – 35 avenue de l'Opéra – 75002 Paris (France).

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 3 330 actions.

M. Nicholas Clive Worms a été Associé commandité puis Associé-gérant de Maison Worms & Cie entre 1970 et 1996, Associé-gérant puis Président du Conseil de surveillance de Worms & Cie entre 1991 et 2004. Il a également été Président-directeur général puis Associé-gérant de Pechelbronn entre 1976 et 1991. Il est actuellement Président de Worms 1848 SAS.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Financière de Services Maritimes SA	Administrateur
	Worms 1848 SAS	Président
International	Worms (Luxembourg)	Président

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

International	Permal UK Ltd (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration
---------------	-----------------------------	---------------------------------------

M. Charles de CROISSET

Né le 28 septembre 1943 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Goldman Sachs International – Peterborough Court, 133 Fleet Street – EC4A 2BB Londres (Royaume-Uni).

Date de première nomination : 15 mai 2008.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

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 ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Renault SA ^[a]	Administrateur
	Renault SAS	Administrateur
	Fondation du Patrimoine	Président
International	Goldman Sachs International (Royaume-Uni)	International Advisor

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Bouygues SA ^[a]	Administrateur
	Euler Hermès SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
	Galleries Lafayette SA ^[a]	Membre du Collège des censeurs
	Thales SA ^[a]	Administrateur
International	Thales Holdings Plc (Royaume-Uni)	Conseiller

[a] Société cotée.

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926 de nationalité belge.

Adresse professionnelle : Frère-Bourgeois – 12, rue de la Blanche Borne – 6280 Loverval (Belgique).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2015.

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 jusqu'au 31 décembre 2011. 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
	Stichting Administratie Kantoor Frère-Bourgeois (Pays-Bas)	Président du Conseil d'administration

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
	Groupe Arnault SAS	Représentant permanent de Belholding Belgium SA, Membre du Comité de direction
	Château Cheval Blanc	Président du Conseil d'administration

Autres

France	GDF-Suez SA ^[a]	Vice-Président du Conseil d'administration et Administrateur
	Métropole Télévision « M6 » SA ^[a]	Président du Conseil de surveillance
International	GBL Energy (Luxembourg)	Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Administrateur
	GBL Verwaltung SARL (Luxembourg)	Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Administrateur
	Groupe Bruxelles Lambert (Belgique) ^[a]	Président-directeur général et Administrateur délégué
	Pargesa Holding SA (Suisse) ^[a]	Vice-Président, Administrateur délégué et Membre du Comité de direction
	Banque Nationale de Belgique (Belgique) ^[a]	Régent honoraire

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Raspail Investissements SA	Administrateur
	Suez SA ^[a]	Vice-Président du Conseil d'administration et Administrateur
International	Assicurazioni Generali SpA (Italie) ^[a]	Membre du Comité International
	Fingen SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	GBL Finance (Luxembourg)	Administrateur
	Gruppo Banca Leonardo (Italie)	Administrateur

[a] Société cotée.

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Moët Hennessy – 65, avenue de la Grande Armée – 75016 Paris (France).

Date de première nomination : 6 juin 1990.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2015.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 104 926 actions.

Entré dans la société Jas Hennessy & Co. en 1971 pour prendre en charge le Marketing et les Ventes, M. Gilles Hennessy a participé dès 1977 au lancement d'Hennessy sur les marchés japonais, puis chinois, coréen et vietnamien. Il est Vice-Président de Moët Hennessy depuis le 1^{er} septembre 2002.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
	MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Administrateur
	Moët Hennessy SNC	Vice-Président
	Moët Hennessy Investissements SA	Représentant permanent de Moët Hennessy SNC, Administrateur
International	Innovacion en Marcas de Prestigio SA de CV (Mexique)	Administrateur
	Moët Hennessy Asia Pacific pte Ltd (Singapour)	Administrateur
	Moët Hennessy Belux SA (Belgique)	Administrateur
	Moët Hennessy Deutschland GmbH (Allemagne)	Membre du Conseil de surveillance
	Moët Hennessy Distribution RUS (Russie)	Président du Conseil d'administration
	Moët Hennessy de Mexico SA (Mexique)	Administrateur
	Moët Hennessy Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Moët Hennessy Services UK (Royaume-Uni)	Administrateur
	Moët Hennessy Services Singapore Pte Ltd (Singapour)	Administrateur
	Moët Hennessy UK Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	Moët Hennessy USA Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Polmos Zyrardow (Pologne)	Membre du Comité de direction
	The Glenmorangie Company Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur

Autres

France	Effisol Snc	Associé
	H Com	Membre du Directoire

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Champagne Moët & Chandon SCS	Représentant permanent de Jas Hennessy & Co., Membre du Conseil des commanditaires
	France Champagne SA	Administrateur
	Groupe Alain Crenn	Administrateur
	Jas Hennessy & Co. SCS	Membre du Conseil des commanditaires
	K. Hennessy SARL	Gérant
International	Krug, Vins Fins de Champagne SA	Président-directeur général
	Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Membre du Conseil des commanditaires
	Jas Hennessy & Co. Ltd (Irlande)	Président du Conseil d'administration
	Millennium Brands Limited (Irlande)	Administrateur
	Moët Hennessy Danmark A/S (Danemark)	Président du Conseil d'administration
	Moët Hennessy Do Brasil (Brésil)	Administrateur

Lord POWELL of BAYSWATER

Né le 6 juillet 1941 de nationalité britannique.

Adresse professionnelle : LVMH House – 15 St George Street – W1S 1FH Londres (Royaume-Uni).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2015.

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.

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
	Financière Agache SA	Administrateur
International	LVMH Services Limited (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration

Autres

International	Hong-Kong Land Holdings (Bermudes) ^[a]	Administrateur
	Mandarin Oriental International Holdings (Bermudes)	Administrateur
	Matheson & Co. Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	Schindler holding (Suisse) ^[a]	Administrateur
	Textron Corporation (États-Unis) ^[a]	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

International	Magna Holdings (Bermudes)	Président du Conseil d'administration
	Capital Generation Partners (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration
	Caterpillar Inc. (États-Unis) ^[a]	Administrateur
	Northern Trust Global Services (Royaume-Uni)	Administrateur
	Singapore Millennium Foundation Limited (Singapour)	Administrateur

M. Yves-Thibault de SILGUY

Né le 22 juillet 1948 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : YTSeuropaconsultants – 13 bis avenue de la Motte-Picquet – 75007 Paris (France).
 Date de première nomination : 14 mai 2009.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2015.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Yves-Thibault de Silguy a exercé différentes fonctions au sein de l'administration française du gouvernement français et auprès de la Communauté européenne en tant que Commissaire

européen chargé des affaires économiques, financières et monétaires (1995-1999). 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-Administrateur référent. Il est Président de YTSeuropaconsultants depuis mai 2010.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Vinci

France	Société des Autoroutes du Sud de la France Vinci ^[a]	Administrateur Vice-Président et Administrateur référent du Conseil d'administration
--------	--	---

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Sofisport SA	Président du Conseil de surveillance
	VTB Bank (France) SA	Membre du Conseil de surveillance
	Ysilop Consulting SARL	Gérant
	YTSeuropaconsultants SARL	Gérant
International	Solvay (Belgique) ^[a]	Administrateur
	VTB Bank (Russie)	Membre du Conseil de surveillance

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

International	Suez-Tractebel (Belgique)	Administrateur
	International Financial Reporting Standards Foundation (IFRS/IASB)	Trustee

[a] Société cotée.

M. Francesco TRAPANI

Né le 10 mars 1957 de nationalité italienne.

Adresse professionnelle : Bulgari – Lungotevere Marzio, 11 – 00187 Rome (Italie).

Date de première nomination au sein du Conseil d'administration : 31 mars 2011.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Au cours des 28 années pendant lesquelles il a exercé les fonctions de Directeur général de Bulgari, M. Francesco Trapani a fortement développé cette Maison, lui permettant d'acquérir une dimension internationale, riche d'un portefeuille diversifié, incluant désormais outre la joaillerie, les montres, les parfums, les accessoires et, plus récemment, l'hôtellerie. Lors du rapprochement de Bulgari avec le groupe LVMH en juin 2011, il a été nommé Président de la branche Montres et Joaillerie.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a] Fred Paris SA	Administrateur Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
International	Bentim International SA (Luxembourg) Bulgari SpA (Italie) Bulgari Hotels and Resorts Milano Srl (Italie) De Beers Diamond Jewellers Limited (Royaume-Uni) Hublot SA (Suisse) Les Ateliers Horlogers Dior SA (Suisse) LVMH Swiss Manufactures SA (Suisse) TAG Heuer International SA (Suisse)	Administrateur Administrateur délégué Administrateur délégué Président du Conseil d'administration Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur

Autres

International	Argenta Holding Srl (Italie) Elystone Capital (Suisse)	Président du Conseil d'administration et Administrateur délégué Président du Conseil d'administration
---------------	---	--

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Bulgari France SAS	Administrateur
International	BootB (Italie) Bulgari Asia Pacific Ltd (Hong Kong) Bulgari Australia Pty Ltd (Australie) Bulgari Belgium SA (Belgique) Bulgari Corporation of America (États-Unis) Bulgari España SA (Espagne) Bulgari Hotels and Resorts BV (Pays-Bas) Bulgari Malaysia Sdn Bhd (Malaisie) Bulgari Montecarlo (Principauté de Monaco) Bulgari South Asian Operations SA (Suisse) Esprit Holding (Hong Kong) ^[a] UIR – Confindustria Committee (Italie)	Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur indépendant Membre

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Hubert Védrine (HV) Conseil – 21, rue Jean Goujon – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 13 mai 2004.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 660 actions.

M. Hubert Védrine a exercé diverses fonctions au sein de l'Administration et du Gouvernement français. Il a notamment été Conseiller diplomatique à la Présidence de la République de 1981 à 1986, Porte-parole de la Présidence de la République de 1988 à 1991, Secrétaire général de la Présidence de la République de 1991 à 1995 et Ministre des Affaires étrangères de 1997 à 2002. Début 2003, il a créé une société de Conseil en stratégie géopolitique, « Hubert Védrine (HV) Conseil ».

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Hubert Védrine (HV) Conseil SARL	Associé-gérant
	Ipsos SA ^[a]	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Audiovisuel Extérieur de la France SA	Administrateur
--------	---------------------------------------	----------------

1.2. Mandats d'Administrateur à renouveler

Mme Delphine ARNAULT

Née le 4 avril 1975 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Louis Vuitton Malletier – 2, rue du Pont-Neuf – 75001 Paris (France).

Date de première nomination : 10 septembre 2003.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 165 555 actions.

Mme Delphine Arnault a commencé sa carrière dans le cabinet international de conseil en stratégie McKinsey où elle fut consultante pendant deux ans.

En 2000, elle participe au développement de la société John Galliano où elle acquiert une expérience concrète du métier de la mode. En 2001, elle rejoint le Comité de direction de Christian Dior Couture dont elle a été Directrice générale adjointe jusqu'en août 2013. Depuis début septembre 2013, elle est Directrice Générale adjointe de Louis Vuitton, chargée de superviser l'ensemble des activités produits de la Maison Louis Vuitton. 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 ^[a]	Administrateur
	Céline SA	Administrateur
	Christian Dior SA ^[a]	Administrateur
	Les Echos SAS	Membre du Conseil de surveillance
	Château Cheval Blanc	Administrateur
International	Emilio Pucci Srl (Italie)	Administrateur
	Emilio Pucci International BV (Pays-Bas)	Administrateur
	Loewe SA (Espagne)	Administrateur

Autres

France	Havas ^[a]	Administrateur
	Métropole Télévision « M6 » SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
International	21 Century Fox (États Unis) ^[a]	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Établissement Public de Sèvres – Cité de la Céramique	Administrateur
International	Calto Srl (Italie)	Présidente du Conseil d'administration
	Manifatturauno Srl (Italie)	Présidente du Conseil d'administration

[a] Société cotée.

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et acquisitions

Né le 13 juillet 1957 de nationalité française.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 12 mai 1999.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 20 618 actions.

M. Nicolas Bazire devient Directeur du Cabinet du Premier ministre Édouard Balladur en 1993. Associé-gérant de Rothschild & Cie Banque entre 1995 et 1999, il est Directeur général de Groupe Arnault SAS depuis 1999.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
	Agache Développement SA	Administrateur
	Europatweb SA	Administrateur
	Financière Agache SA	Directeur général délégué et Représentant permanent de Groupe Arnault SAS, Administrateur
	GA Placements	Représentant permanent de Montaigne Finance, Administrateur
	Groupe Arnault SAS	Directeur général
	Groupe Les Echos SAS	Administrateur
	Les Echos SAS	Vice-Président du Conseil de surveillance
	Louis Vuitton Malletier SA	Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
	LV Group SA	Administrateur
	Montaigne Finance SAS	Membre du Comité de surveillance
	Semyrhamis SAS	Membre du Comité de surveillance
	Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Administrateur

Autres

France	Atos SE ^[a]	Administrateur
	Carrefour SA ^[a]	Administrateur
	Les Chevaux de Malmain SARL	Co-Gérant
	Rothschild & Cie Banque SCS	Membre du Conseil de surveillance
	Suez Environnement Company SA ^[a]	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Financière Agache Private Equity SA	Administrateur
	Ipsos SA ^[a]	Administrateur
	Lyparis SAS	Membre du Comité de surveillance
	Société Financière Saint-Nivard SAS	Président
	Tajan SA	Administrateur
International	Go Invest SA (Belgique)	Administrateur

M. Antonio BELLONI, Directeur général délégué

Né le 22 juin 1954 de nationalité italienne.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 15 mai 2002.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 27 118 actions.

M. Antonio Belloni a rejoint le groupe LVMH en juin 2001, après une carrière de 22 ans au sein du groupe Procter & Gamble. Nommé Président de la division européenne de Procter & Gamble en 1999, il était auparavant Président-directeur général pour les opérations italiennes de la firme. Il a commencé sa carrière chez Procter & Gamble en 1978 en Italie et a occupé diverses fonctions en Suisse, en Grèce, en Belgique et aux États-Unis. Depuis septembre 2001, il est Directeur-général délégué de LVMH.

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Directeur général délégué et Administrateur
	Fendi International SAS	Président
	Givenchy SA	Représentant permanent de LVMH Finance, Administrateur
	Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA	Représentant permanent de LVMH, Administrateur
	LVMH Fragrance Brands SA	Représentant permanent de LV Group, Administrateur
International	Sephora SA	Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
	Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Administrateur
	Benefit Cosmetics LLC (États-Unis)	Gérant
	Bulgari SpA (Italie)	Membre du Conseil d'administration
	Cruise Line Holdings Co (États-Unis)	Administrateur
	De Beers Diamond Jewellers Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	DFS Group Limited (Bermudes)	Administrateur
	DFS Group Limited (Hong Kong)	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
	Fendi Asia Pacific Limited (Hong Kong)	Administrateur
	Fendi Italia Srl (Italie)	Administrateur
	Fendi North America Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Fresh Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Loro Piana SpA (Italie)	Administrateur
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis)	Vice-Président et Administrateur
	LVMH (Shanghai) Management & Consultancy Co. Ltd (Chine)	Président du Conseil d'administration
	Nude Brands Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	RVL Holding BV (Pays-Bas)	Membre du Conseil de surveillance
	Thomas Pink Holdings Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	Ufip (Irlande)	Administrateur
	Vicuna Holding SpA (Italie)	Administrateur

Autres

International	Barilla G. e R. Fratelli SpA (Italie)	Administrateur
---------------	---------------------------------------	----------------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Givenchy	Administrateur
	Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut	Administrateur
	LVMH Fragrance Brands GIE	Membre du Collège des Administrateurs
	Parfums Luxe International – PLI SA	Président-directeur général
	Sephora	Directeur général délégué et Administrateur
International	Moët Hennessy Distribution Rus LLC (Russie)	Président du Conseil d'administration
	Sephora Greece (Grèce)	Administrateur

(a) Société cotée.

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : Tod's SpA – Corso Venezia, 30 – 20121 Milan (Italie).
 Date de première nomination : 15 mai 2002.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Diego Della Valle rejoint l'entreprise familiale en 1975. Il a joué un rôle essentiel dans la définition de la stratégie de l'entreprise et la création des marques qui en ont façonné l'image. Il a développé un plan marketing innovant, devenu un modèle mondialement reconnu dont beaucoup d'entreprises de l'industrie des produits de haute qualité se sont inspirées. Depuis octobre 2000, il est Président et Administrateur délégué du groupe Tod's SpA qui est aujourd'hui l'un des leaders du marché des accessoires de luxe.

Fonctions et mandats actuels**Groupe Tod's SpA**

International	DDV partecipazioni Srl (Italie)	Administrateur unique
	DI.VI. Finanziaria Srl (Italie)	Administrateur unique
	Diego Della Valle & C. Srl (Italie)	Administrateur unique
	Tod's SpA (Italie) ^[a]	Président du Conseil d'administration et Administrateur délégué
	Fondazione Della Valle Onlus (Italie)	Président du Conseil d'administration

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

International	ACF Fiorentina SpA (Italie)	Président d'Honneur
	Compagnia Immobiliare Azionaria (Italie) ^[a]	Administrateur
	Nuovo Trasporto Viaggiatori	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Le Monde Europe SA	Administrateur
International	International Assicurazioni Generali SpA (Italie)	Administrateur
	Ferrari SpA (Italie)	Administrateur
	Marcolin SpA (Italie)	Administrateur
	RCS Mediagroup SpA (Italie)	Administrateur

M. Pierre GODÉ, Vice-Président

Né le 4 décembre 1944 de nationalité française.
 Adresses professionnelles : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France) – LVMH Italia SpA – Via Tommaso Grossi, 2 – 20121 Milan (Italie).
 Date de première nomination : 13 janvier 1989.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 20 618 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 a été Conseiller du Président de LVMH et Directeur général du Groupe Arnault. Il est Vice-Président du Conseil d'administration de LVMH et Vice-Président de LVMH Italia.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Vice-Président et Administrateur
	Christian Dior SA ^[a]	Administrateur
	Château Cheval Blanc	Administrateur

[a] Société cotée.

International	Fendi Srl (Italie)	Administrateur
	Fendi Adele Srl (Italie)	Administrateur
	LVMH International SA (Belgique)	Administrateur
	LVMH Italia SpA (Italie)	Vice-Président
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis)	Administrateur
	LVMH Publica SA (Belgique)	Administrateur
	Sofidiv UK Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	Vicuna Holding SpA (Italie)	Président du Conseil d'administration

Autres

France	Redeg SARL	Gérant
--------	------------	--------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Christian Dior SA ^[a]	Directeur général délégué
	Christian Dior Couture SA	Administrateur
	Financière Agache SA	Président-directeur général
	Financière Jean Goujon SAS	Président
	Groupe Arnault SAS	Directeur général
	Havas SA ^[a]	Administrateur
	Les Echos SAS	Membre du Conseil de surveillance
	Louis Vuitton Malletier SA	Administrateur
	Raspail Investissements SAS	Président
	SA du Château d'Yquem	Administrateur
	Semyrhamis SAS	Membre du Comité de surveillance
	Sofidiv SAS	Membre du Comité de direction
	Sevrilux SNC	Représentant légal de Financière Agache, Gérant
	Fondation Maeght	Administrateur

Mme Marie-Josée KRAVIS

Née le 11 septembre 1949 de nationalité américaine.
 Adresse professionnelle : The Museum of Modern Art – 11 West
 53 Street – NY 10019 New York (États-Unis).
 Date de première nomination : 31 mars 2011.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Mme Marie-Josée Kravis est économiste et spécialiste des questions relatives aux politiques publiques et à la planification stratégique. Elle a débuté sa carrière comme analyste financier chez Power Corporation of Canada et a travaillé ensuite auprès du Solliciteur général du Canada et du ministre des Approvisionnements et Services canadien. Vice-Présidente du Conseil d'administration et chercheur senior du Hudson Institute, elle est depuis 2005 Présidente du Museum of Modern Art (MoMA) de New York.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Publicis Groupe SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
International	Federal Reserve Bank of New York (États-Unis)	Membre du Conseil consultatif international
	Hudson Institute (États-Unis)	Vice-Présidente du Conseil d'administration et chercheur senior
	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 2009

International	Ford Motor Co. (États-Unis) ^[a]	Administrateur
	Interactive Data Corporation (États-Unis)	Administrateur

[a] Société cotée.

1.3. Nomination en qualité d'Administrateur

Mme Marie-Laure SAUTY de CHALON

Née le 17 septembre 1962 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : Aufeminin.com – 8 rue Saint Fiacre – 75002 Paris.
 Nombre d'actions détenues à titre personnel : 500 actions.

Après une carrière dans diverses régies publicitaires au sein de la presse et de la télévision, M^{me} Marie-Laure Sauty de Chalon a pris la Direction générale de Carat Interactive en 1997. En 2001, elle devient Président-directeur général de Consodata North America. Elle a ensuite pris en 2004 la tête du groupe Aegis Media en France et en Europe du Sud. Elle est depuis 2010 Présidente-directrice générale d'Aufeminin.com. et professeur à l'Institut d'Études Politiques de Paris.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Aufeminin.com

France	Aufeminin.com ^[a] Aufeminin.com Productions SARL Etoilecasting.com SAS Les rencontres aufeminin.com SAS Marmiton SAS My Little Paris SAS SmartAdServer SAS	Présidente-directrice générale Gérante Présidente Présidente Présidente Membre du Conseil de surveillance Présidente
International	GoFeminin.de GmbH (Allemagne) SoFeminine.co.uk Ltd (Royaume-Uni)	Co-gérante Administrateur

Autres

France	Fondation École 42 Fondation Nestlé France, Fondation d'Entreprise Fondation PlaNet Finance	Administrateur Administrateur Administrateur
--------	---	--

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2009

France	Aegis Media France Carat France Mediamétrie	Présidente Présidente Administrateur
International	Aegis Media Southern Europe	Présidente

1.4. Mandats de Censeur à renouveler

M. Paolo BULGARI

Né le 8 octobre 1937 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : Bulgari – Lungotevere Marzio, 11 – 00187 Rome (Italie).
 Date de première nomination : 31 mars 2011.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Neveu de Sotirio Bulgari, fondateur de la Maison Bulgari, M. Paolo Bulgari débute sa carrière de spécialiste des pierres précieuses au sein de l'entreprise familiale en 1960. Il est Président du groupe Bulgari depuis 1984. Reconnu comme l'un des plus grands experts en pierres précieuses, il est l'âme de la Maison et l'inspirateur de l'équipe créative.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Censeur
International	Bulgari SpA (Italie)	Président du Conseil d'administration

Autres

International	El Greco Srl (Italie)	Président du Conseil d'administration et Administrateur délégué
---------------	-----------------------	---

[a] Société cotée.

M. Patrick HOUËL

Né le 25 juillet 1942 de nationalité française.

Adresse professionnelle : PGH Consultant – 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.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a] Guerlain SA L Capital 2 FCPR L Capital 3 FCPR Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA LV Group SA Parfums Christian Dior SA SA du Château d'Yquem Wine & Co. SA	Censeur Représentant permanent de LVMH, Administrateur Membre du Comité consultatif Membre du Comité consultatif Représentant permanent de LVMH Finance, Administrateur Représentant permanent de UFIPAR, Administrateur Représentant permanent de LVMH, Administrateur Représentant permanent de Ufipar, Administrateur Représentant permanent de LV Group, Administrateur
International	L Development & Management Limited Hong-Kong (Hong Kong) L Real Estate SA (Luxembourg) Sociedad Textil Lonia (Espagne)	Administrateur Administrateur Administrateur

Autres

France	LCL Obligations euro SICAV Mongoual SA Objectif Small Caps euro SICAV PGH Consultant SARL Tikehau Investment Management SAS	Administrateur Représentant Permanent de la Société Montaigne Jean Goujon, Administrateur Administrateur Gérant Membre du Conseil de surveillance
--------	---	---

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928 de nationalité américaine.

Adresse professionnelle : Lazard Frères & Co. LLC – 30 Rockefeller Plaza – 62nd Floor – NY 10020 New York (États-Unis).

Date de première nomination au sein du Conseil d'administration : 14 mai 2001.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1 000 actions.

M. Felix G. Rohatyn a été Ambassadeur des États-Unis en France de 1997 à 2000. Il était auparavant Associé-gérant de Lazard Frères & Co. LLC. Il a également été membre du Conseil des Gouverneurs du New York Stock Exchange (Bourse de New York) de 1968 à 1972. Il est Conseiller spécial du Président de Lazard Ltd depuis janvier 2010.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Censeur
Autres		
France	Publicis Groupe SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
International	Carnegie Hall (États-Unis) Center for Strategic and International Studies (CSIS) (États-Unis) Council on Foreign Relations (États-Unis) Lazard Ltd (États-Unis) ^[a]	Vice-Président honorifique du Conseil d'administration Administrateur Conseiller Conseiller spécial du Président

[a] Société cotée.

2. COMMISSAIRES AUX COMPTES

2.1. Commissaires aux comptes titulaires

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
ERNST & YOUNG et Autres 1, place des Saisons – 92400 Courbevoie – Paris La Défense 1 Représenté par Gilles Cohen et Jeanne Boillet	6 juin 1998	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
DELOITTE & ASSOCIÉS 185 avenue Charles de Gaulle – 92524 Neuilly-sur-Seine Cedex Représenté par Thierry Benoit	13 mai 2004	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015

2.2. Commissaires aux comptes suppléants

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
AUDITEX 1, place des Saisons – 92400 Courbevoie – Paris La Défense 1	15 avril 2010	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
M. Denis GRISON 61, rue 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 2012 et 2013

(en milliers d'euros, hors taxes)

	ERNST & YOUNG et Autres				DELOITTE & ASSOCIÉS			
	2013		2012		2013		2012	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	1 107	6	1 102	8	745	12	676	11
- Filiales consolidées ^(a)	8 720	51	7 841	54	3 975	62	3 863	64
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux comptes								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ^{(a)(b)}	2 048	12	636	4	410	6	410	7
- Filiales consolidées ^(b)	1 678	10	1 327	9	992	16	602	10
	13 553	79	10 906	75	6 122	96	5 551	92
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
Juridique, fiscal, social ^(c)	3 340	19	3 002	21	264	4	445	7
Autres	268	2	611	4	24	-	30	1
	3 608	21	3 613	25	288	4	475	8
Total	17 161	100	14 519	100	6 410	100	6 026	100

(a) L'augmentation en 2013 provient principalement des travaux réalisés dans le cadre de l'acquisition et de l'intégration de Loro Piana.

(b) Ce montant inclut, en 2013 comme en 2012, les prestations au titre du changement de date de clôture de la société mère Christian Dior SA.

(c) Principalement, prestations d'assistance fiscale hors de France, 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.

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.

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. 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.

Le Conseil peut recourir à des moyens de visioconférence ou de télécommunication pour l'organisation de réunions avec des Administrateurs participant à distance. Toutefois, aucun de ces procédés ne peut être utilisé lorsque le Conseil se réunit pour l'établissement et l'arrêté des comptes annuels et du Rapport de gestion, ainsi que pour l'établissement des comptes consolidés et du rapport sur la gestion du Groupe.

Afin de garantir l'identification et la participation effective à la réunion du Conseil des Administrateurs concernés, ces moyens doivent transmettre au moins la voix des participants et satisfaire à des caractéristiques techniques permettant la retransmission continue et simultanée des délibérations. Toute personne participant à la réunion à distance doit déclarer son identité, la présence de toute personne extérieure au Conseil devant être signalée et approuvée par l'ensemble des Administrateurs participant à la réunion.

Les Administrateurs participant à distance par ces moyens de visioconférence ou conférence téléphonique sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité.

Le procès-verbal devra mentionner l'identité des Administrateurs qui ont participé à distance à la réunion, la nature du moyen de communication utilisé ainsi que tout incident de transmission survenu au cours de la réunion et qui en a perturbé le déroulement.

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.

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 opérations sur les titres de la Société ou sur des instruments financiers qui leur sont liés ainsi qu'à tout exercice d'options pendant les périodes :

- débutant, selon le cas, le 30^e jour calendaire précédant la date de publication des comptes consolidés annuels et semestriels de la Société ou le 15^e jour calendaire précédant la date de publication du chiffre d'affaires consolidé trimestriel de la Société ; et

- s'achevant (i) si la publication concernée intervient l'après-midi, le lendemain de ladite publication à 14 heures ou, (ii) si elle intervient le matin, le lendemain à 9 heures.

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.

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.

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. RÈGLEMENT 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.

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.

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.

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. 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.

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.

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.

2. Rôle du Comité

Le Comité a pour mission d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures et renouvellements aux postes d'Administrateur et de Censeur de la Société en veillant à ce que figurent au sein de son Conseil d'administration des personnalités extérieures et indépendantes de celle-ci. Il débat notamment de la qualité d'Administrateur indépendant des membres du Conseil au regard des critères applicables.

Le Comité est sollicité par le Président du Conseil d'administration ou par les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur général ou de Directeur général délégué pour leur donner un avis sur les candidatures aux fonctions de membre du Comité exécutif du Groupe et de Direction générale de ses principales filiales. Il est l'instance de réflexion en charge de définir les mesures à prendre en cas de vacance imprévisible de l'un de ces postes.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société et dresse un tableau récapitulatif des jetons de présence effectivement payés à chaque Administrateur.

Il fait des propositions au Conseil sur la rémunération, fixe et variable et sur les avantages en nature (i) du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du (des) Directeur(s) général(aux) délégué(s) de la Société ainsi que (ii) des Administrateurs et Censeurs liés à la Société ou à l'une de ses filiales par un contrat de travail ; le cas échéant, il donne également un avis sur les contrats de consultant conclus, directement ou indirectement, avec ceux-ci. Le Comité fait des recommandations quant aux critères qualitatifs et quantitatifs sur la base desquels sera déterminée la partie variable de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux ainsi que sur les conditions de performance applicables à l'exercice des options et à l'attribution définitive des actions gratuites.

Le Comité se prononce sur la politique générale d'attribution d'options et d'actions gratuites au sein du Groupe et fait des propositions sur leur octroi aux dirigeants mandataires sociaux et aux Administrateurs et Censeurs liés à la Société ou à l'une de ses filiales par un contrat de travail.

Il prend position sur les éventuels régimes de retraite complémentaire mis en place par la Société au bénéfice de ses dirigeants et formule des recommandations sur les éventuelles indemnités de départ qui pourraient être versées à un dirigeant mandataire social à l'occasion de la cessation de ses fonctions.

Le Comité fournit un avis sur les rémunérations, fixes et variables, immédiates et différées, ainsi que sur les avantages en nature et les attributions d'options et d'actions gratuites des membres du Comité exécutif du Groupe et des autres dirigeants des principales filiales du Groupe. À cet égard, le Comité peut demander communication des accords conclus et de toutes données comptables relatives aux paiements effectués.

Le Comité s'informe également des procédures concernant les versements d'honoraires et remboursements de frais aux prestataires extérieurs et fait toutes recommandations à ce sujet.

Le Comité prépare chaque année un projet de rapport qu'il soumet au Conseil d'administration, destiné à l'Assemblée générale des actionnaires et relatif aux rémunérations des mandataires sociaux, aux actions gratuites qui leur ont été attribuées au cours de l'exercice ainsi qu'aux options octroyées ou levées par ceux-ci au cours de cette même période. Ce rapport mentionne également la liste des dix salariés de l'entreprise ayant bénéficié des principales dotations et de ceux ayant effectué les principales levées d'options.

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.

4. Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

5. Rémunération des membres du Comité

Les membres et le Président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée générale.

6. STATUTS EN VIGUEUR

Article 1 – Forme

La Société, formée le 19 avril 1962 par transformation d'une Société à responsabilité limitée en Société anonyme, est régie par les dispositions du Code de commerce ainsi que par les présents statuts.

Article 2 – Objet

1. Toute prise d'intérêt par voie de participation directe ou indirecte, apport(s), fusion, scission ou alliance dans toute société ou groupement existant ou à constituer ayant pour activité toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, mobilières, immobilières ou financières et, notamment :

- le commerce des vins de champagne et autres, des cognacs et autres alcools et, plus généralement, des produits dépendant du secteur alimentaire ;
- le commerce de tous produits pharmaceutiques, de parfumerie et de cosmétique et, plus généralement, de produits se rattachant à l'hygiène, à l'esthétique et aux soins ;
- la fabrication, la vente et la promotion d'articles de voyage, bagages, sacs, maroquinerie, articles d'habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ;
- l'exploitation de domaines viticoles, horticoles et arboricoles ainsi que le développement de tout procédé biotechnologique s'y rapportant ;
- l'exploitation de tous domaines fonciers ;

- l'exploitation de toute marque, griffe, modèle, dessin et, plus généralement, de tout droit de propriété industrielle, littéraire ou artistique.

2. Plus généralement, entreprendre directement toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, viticoles, foncières, mobilières, immobilières, financières, de gestion ou de service dans l'un quelconque des domaines d'activités visés au paragraphe 1 ci-dessus.

Article 3 – Dénomination

La Société a pour dénomination :
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

Les actes et documents émanant de la Société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société anonyme » ou des initiales « SA » et de l'énonciation du montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la Société au Registre du commerce et des sociétés.

Article 4 – Siège social

Le siège social est à Paris – 75008, 22 avenue Montaigne.

Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée générale ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée générale extraordinaire.

Article 5 – Durée

La Société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, expirera le 31 décembre 2021, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

Article 6 – Capital

1. Le capital social est fixé à la somme de 152 300 959,50 euros (cent cinquante-deux millions trois cent mille neuf cent cinquante-neuf euros et cinquante centimes) divisé en 507 669 865 (cinq cent sept millions six cent soixante-neuf mille huit cent soixante-cinq) actions de EUR 0,30 nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par les actionnaires de la société Jas Hennessy & Co. de 772 877 actions de ladite société, évaluées à FRF 407 306 179.

2 989 110 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 1 670 164 511, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion.

1 343 150 actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à FRF 1 700 000 000.

18 037 011 actions de EUR 0,30 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par Messieurs Paolo Bulgari, Nicola Bulgari et Francesco Trapani de 166 382 348 actions de la société Bulgari, évaluées à EUR 2 038 183 763.

2. Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou prime d'émission, l'Assemblée générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées générales ordinaires.

3. Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

4. Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 – Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée générale extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévu une, doit être versée en totalité lors de la souscription.

Le versement du reste est appelé par le Conseil d'administration en une ou plusieurs fois dans un délai de cinq ans à compter de la date de réalisation de l'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des actionnaires huit jours au moins avant l'époque fixée pour chaque versement par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du lieu du siège social, ou par lettre recommandée avec avis de réception adressée aux actionnaires.

Les sommes exigibles sur le montant non libéré des actions sont, sans qu'il soit besoin d'une demande en justice, productives, jour par jour, d'un intérêt calculé au taux de 5 % l'an, à compter de la date de leur exigibilité.

Lorsque les actions en numéraire ne sont pas libérées intégralement au moment de l'émission, elles doivent revêtir la forme nominative et demeurer sous cette forme jusqu'à leur entière libération.

Article 8 – Droits et obligations attachés aux actions

Les droits et obligations attachés à l'action suivent celle-ci, dans quelque main qu'elle passe et la cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir et, le cas échéant, la quote-part des réserves et des provisions.

La propriété de l'action entraîne, *ipso facto*, l'approbation par le titulaire des présents statuts, ainsi que celle des décisions des Assemblées générales d'actionnaires.

En plus du droit de vote que la loi attache aux actions, chacune d'elles donne droit, dans la propriété de l'actif social, dans le partage des bénéfices et dans le *boni* de liquidation, à une quotité proportionnelle au nombre et à la valeur nominale des actions existantes.

Le cas échéant, et sous réserve des prescriptions légales impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales, comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la Société, avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la Société ou de sa liquidation, de telle sorte que, compte tenu de leur valeur nominale respective, toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette, quelle que soit leur origine ou leur date de création.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires font leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions nécessaire.

Article 9 – Forme et transmission des actions

Les actions entièrement libérées revêtent la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve, toutefois, de l'application des dispositions légales relatives à la forme des actions détenues par certaines personnes.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Toutefois, il pourra être créé des certificats ou tout autre document représentatifs d'actions dans les cas et selon les modalités prévues par la loi et les règlements en vigueur.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription en compte nominatif.

Lorsque le propriétaire des titres n'a pas son domicile sur le territoire français, au sens de l'article 102 du Code civil, tout intermédiaire peut être inscrit pour le compte de ce propriétaire. Cette inscription peut être faite sous la forme d'un compte collectif ou en plusieurs comptes individuels correspondant chacun à un propriétaire.

L'intermédiaire inscrit est tenu, au moment de l'ouverture de son compte auprès soit de la société émettrice, soit de l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, de déclarer sa qualité d'intermédiaire détenant des titres pour le compte d'autrui.

Les actions inscrites en compte se transmettent librement par virement de compte à compte.

L'acceptation du cessionnaire n'est exigée que pour les transferts d'actions non entièrement libérées.

Les frais de transfert sont à la charge des cessionnaires. Les actions non libérées des versements exigibles ne sont pas admises au transfert.

Article 10 – Valeurs mobilières

La Société pourra procéder à l'émission de toute valeur mobilière prévue par la loi.

Il pourra également être créé des certificats ou tout autre document représentatifs de valeurs mobilières dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

Article 11 – Conseil d'administration

1. Sous réserve des dérogations prévues par la loi, la Société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la Société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de six mois.

3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers, arrondi, le cas échéant, au chiffre immédiatement supérieur, des membres du Conseil d'administration. Lorsque cette limite est dépassée, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été dépassée.

4. La durée des fonctions des Administrateurs est de trois années. Le mandat d'un Administrateur prend fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat dudit Administrateur.

Toutefois, en vue d'assurer un renouvellement des mandats aussi égal que possible et, en tout cas, complet pour chaque période de trois ans, le Conseil aura la faculté de déterminer, en séance, un ordre de sortie par tirage au sort chaque année, d'un tiers des membres. Une fois le roulement établi, les renouvellements s'effectuent par ancienneté de nomination.

Les Administrateurs sont toujours rééligibles ; ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'Assemblée générale des actionnaires.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges d'Administrateurs, le Conseil d'administration peut, entre deux Assemblées générales, procéder à des nominations à titre provisoire.

Les nominations effectuées par le Conseil en vertu de l'alinéa ci-dessus sont soumises à la ratification de la plus prochaine Assemblée générale ordinaire. À défaut de ratification, les délibérations prises et les actes accomplis antérieurement par le Conseil n'en demeurent pas moins valables.

Lorsque le nombre des Administrateurs est devenu inférieur au minimum légal, les Administrateurs restants doivent convoquer immédiatement l'Assemblée générale ordinaire, en vue de compléter l'effectif du Conseil.

L'Administrateur nommé en remplacement d'un autre Administrateur dont le mandat n'est pas expiré ne demeure en fonction que pendant la durée du mandat restant à courir de son prédécesseur.

5. Un salarié de la Société ne peut être nommé Administrateur que si son contrat de travail est antérieur à sa nomination et correspond à un emploi effectif. Il ne perd pas, dans ce cas, le bénéfice de son contrat de travail. Le nombre des Administrateurs qui sont liés à la Société par un contrat de travail ne peut excéder le tiers des Administrateurs en fonction.

Article 12 – Organisation et fonctionnement du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration élit parmi ses membres un Président qui doit être une personne physique. Il détermine la durée de ses fonctions, qui ne peut excéder celle de son mandat d'Administrateur et peut le révoquer à tout moment.

Le Conseil d'administration détermine la rémunération du Président.

Le Président du Conseil d'administration ne peut être âgé de plus de soixante-quinze ans. Si le Président atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Président, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. Sous réserve de cette disposition, le Président du Conseil est toujours rééligible.

Le Conseil peut élire parmi ses membres un ou plusieurs Vice-Présidents, en fixant la durée de leurs fonctions qui ne peut excéder celle de leur mandat d'Administrateur.

Le Conseil constitue un bureau composé du Président du Conseil d'administration, le cas échéant du ou des Vice-Présidents, et d'un Secrétaire.

Le Secrétaire peut être choisi en dehors des Administrateurs et des actionnaires. Le Conseil fixe la durée de ses fonctions. Le Secrétaire est toujours rééligible.

Article 13 – Réunion du Conseil d'administration

1. Le Conseil d'administration se réunit, sur la convocation de son Président, aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige.

Les convocations sont faites au moyen d'une lettre adressée à chacun des Administrateurs, huit jours avant la réunion, et mentionnant l'ordre du jour de celle-ci, lequel ordre du jour est arrêté par l'auteur de la convocation.

Toutefois, le Conseil peut se réunir sans délai sur convocation verbale et sans ordre du jour préétabli :

- si tous les Administrateurs en exercice sont présents ou représentés à cette réunion ; ou
- s'il est réuni par le Président au cours d'une Assemblée d'actionnaires.

Les Administrateurs constituant au moins un tiers des membres du Conseil d'administration peuvent, en indiquant l'ordre du jour de la séance, convoquer le Conseil si celui-ci ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois.

Le Conseil se réunit au siège social de la Société ou en tout autre endroit en France ou hors de France.

2. Tout Administrateur peut donner, même par lettre, télégramme, télex ou télécopie, pouvoir à l'un de ses collègues de le représenter à une séance du Conseil, mais chaque Administrateur ne peut représenter qu'un seul de ses collègues.

La présence effective de la moitié au moins des membres du Conseil est nécessaire pour la validité des délibérations.

Sont réputés présents, pour le calcul du quorum et de la majorité, les Administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les conditions définies par le règlement intérieur du Conseil d'administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à l'arrêté des comptes annuels et des comptes consolidés ainsi qu'à l'établissement du Rapport de gestion et du rapport sur la gestion du Groupe.

Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés, chaque Administrateur disposant d'une voix pour lui-même et d'une voix pour l'Administrateur qu'il représente. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

3. Il est tenu un registre de présence qui est signé par les Administrateurs participant à la séance du Conseil d'administration.

4. Les copies ou extraits des délibérations du Conseil d'administration sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'administration, le Directeur général, le Secrétaire du Conseil, l'Administrateur délégué temporairement dans les fonctions de Président ou un Fondé de pouvoir habilité à cet effet.

Article 14 – Pouvoirs du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns. Chaque Administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Article 15 – Pouvoirs du Président du Conseil d'administration

1. Le Président du Conseil d'administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la Société et s'assure, en particulier, que les Administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

2. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 16 – Direction générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction générale

La Direction générale de la Société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'administration et portant le titre de Directeur général, selon

la décision du Conseil d'administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction générale de la Société est assumée par le Président du Conseil d'administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur général lui sont applicables.

2. Directeur général

Le Directeur général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Le Directeur général est révocable à tout moment par le Conseil d'administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur général assume les fonctions de Président du Conseil d'administration.

Le Directeur général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la Société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'administration.

Il représente la Société dans les rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du Directeur général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'administration limitant les pouvoirs du Directeur général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs généraux délégués

Sur proposition du Directeur général, le Conseil d'administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur général avec le titre de Directeur général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'administration, sur proposition du Directeur général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur général.

En accord avec le Directeur général, le Conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux

Directeurs généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur général.

La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur général délégué est fixée à soixante-cinq ans. Si le Directeur général délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur général délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Article 17 – Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur général et les Directeurs généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 18 – Conventions soumises à autorisation

1. Les cautions, avals et garanties, donnés par la Société doivent être autorisés par le Conseil d'administration dans les conditions prévues par la loi.

2. Toute convention intervenant entre la Société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur général ou l'un de ses Directeurs généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la Société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur général ou l'un des Directeurs généraux délégués de la Société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur général ou membre du Directoire ou du Conseil de surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise.

Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la Société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales.

Article 19 – Conventions interdites

Il est interdit aux Administrateurs autres que les personnes morales, de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la Société, de se faire consentir par elle un

découvert en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au Directeur général, aux Directeurs généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales Administrateurs. Elle s'applique également aux conjoints, ascendants, et descendants des personnes visées au présent article, ainsi qu'à toute personne interposée.

Article 20 – Rémunération des Administrateurs

1. L'Assemblée générale ordinaire peut allouer aux Administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme fixe annuelle, à titre de jetons de présence, dont le montant est porté dans les charges d'exploitation de la Société.

Le Conseil d'administration répartit ces rémunérations entre ses membres comme il l'entend.

2. Le Conseil d'administration peut autoriser le remboursement des frais de voyage et de déplacement et des dépenses engagés par les Administrateurs dans l'intérêt de la Société.

3. Le Conseil d'administration peut allouer une rémunération à l'Administrateur auquel ont été conférés des pouvoirs, une mission ou un mandat spécial, dans les conditions prévues à l'article 17 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 18 des présents statuts.

4. Indépendamment des sommes prévues sous les trois paragraphes précédents, ainsi que des salaires des Administrateurs régulièrement liés à la Société par un contrat de travail, et des allocations fixes ou proportionnelles rémunérant les fonctions du Président du Conseil d'administration ou de l'Administrateur provisoirement délégué dans ces fonctions, du Directeur général et le cas échéant des Directeurs généraux délégués, aucune autre rémunération permanente ou non ne peut être allouée aux Administrateurs.

Article 21 – Collège de Censeurs

L'Assemblée générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges de Censeurs et sous réserve de ratification par la plus prochaine Assemblée générale ordinaire, le Conseil d'administration peut procéder à des nominations à titre provisoire.

Les Censeurs, qui sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence, forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

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

Le Conseil d'administration peut rémunérer les Censeurs par prélèvement sur le montant des jetons de présence alloué par l'Assemblée générale à ses membres.

Article 22 – Commissaires aux comptes

Le contrôle de la Société est exercé, dans les conditions fixées par la loi, par un ou plusieurs Commissaires aux comptes remplissant les conditions légales d'éligibilité. Lorsque les conditions légales sont réunies, la Société doit désigner au moins deux Commissaires aux comptes.

Chaque Commissaire aux Comptes est nommé par l'Assemblée générale ordinaire.

L'Assemblée générale ordinaire nomme un ou plusieurs Commissaires aux comptes suppléants, appelés à remplacer les titulaires en cas de refus, d'empêchement, de démission ou de décès.

Article 23 – Assemblées générales

1. Les Assemblées générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, dix jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la Société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées générales par un autre actionnaire, son conjoint, le partenaire avec lequel il a conclu un pacte civil de solidarité ou par toute autre personne physique ou morale de son choix. Le mandat ainsi que, le cas échéant sa révocation, sont écrits et communiqués à la société.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la Société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du Code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées générales pourront également, sur décision du Conseil d'administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L. 228-1 du Code de commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non-résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas relevé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la Société, deux membres du Comité d'entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de trois ans ci-dessus mentionné, tout transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible. Il en est de même en cas de transfert par suite d'une fusion ou d'une scission d'une société actionnaire.

Le vote a lieu, et les suffrages sont exprimés, à main levée, ou par assis et levés, ou par appel nominal, selon ce qu'en décide le bureau de l'Assemblée.

Toutefois, le scrutin secret peut être décidé :

- soit par le Conseil d'administration ;
- soit par des actionnaires représentant au moins le quart du capital social et à la condition que le Conseil d'administration ou l'auteur de la convocation en ait reçu la demande écrite deux jours francs au moins avant la réunion.

3. L'Assemblée générale ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice.

L'Assemblée générale ordinaire réunie sur première convocation ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. L'Assemblée générale ordinaire réunie sur deuxième convocation délibère valablement quel que soit le nombre d'actionnaires présents ou représentés.

Les délibérations de l'Assemblée générale ordinaire sont prises à la majorité des voix des actionnaires présents ou représentés.

4. L'Assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

En ce qui concerne l'Assemblée générale extraordinaire, le quorum est du quart des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée générale extraordinaire sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

5. Les copies ou extraits des procès-verbaux de l'Assemblée sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'administration, par le Directeur général ou par le Secrétaire de l'Assemblée.

Les Assemblées générales ordinaires et extraordinaires exercent leurs pouvoirs respectifs dans les conditions prévues par la loi.

6. Dans les Assemblées générales extraordinaires à forme constitutive, c'est-à-dire celles appelées à délibérer sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, l'apporteur ou le bénéficiaire n'a voix délibérative ni pour lui-même ni comme mandataire.

7. S'il existe plusieurs catégories d'actions, aucune modification ne peut être faite aux droits des actions d'une de ces catégories sans vote conforme d'une Assemblée générale extraordinaire ouverte à tous les actionnaires et, en outre, sans vote également conforme d'une Assemblée Spéciale ouverte aux seuls propriétaires des actions de la catégorie intéressée.

En ce qui concerne l'Assemblée Spéciale, le quorum est du tiers des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée spéciale sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

Article 24 – Information sur la détention du capital social

Toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, elle cesse lorsque la part de capital détenue est égale ou supérieure à 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la Société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

Article 25 – Identification des détenteurs de titres

La Société est en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge dont le montant maximum est fixé par arrêté du ministre chargé de l'Économie, au dépositaire central d'instruments financiers, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

La Société au vu de la liste transmise par l'organisme susmentionné, a la faculté de demander, soit par l'entremise de cet organisme,

soit directement, aux personnes figurant sur cette liste et dont la Société estime qu'elles pourraient être inscrites pour compte de tiers les informations concernant les propriétaires des titres prévues ci-dessus.

Ces personnes sont tenues, lorsqu'elles ont la qualité d'intermédiaire, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres. L'information est fournie directement à l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, à charge pour ce dernier de la communiquer, selon le cas, à la société émettrice ou à l'organisme susmentionné.

Article 26 – Exercice social

Chaque exercice social a une durée d'une année qui commence le premier janvier et s'achève le trente et un décembre de chaque année.

Article 27 – Comptes annuels

Le Conseil d'administration tient une comptabilité régulière opérations sociales et dresse des comptes annuels conformément aux lois et usages du commerce.

Article 28 – Affectation des résultats et répartition des bénéfices

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Lorsqu'un bilan établi au cours ou à la fin de l'exercice et certifié conforme par le Commissaire aux Comptes fait apparaître que la Société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite

s'il y a lieu des pertes antérieures, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi ou des présents statuts, et prise en compte s'il y a lieu du report bénéficiaire antérieur, a réalisé un bénéfice, le Conseil d'administration peut décider de distribuer des acomptes sur dividende avant l'approbation des comptes de l'exercice, ainsi que d'en fixer le montant et la date de répartition. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice défini au présent alinéa.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée générale ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Article 29 – Mise en paiement des dividendes

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée générale ou, à défaut, par le Conseil d'administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

L'Assemblée générale, statuant sur les comptes de l'exercice, a la faculté d'accorder à chaque actionnaire pour tout ou partie du dividende mis en distribution ou des acomptes sur dividende une option entre le paiement du dividende ou des acomptes sur dividende en numéraire ou en actions.

La demande de paiement du dividende en actions doit intervenir dans un délai fixé par l'Assemblée générale sans qu'il puisse être supérieur à trois mois à compter de ladite Assemblée générale.

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.

7. PROJET DE STATUTS DE LA SOCIÉTÉ SOUS LA FORME DE SOCIÉTÉ EUROPÉENNE

Ces statuts entreront en vigueur à compter de la réalisation définitive de la transformation de la Société en société européenne, entérinée par son immatriculation.

Article 1 – Forme

La Société, formée le 19 avril 1962 par transformation d'une Société à Responsabilité Limitée en Société Anonyme, a été transformée en société européenne (Société Européenne ou « SE ») par décision de l'Assemblée générale mixte du 10 avril 2014. Elle est régie par les dispositions communautaires et nationales en vigueur ainsi que par les présents statuts.

Article 2 – Objet

1. Toute prise d'intérêt par voie de participation directe ou indirecte, apport(s), fusion, scission ou alliance dans toute société ou groupement existant ou à constituer ayant pour activité toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, mobilières, immobilières ou financières et, notamment :

- le commerce des vins de champagne et autres, des cognacs et autres alcools et, plus généralement, des produits dépendant du secteur alimentaire ;
- le commerce de tous produits pharmaceutiques, de parfumerie et de cosmétique et, plus généralement, de produits se rattachant à l'hygiène, à l'esthétique et aux soins ;
- la fabrication, la vente et la promotion d'articles de voyage, bagages, sacs, maroquinerie, articles d'habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ;
- l'exploitation de domaines viticoles, horticoles et arboricoles ainsi que le développement de tout procédé biotechnologique s'y rapportant ;
- l'exploitation de tous domaines fonciers ;
- l'exploitation de toute marque, griffe, modèle, dessin et, plus généralement, de tout droit de propriété industrielle, littéraire ou artistique.

2. Plus généralement, entreprendre directement toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, viticoles, foncières, mobilières, immobilières, financières, de gestion ou de service dans l'un quelconque des domaines d'activité visés au paragraphe 1 ci-dessus.

Article 3 – Dénomination

La société a pour dénomination :
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

Les actes et documents émanant de la Société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société Européenne » ou des initiales « SE » et de l'énonciation du

montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la Société au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 4 – Siège social

Le siège social est à Paris – 75008, 22 avenue Montaigne.

Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée générale ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée générale extraordinaire.

Article 5 – Durée

La société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, expirera le 31 décembre 2021, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

Article 6 – Capital

1. Le capital social est fixé à la somme de 152 300 959,50 euros (cent cinquante-deux millions trois cent mille neuf cent cinquante-neuf euros et cinquante centimes) divisé en 507 669 865 (cinq cent sept millions six cent soixante-neuf mille huit cent soixante-cinq) actions de EUR 0,30 nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par les actionnaires de la société Jas Hennessy & Co. de 772 877 actions de ladite société, évaluées à FRF 407 306 179.

2 989 110. actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 1 670 164 511, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion.

1 343 150. actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à FRF 1 700 000 000.

18 037 011 actions de EUR 0,30 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par Messieurs Paolo Bulgari, Nicola Bulgari et Francesco Trapani de 166 382 348 actions de la société Bulgari, évaluées à EUR 2 038 183 763.

2. Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, l'Assemblée générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées générales Ordinaires. L'Assemblée générale extraordinaire peut déléguer au Conseil d'administration, selon

toutes modalités autorisées par la loi et les règlements, la compétence et/ou les pouvoirs nécessaires à l'effet de décider ou réaliser une augmentation du capital ou toute autre émission de valeurs mobilières.

3. Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

4. Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 – Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée générale extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévu une, doit être versée en totalité lors de la souscription.

Le versement du reste est appelé par le Conseil d'administration en une ou plusieurs fois dans un délai de cinq ans à compter de la date de réalisation de l'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des actionnaires huit jours au moins avant l'époque fixée pour chaque versement par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du lieu du siège social, ou par lettre recommandée avec avis de réception adressée aux actionnaires.

Les sommes exigibles sur le montant non libéré des actions sont, sans qu'il soit besoin d'une demande en justice, productives, jour par jour, d'un intérêt calculé au taux de 5 % l'an, à compter de la date de leur exigibilité.

Lorsque les actions en numéraire ne sont pas libérées intégralement au moment de l'émission, elles doivent revêtir la forme nominative et demeurer sous cette forme jusqu'à leur entière libération.

Article 8 – Droits et obligations attachés aux actions

Les droits et obligations attachés à l'action suivent celle-ci, dans quelque main qu'elle passe et la cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir et, le cas échéant, la quote-part des réserves et des provisions.

La propriété de l'action entraîne, *ipso facto*, l'approbation par le titulaire des présents statuts, ainsi que celle des décisions des Assemblées générales d'actionnaires.

En plus du droit de vote que la loi attache aux actions, chacune d'elles donne droit, dans la propriété de l'actif social, dans le partage des bénéfices et dans le *boni* de liquidation, à une quotité proportionnelle au nombre et à la valeur nominale des actions existantes.

Le cas échéant, et sous réserve des prescriptions légales impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales, comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la Société, avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la Société ou de sa liquidation, de telle sorte que, compte tenu de leur valeur nominale respective, toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette, quelle que soit leur origine ou leur date de création.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires font leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions nécessaire.

Article 9 – Forme et transmission des actions

Les actions entièrement libérées revêtent la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve, toutefois, de l'application des dispositions légales relatives à la forme des actions détenues par certaines personnes.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Toutefois, il pourra être créé des certificats ou tout autre document représentatifs d'actions dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription en compte nominatif.

Lorsque le propriétaire des titres n'a pas son domicile sur le territoire français, au sens de l'article 102 du Code civil, tout intermédiaire peut être inscrit pour le compte de ce propriétaire. Cette inscription peut être faite sous la forme d'un compte collectif ou en plusieurs comptes individuels correspondant chacun à un propriétaire.

L'intermédiaire inscrit est tenu, au moment de l'ouverture de son compte auprès soit de la société émettrice, soit de l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, de déclarer sa qualité d'intermédiaire détenant des titres pour le compte d'autrui.

Les actions inscrites en compte se transmettent librement par virement de compte à compte.

L'acceptation du cessionnaire n'est exigée que pour les transferts d'actions non entièrement libérées.

Les frais de transfert sont à la charge des cessionnaires.

Les actions non libérées des versements exigibles ne sont pas admises au transfert.

Article 10 – Valeurs mobilières

La Société pourra procéder à l'émission de toute valeur mobilière prévue par la loi.

Il pourra également être créé des certificats ou tout autre document représentatifs de valeurs mobilières dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

Article 11 – Conseil d'administration

1. Sous réserve des dérogations prévues par la Loi, la Société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la Société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de 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 et au minimum tous les trois mois.

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.

Le Conseil d'administration se réunit valablement dès lors que la moitié au moins de ses membres sont présents ou représentés.

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.

Le Conseil d'administration exerce les pouvoirs définis par la loi et les règlements applicables en France, ou sur délégation ou autorisation de l'Assemblée générale des actionnaires conformément auxdits loi et règlements, notamment le Conseil d'administration :

- fixe annuellement soit un montant global à l'intérieur duquel le Directeur général peut prendre des engagements au nom de la Société sous forme de caution, aval, garantie ou lettre d'intention contenant une obligation de moyens, soit un montant maximum pour chacun des engagements ci-dessus ; tout dépassement du montant global ou du montant maximum fixé pour un engagement doit faire l'objet d'une décision du Conseil d'administration. Le Directeur général a la faculté de déléguer tout ou partie des pouvoirs reçus conformément à la loi et aux règlements ;
- peut fixer un plafond annuel pour l'émission d'obligations et déléguer à un ou plusieurs de ses membres, à son Directeur général ou, en accord avec ce dernier, à un ou plusieurs Directeurs généraux délégués, les pouvoirs nécessaires pour réaliser l'émission d'obligations et en arrêter les modalités dans la limite de ce plafond. Toute utilisation de cette délégation doit faire l'objet d'une information du Conseil d'administration lors de la réunion qui suivra le lancement d'un emprunt.

Les membres du Conseil d'administration sont tenus de ne pas divulguer, même après la cessation de leurs fonctions, les informations dont ils disposent sur la Société et dont la divulgation serait susceptible de porter préjudice aux intérêts de la Société, à l'exclusion des cas dans lesquels une telle divulgation est admise par les dispositions légales ou réglementaires en vigueur ou dans l'intérêt public.

Le Conseil d'administration peut adopter un règlement intérieur qui fixe notamment sa composition, ses missions, son fonctionnement ainsi que la responsabilité de ses membres.

Le Conseil d'administration peut également créer en son sein des comités spécialisés, permanents ou non. Le Conseil d'administration peut notamment, et sans que cette liste soit exhaustive, décider la création d'un Comité spécialisé qui assure le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières, d'un Comité en charge des rémunérations et d'un Comité en charge des nominations ; un seul Comité peut être en charge à la fois des rémunérations et des nominations. Des règlements intérieurs, adoptés par le Conseil d'administration fixent leur composition et leurs attributions.

Article 15 – Pouvoirs du Président du Conseil d'administration

1. Le Président du Conseil d'administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la Société et s'assure, en particulier, que les Administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

2. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 16 – Direction générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction générale

La Direction générale de la Société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'administration et portant le titre de Directeur général, selon la décision du Conseil d'administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction générale de la Société est assumée par le Président du Conseil d'administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur général lui sont applicables.

2. Directeur général

Le Directeur général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Le Directeur général est révocable à tout moment par le Conseil d'administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur général assume les fonctions de Président du Conseil d'administration.

Le Directeur général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la Société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'administration.

Il représente la société dans les rapports avec les tiers. La société est engagée même par les actes du Directeur général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'administration limitant les pouvoirs du Directeur général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs généraux délégués

Sur proposition du Directeur général, le Conseil d'administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur général avec le titre de Directeur général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs Généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'administration, sur proposition du Directeur général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur général.

En accord avec le Directeur général, le Conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur général.

La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur général délégué est fixée à soixante-cinq ans. Si le Directeur général délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur général délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Article 17 – Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur général et les Directeurs généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 18 – Conventions soumises à autorisation

1. Les cautions, avals et garanties, donnés par la Société et l'émission des emprunts obligataires doivent être autorisés par le Conseil d'administration ainsi qu'il est mentionné ci-dessus.

2. Toute convention intervenant entre la Société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur général ou l'un de ses Directeurs généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la Société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur général ou l'un des Directeurs généraux délégués de la Société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur général ou membre du Directoire

ou du Conseil de surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise.

Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la Société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales.

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.

Un ou plusieurs actionnaires disposant ensemble d'actions représentant 10 % au moins du capital souscrit peuvent également demander au Conseil d'administration de convoquer l'Assemblée générale en précisant les points à faire figurer à l'ordre du jour.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, dix jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la Société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris,

soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées générales par un autre actionnaire, son conjoint, le partenaire avec lequel il a conclu un pacte civil de solidarité ou par toute autre personne physique ou morale de son choix. Le mandat ainsi que, le cas échéant sa révocation, sont écrits et communiqués à la Société.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la Société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du Code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées générales pourront également, sur décision du Conseil d'administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L.228-1 du Code de commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la Société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas révélé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la Société, deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, 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 valablement exprimées. Les voix exprimées ne comprennent pas celles attachées aux actions pour lesquelles l'actionnaire n'a pas pris part au vote, ou s'est abstenu ou a voté blanc ou nul.

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 valablement exprimées. Les voix exprimées ne comprennent pas celles attachées aux actions pour lesquelles l'actionnaire n'a pas pris part au vote, ou s'est abstenu ou a voté blanc ou nul.

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 valablement exprimées. Les voix exprimées ne comprennent pas celles attachées aux actions pour lesquelles l'actionnaire n'a pas pris part au vote, ou s'est abstenu ou a voté blanc ou nul.

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.

L'Assemblée générale, statuant sur les comptes de l'exercice, a la faculté d'accorder à chaque actionnaire pour tout ou partie du dividende mis en distribution ou des acomptes sur dividende une option entre le paiement du dividende ou des acomptes sur dividende en numéraire ou en actions.

La demande de paiement du dividende en actions doit intervenir

dans un délai fixé par l'Assemblée générale sans qu'il puisse être supérieur à trois mois à compter de ladite Assemblée générale.

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

1.	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ	260
1.1.	Rôle de la Société dans le Groupe	260
1.2.	Informations générales	260
1.3.	Informations complémentaires	260
2.	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL	261
2.1.	Capital social	261
2.2.	Capital autorisé	261
2.3.	État des délégations et autorisations données au Conseil d'administration	261
2.4.	Identification des porteurs de titres	261
2.5.	Titres non représentatifs du capital	261
2.6.	Titres donnant accès au capital	261
2.7.	Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices	262
3.	RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE	262
3.1.	Actionnariat de la Société	262
3.2.	Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices	263
3.3.	Nantissements d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires	264
3.4.	Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société	264
4.	MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH	264
4.1.	Marché de l'action LVMH	264
4.2.	Programme de rachat d'actions	265
4.3.	Marché des obligations LVMH	265
4.4.	Dividende	266
4.5.	Évolution du capital social	266
4.6.	Performance par action	266

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 2013, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 128,4 millions d'euros au titre de l'assistance de gestion.

LVMH assure également la gestion de la dette financière à long terme du Groupe et du risque de taux associé, ainsi que des opérations de change pour son propre compte.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

1.2. Informations générales

Le texte complet des statuts en vigueur figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

Dénomination sociale (article 3 des statuts) : LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton.

Siège social (article 4 des statuts) : 22, avenue Montaigne, 75008 Paris. Téléphone : 33 (1) 44 13 22 22.

Forme juridique (article 1 des statuts) : société anonyme.

Législation de la Société (article 1 des statuts) : Société régie par le droit français.

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 en vigueur figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

Objet social (article 2 des statuts) : toute prise d'intérêt dans toute société ou groupement ayant notamment pour activité le commerce des vins de champagne, des cognacs et autres alcools, de tous produits de parfumerie et de cosmétique ; la fabrication et la vente d'articles de maroquinerie, habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ; l'exploitation de domaines viticoles ; l'exploitation de tout droit de propriété intellectuelle.

Exercice social (article 26 des statuts) : du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Répartition statutaire des bénéfices (article 28 des statuts) : il est d'abord prélevé sur le bénéfice distribuable la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à 5 % du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent. Sur le surplus, l'Assemblée générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou de les reporter à nouveau. Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

L'Assemblée générale peut également décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle

a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle.

Assemblées générales (article 23 des statuts) : les Assemblées générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur.

Droits, privilèges et restrictions attachés aux actions (articles 6, 8, 23 et 28 des statuts) : les actions sont toutes de même catégorie, nominative ou au porteur.

Chaque action donne droit à une quotité proportionnelle dans la propriété de l'actif social, et dans le partage des bénéfices et du *boni* de liquidation. Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit, les actionnaires font leur affaire personnelle du regroupement du nombre d'actions nécessaire.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis trois ans au moins au nom du même actionnaire ainsi qu'aux actions nominatives attribuées à un actionnaire en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit. Ce droit peut être supprimé par décision de l'Assemblée générale extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

Franchissements de seuil (article 24 des statuts) : indépendamment des obligations légales, les statuts disposent que toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à 1 % doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins 1 %. Elle cesse lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant la modification des droits des actionnaires à des conditions plus strictes que la loi.

Dispositions régissant les modifications du capital social : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant les modifications du capital à des conditions plus strictes que la loi.

2. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL

2.1. Capital social

Au 31 décembre 2013, le capital social de la Société s'élevait à 152 338 098,30 euros divisé en 507 793 661 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées.

Le Conseil d'administration, dans sa séance du 30 janvier 2014, a constaté l'augmentation du capital social résultant au 31 décembre 2013 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 30 janvier 2014, le capital social s'élevait à 152 300 959,50 euros divisé en 507 669 865 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées. Parmi ces 507 669 865 actions, 225 004 809 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.2. Capital autorisé

Au 31 décembre 2013, le capital autorisé de la Société s'élevait à 202 179 869,10 euros divisé en 673 932 897 actions de 0,30 euro de valeur nominale.

Le capital autorisé correspond au montant maximum que pourrait atteindre le capital social en cas d'utilisation par le Conseil d'administration de la totalité des autorisations et délégations de compétence votées par l'Assemblée générale lui permettant d'en augmenter le montant.

2.3. État des délégations et autorisations données au Conseil d'administration

Cet état figure au point 4.1 « État des délégations et autorisations en cours » du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration* –

La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence.

2.4. Identification des porteurs de titres

L'article 25 des statuts autorise la Société à mettre en œuvre une procédure d'identification des détenteurs de titres.

2.5. Titres non représentatifs du capital

La Société n'a pas émis d'actions non-représentatives du capital social.

2.6. Titres donnant accès au capital

Aucun titre donnant accès au capital, autre que les options de souscription décrites au paragraphe 3.4.2 du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration* – La société LVMH Moët

Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence, n'était en vie au 31 décembre 2013.

2.7. Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)

(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 2010					147 192	490 642 232
Exercice 2011	Émission d'actions ^(a)	1 250 076	375	82 908	147 567	491 892 308
"	Émission d'actions ^(b)	18 037 011	5 411	2 032 773	152 978	509 929 319
"	Annulation d'actions	2 259 454	(678)	(105 816)	152 300	507 669 865
"	Émission d'actions ^(a)	145 759	44	10 623	152 344	507 815 624
Exercice 2012	Émission d'actions ^(a)	851 491	255	61 372	152 384	508 667 115
"	Annulation d'actions	997 250	(299)	(46 704)	152 300	507 669 865
"	Émission d'actions ^(a)	493 484	148	32 315	152 449	508 163 349
Exercice 2013	Émission d'actions ^(a)	901 622	270	58 545	152 719	509 064 971
"	Annulation d'actions	1 395 106	(418)	(65 336)	152 300	507 669 865
"	Émission d'actions ^(a)	123 796	37	7 328	152 338	507 793 661
Au 31 décembre 2013					152 338	507 793 661

(a) Dans le cadre de levées d'options de souscription d'actions.

(b) Dans le cadre de l'apport de titres Bulgari SpA.

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1. Actionnariat de la Société

Au 31 décembre 2013, le capital social était constitué de 507 793 661 actions :

- 229 472 446 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 12 249 708 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 266 071 507 actions étaient au porteur.

Compte tenu des titres auto-détenus, 500 401 742 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 224 907 923 actions d'un droit de vote double.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ^(a)	% du capital	% des droits de vote
Groupe familial Arnault	235 891 303	453 993 736	46,45 %	62,59 %
Autres actionnaires	271 902 358	271 315 929	53,55 %	37,41 %
Total au 31 décembre 2013	507 793 661	725 309 665	100,00 %	100,00 %

(a) Droits de vote exerçables en Assemblée.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée en décembre 2013 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 100 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 150 actions, la Société compte environ 30 000 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 66 % et 34 % du capital (voir Rapport annuel 2013 « Structure du capital »).

Sous réserve de ce qui est indiqué au paragraphe 3.4. ci-dessous, à la connaissance de la Société :

- aucun actionnaire ne détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2013 ;
- il n'existe aucun actionnaire détenant directement, indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote ;
- il n'existe aucun pacte d'actionnaires portant sur au moins 0,5 % du capital ou des droits de vote ni aucune action de concert.

Au 31 décembre 2013, les dirigeants et membres du Conseil d'administration détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,1 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 31 décembre 2013, la Société détenait 7 391 919 de ses propres actions. 1 597 696 actions étaient comptabilisées en valeurs mobilières de placement, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'attribution d'actions gratuites. 5 794 223 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 2013, 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 0,1 % du capital social.

Au cours de l'exercice 2013, les sociétés, BNP Paribas SA et Oppenheimer Funds, ainsi que les groupes MFS et UBS ont informé la Société de différents franchissements à la hausse et/ou à la baisse de seuils statutaires compris entre 1 % et 2 % du capital. Aux termes des dernières notifications reçues en 2013, le groupe MFS détenait 2,16 % du capital et 1,50 % des

droits de vote théoriques. BNP Paribas SA détenait 1,41 % du capital et moins de 1 % des droits de vote théoriques, Oppenheimer Funds détenait 1,01 % du capital et moins de 1 % des droits de vote théoriques et le groupe UBS détenait moins de 1 % du capital et des droits de vote théoriques.

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 2013 et au 18 février 2014.

Les principaux actionnaires de la Société disposent de droits de vote identiques à ceux des autres actionnaires.

Afin d'assurer le respect des droits de chacun des actionnaires, la Charte du Conseil d'administration prévoit la nomination d'au moins un tiers d'Administrateurs indépendants. En outre, le Comité d'audit de la performance doit compter au moins deux tiers de membres indépendants et le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations une majorité de membres indépendants.

3.2. Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Au 31 décembre 2013

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Droits de vote théoriques	% droits de vote théoriques	Droits de vote exerçables en AG	% droits de vote exerçables en AG
Groupe familial Arnault dont :	235 891 303	46,45 %	458 993 736	62,64 %	453 993 736	62,59 %
Financière Jean Goujon	207 821 325	40,93 %	415 642 650	56,73 %	415 642 650	57,31 %
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées	28 069 978	5,53 %	43 351 086	5,91 %	38 351 086	5,28 %
Auto-détention	7 391 919	1,46 %	7 391 919	1,01 %	-	-
Public au nominatif	10 018 942	1,97 %	11 824 432	1,62 %	11 824 432	1,63 %
Public au porteur	254 491 497	50,12 %	254 491 497	34,73 %	259 491 497	35,78 %
Total	507 793 661	100,00 %	732 701 584	100,00 %	725 309 665	100,00 %

Au 31 décembre 2012

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Droits de vote théoriques	% droits de vote théoriques	Droits de vote exerçables en AG	% droits de vote exerçables en AG
Groupe familial Arnault dont :	235 886 503	46,42 %	458 988 436	62,63 %	453 988 436	62,65 %
Financière Jean Goujon	207 821 325	40,90 %	415 642 650	56,71 %	415 642 650	57,35 %
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées	28 065 178	5,52 %	43 345 786	5,92 %	38 345 786	5,30 %
Auto-détention	8 167 519	1,61 %	8 167 519	1,11 %	-	-
Public au nominatif	15 397 368	3,03 %	16 994 784	2,32 %	16 994 784	2,34 %
Public au porteur	248 711 959	48,94 %	248 711 959	33,94 %	253 711 959	35,01 %
Total	508 163 349	100,00 %	732 862 698	100,00 %	724 695 179	100,00 %

Au 31 décembre 2011

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Droits de vote théoriques	% droits de vote théoriques	Droits de vote exerçables en AG	% droits de vote exerçables en AG
Groupe familial Arnault	236 018 646	46,48 %	459 109 333	62,69 %	450 909 333	62,38 %
dont :						
Financière Jean Goujon	207 821 325	40,92 %	415 642 650	56,75 %	415 642 650	57,50 %
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées	28 197 321	5,56 %	43 466 683	5,94 %	35 266 683	4,88 %
Auto-détention	9 536 678	1,88 %	9 536 678	1,30 %	-	-
Public au nominatif	20 394 824	4,02 %	21 879 208	2,99 %	21 879 208	3,03 %
Public au porteur	241 865 476	47,62 %	241 865 476	33,02 %	250 065 476	34,59 %
Total	507 815 624	100,00 %	732 390 695	100,00 %	722 854 017	100,00 %

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 2013, les personnes composant le groupe familial Arnault, de concert avec la société Groupe Arnault SAS, détenaient, directement et indirectement, 46,45 % du capital de la Société et 62,59 % des droits de vote exerçables en Assemblée.

Au 31 décembre 2013, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société, représentant 40,93 % du capital et 57,31 % des droits de vote exerçables en Assemblée.

Financière Jean Goujon a pour principale activité la détention de titres LVMH.

Financière Jean Goujon est détenue à 100 % par Christian Dior SA, elle-même contrôlée, directement et indirectement, à hauteur de 70,63 % de son capital par le groupe familial Arnault. Christian Dior SA, cotée sur l'Euronext Paris de Nyse Euronext, est la mère de Christian Dior Couture SA.

4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH**4.1. Marché de l'action LVMH**

Les actions de la Société sont cotées sur NYSE 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-Euro Stoxx 50, MSCI Europe, FTSE Eurotop 100.

À fin décembre, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 67,3 milliards d'euros, ce qui place LVMH au 5^e rang du CAC 40.

197 188 067 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2013 pour un montant total de 27 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 773 287 titres.

Depuis le 23 septembre 2005, LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA a confié à un établissement financier la mise en œuvre d'un contrat de liquidité conforme à la Charte de déontologie de l'AFEI approuvée par l'Autorité des marchés financiers par décision du 22 mars 2005, et publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires du 1^{er} avril 2005.

Nombre de titres et capitaux échangés sur Euronext Paris et évolution des cours depuis douze mois

	Cours d'ouverture premier jour <i>(en euros)</i>	Cours de clôture dernier jour <i>(en euros)</i>	Cours ^(a) le plus haut <i>(en euros)</i>	Cours ^(a) le plus bas <i>(en euros)</i>	Nombre de titres échangés	Capitaux échangés <i>(en milliards d'euros)</i>
2013 Janvier	140,80	138,85	143,40	135,55	13 247 922	1,8
Février	136,85	131,90	140,85	129,05	16 508 164	2,2
Mars	132,05	133,90	136,95	129,10	17 921 902	2,4
Avril	133,35	131,50	137,80	120,35	19 223 396	2,5
Mai	132,55	136,65	143,35	130,95	15 005 460	2,1
Juin	136,10	124,50	137,80	117,80	18 032 617	2,3
Juillet	125,95	136,65	137,80	123,50	18 095 707	2,4
Août	137,95	132,55	142,00	132,35	13 656 762	1,9
Septembre	134,20	145,60	150,05	132,25	16 077 734	2,3
Octobre	146,00	141,80	148,30	135,00	17 314 543	2,4
Novembre	142,60	138,75	142,75	137,45	12 917 160	1,8
Décembre	138,55	132,60	139,00	126,05	19 186 700	2,5

Source : Euronext.

(a) Cours en séance.

4.2. Programme de rachat d'actions

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par les Assemblées générales Mixtes du 5 avril 2012 et 18 avril 2013, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2013, les achats en bourse de titres LVMH par LVMH SA

ont représenté 2 848 311 de ses propres actions, soit 0,6 % de son capital. Les cessions d'actions, les levées d'options, les attributions d'actions gratuites et les annulations de titres ont porté sur l'équivalent de 3 623 911 actions LVMH.

4.3. Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton non échues au 31 décembre 2013, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse.

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours <i>(en devise)</i>	Émission	Maturité	Coupon
EUR	600 000 000	2013	2020	1.75 %
EUR	500 000 000	2013	2016	variable
EUR	500 000 000	2013	2019	1.25 %
EUR	500 000 000	2011	2018	4 %
EUR	500 000 000	2011	2015	3,375 %
EUR	250 000 000	2009	2015	4,5 %
EUR	1 000 000 000	2009	2014	4,375 %

Obligations cotées à Zurich

Devise	Encours <i>(en devise)</i>	Émission	Maturité	Coupon
CHF	200 000 000	2008	2015	4,0 %

4.4. Dividende

Il est proposé de distribuer un dividende de 3,10 euros par action au titre de l'exercice 2013, en progression de 0,20 euro par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2012.

Sur la base d'un nombre d'actions de 507 793 661 composant le capital au 31 décembre 2013, la distribution totale de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton s'élèvera ainsi à 1 574 millions d'euros au titre de l'exercice 2013, avant effet de l'auto-détention.

La Société a une politique constante de distribution de dividende, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'État.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2009 à 2013

Exercice	Dividende brut par action <i>(en euros)</i>	Dividendes mis en distribution <i>(en millions d'euros)</i>
2013 ^(a)	3,10	1 574
2012	2,90	1 474
2011	2,60	1 320
2010	2,10	1 030
2009	1,65	809

(a) Proposition soumise à l'Assemblée générale du 10 avril 2014.

4.5. Évolution du capital social

1 025 418 actions ont été émises au cours de l'exercice du fait de levées d'options de souscription d'actions. 1 395 106 actions ont été annulées, ce qui porte le capital social à 507 793 661 actions au 31 décembre 2013.

4.6. Performance par action

<i>(en euros)</i>	2013	2012	2011
Résultat net, part du Groupe après dilution	6,83	6,82	6,23
Dividende brut	3,10	2,90	2,60
Progression/année précédente	6,9 %	11,5 %	23,8 %
Cours le plus haut (en séance)	150,05	140,40	132,65
Cours le plus bas (en séance)	117,80	108,00	94,16
Cours au 31 décembre	132,6	138,80	109,40
Variation/année précédente	(4,5 %)	26,9 %	(11,1 %)

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 AVRIL 2014

1.	RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	268
2.	RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	270
	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL	272
3.	RAPPORT DES COMMISSAIRES À LA TRANSFORMATION	273

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 2013, 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 2013, 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 2013 de la façon suivante :

<i>(en euros)</i>	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31/12/2013	1 854 832 105,63
Part disponible de la réserve légale ^(a)	11 090,64
Report à nouveau	5 154 070 701,12
Montant du résultat distribuable	7 008 913 897,39
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5%, soit 0,015 euro par action	7 616 904,92
Dividende complémentaire de 3,085 euros par action	1 566 543 444,18
Report à nouveau	5 434 753 548,29
	7 008 913 897,39

(a) Part de la réserve légale supérieure à 10 % du capital social au 31 décembre 2013.

Pour mémoire, au 31 décembre 2013, la Société détient 7 391 919 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 450,8 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 3,10 euros par action. Un acompte sur dividende de 1,20 euro par action ayant été distribué le 3 décembre 2013, le solde est de 1,90 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 17 avril 2014.

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 <i>(en euros)</i>	Nature	Date de mise en paiement	Dividende brut	Abattement fiscal ^(a)
2012	Acompte	4 décembre 2012	1,10	0,44
	Solde	25 avril 2013	1,80	0,72
	Total		2,90	1,16
2011	Acompte	2 décembre 2011	0,80	0,32
	Solde	25 avril 2012	1,80	0,72
	Total		2,60	1,04
2010	Acompte	2 décembre 2010	0,70	0,28
	Solde	25 mai 2011	1,40	0,56
	Total		2,10	0,84

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

Cinquième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M^{me} Delphine Arnault**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de M^{me} Delphine Arnault 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 2017.

Sixième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Nicolas Bazire**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de M. Nicolas Bazire 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 2017.

Septième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Antonio Belloni**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de M. Antonio Belloni 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 2017.

Huitième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Diego Della Valle**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de M. Diego Della Valle 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 2017.

Neuvième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Pierre Godé**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de M. Pierre Godé 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 2017.

Dixième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M^{me} Marie-Josée Kravis**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de M^{me} Marie-Josée Kravis 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 2017.

Onzième résolution**Renouvellement du mandat de Censeur de M. Paolo Bulgari**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat de Censeur de M. Paolo Bulgari 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 2017.

Douzième résolution**Renouvellement du mandat de Censeur de M. Patrick Houël**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat de Censeur de M. Patrick Houël 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 2017.

Treizième résolution**Renouvellement du mandat de Censeur de M. Felix G. Rohatyn**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat de Censeur de M. Felix G. Rohatyn 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 2017.

Quatorzième résolution**Nomination de M^{me} Marie-Laure Sauty de Chalon en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer M^{me} Marie-Laure Sauty de Chalon 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 2017.

Quinzième résolution**Avis sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au Président-directeur général Monsieur Bernard Arnault**

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance du Rapport de gestion du Conseil d'administration, émet un avis favorable sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2013 au Président-directeur général Monsieur Bernard Arnault.

Seizième résolution**Avis sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au Directeur général délégué Monsieur Antonio Belloni**

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance du Rapport de gestion du Conseil d'administration, émet un avis favorable sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2013 au Directeur général délégué Monsieur Antonio Belloni.

Dix-septième 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 dix-huitième 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 250 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 2013, à 50 766 986 actions. Le montant total maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 12,7 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 18 avril 2013, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Dix-huitième 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 18 avril 2013.

Dix-neuvième résolution**Approbation de la transformation de la forme sociale de la Société par adoption de la forme de société européenne et des termes du projet de transformation**

L'Assemblée générale, connaissance prise :

- du projet de transformation de la Société en société européenne établi par le Conseil d'administration en date du 30 janvier 2014 et déposé au Greffe du Tribunal de commerce de Paris le 27 février 2014, expliquant et justifiant les aspects juridiques et économiques de la transformation de la Société et indiquant les conséquences pour les actionnaires et pour les salariés de l'adoption de la forme de société européenne,
- du rapport du Conseil d'administration,
- du rapport de Madame Isabelle de Kerviler et de Monsieur Olivier Péronnet, Commissaires à la transformation, nommés par ordonnance de Monsieur le Président du Tribunal de commerce de Paris en date du 19 février 2014 ;
- après avoir constaté que la Société remplit les conditions requises par les dispositions du Règlement CE n° 2157/2001 du Conseil du 8 octobre 2001 relatif au statut de la société européenne, et notamment celles visées aux articles 2 § 4 et 37 dudit Règlement, ainsi qu'à l'article L. 225-245-1 du Code de commerce, relatives à la transformation d'une Société anonyme en société européenne ;
- après avoir pris acte que :
 - la transformation de la Société en société européenne n'entraînera ni la dissolution de la Société, ni la création d'une personne morale nouvelle,
 - la dénomination sociale de la Société après transformation sera suivie des mots « société européenne » ou du sigle « SE »,
 - la durée de la Société, son objet et son siège social ne seront pas modifiés,
 - le capital de la Société restera fixé à la même somme et au même nombre d'actions d'une valeur nominale de 0,30 euro chacune,
 - la durée de l'exercice social ne sera pas modifiée du fait de l'adoption de la forme de société européenne et les comptes seront établis, présentés et contrôlés dans les conditions fixées par les statuts de la Société sous sa nouvelle forme et les dispositions du Code de commerce relatives aux sociétés européennes,
 - l'ensemble des autorisations et des délégations de compétence et de pouvoirs conférées au Conseil d'administration de la Société sous sa forme actuelle de société anonyme par toutes Assemblées générales de la Société et en vigueur au jour de l'immatriculation de la Société sous la forme de société européenne, bénéficieront automatiquement au

Conseil d'administration de la Société sous sa nouvelle forme de société européenne,

- le mandat de chacun des Administrateurs, Censeurs et Commissaires aux comptes de la Société se poursuivra dans les mêmes conditions et pour la même durée restant à courir que préalablement à l'immatriculation de la Société sous la forme de société européenne,
- et après avoir pris note que, conformément à l'article 12 §2 du Règlement susvisé, l'immatriculation de la Société sous la forme de société européenne ne pourra intervenir que lorsque la procédure relative à l'implication des salariés, telle que prévue aux articles L. 2351-1 et suivants du Code du travail, aura été menée à bien, ces négociations pouvant aboutir soit (i) à un accord déterminant les modalités de l'implication des salariés dans la société européenne, soit (ii) à la décision, prise à une majorité renforcée, de ne pas entamer ou de clore les négociations et de se fonder sur la réglementation applicable à l'information et à la consultation dans les États membres où la Société emploie des salariés, soit encore (iii) à un désaccord, auquel cas les dispositions subsidiaires relatives au comité de la société européenne, prévues par les articles L. 2353-1 et suivants du Code du travail s'appliqueront.

Décide, sous condition suspensive de la délibération des Assemblées générales d'obligataires dans les conditions prévues aux articles L. 228-65 et suivants du Code de commerce, d'approuver la transformation de la forme sociale de la Société en société européenne à Conseil d'administration et d'approuver les termes du projet de transformation arrêté par le Conseil d'administration, et prend acte que cette transformation de la Société en société européenne prendra effet à compter de l'immatriculation de la Société sous forme de société européenne au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris qui interviendra à l'issue des négociations relatives à l'implication des salariés.

Vingtième résolution**Approbation des statuts de la Société sous sa nouvelle forme de société européenne**

L'Assemblée générale, connaissance prise du projet de transformation de la Société en société européenne et du rapport du Conseil d'administration, ainsi que du projet de statuts et sous réserve de l'approbation de la résolution précédente, adopte, article par article, puis dans son ensemble, le texte des statuts de la Société sous sa nouvelle forme de société européenne. Ces statuts, dont un exemplaire est annexé au procès-verbal de la présente Assemblée, deviendront effectifs à compter de la réalisation définitive de la transformation de la Société en société européenne, entérinée par son immatriculation.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL

(Dix-huitième 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 période de dix-huit mois à compter du jour de la présente Assemblée, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10% de son capital, par période de vingt-quatre mois, les actions achetées au titre de la mise en œuvre d'une autorisation d'achat par votre Société de ses propres actions dans le cadre des dispositions de l'article précité.

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 conduisent à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, qui n'est pas de nature à porter atteinte à l'égalité des actionnaires, sont régulières.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 18 février 2014

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet

Gilles Cohen

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES À LA TRANSFORMATION SUR LA TRANSFORMATION DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON EN SOCIÉTÉ EUROPÉENNE

À l'attention des actionnaires,

En exécution de la mission de commissaires à la transformation qui nous a été confiée par Ordonnance de Monsieur le Président du Tribunal de Commerce de Paris en date du 19 février 2014 concernant la transformation de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA en société européenne ou *Societas Europaea*, nous avons établi le présent rapport prévu par les dispositions de l'article 37 du Règlement CE n° 2157/2001 du Conseil en date du 8 octobre 2001 relatif au statut de la société européenne et de l'article L. 225-245-1 du Code de commerce.

Cette opération a été arrêtée par votre Conseil d'administration réuni le 30 janvier 2014 sous les conditions suspensives de son approbation par votre Assemblée et de son approbation par les assemblées des obligataires. En outre, l'immatriculation de votre Société sous sa nouvelle forme de société européenne ne pourra intervenir que lorsque la procédure de négociations sur l'implication des salariés aura été achevée.

Nous avons établi le présent rapport en vue de nous prononcer sur le montant de l'actif net de votre Société par rapport au capital social augmenté des réserves que la loi ou les statuts ne permettent pas de distribuer.

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 que le montant de l'actif net est au moins équivalent au montant du capital social augmenté des réserves que la loi ou les statuts ne permettent pas de distribuer. Cette vérification a notamment consisté à apprécier l'incidence éventuelle sur la valeur comptable des éléments entrant dans la détermination du montant de l'actif net, des événements survenus entre la date des derniers comptes annuels et la date de notre rapport.

Sur la base de nos travaux, à la date de notre rapport, nous attestons que le montant de l'actif net est au moins équivalent au montant du capital social augmenté des réserves que la loi ou les statuts ne permettent pas de distribuer.

À Paris, le 26 février 2014

Les commissaires à la transformation

Isabelle de Kerviler

Olivier Péronnet

Commissaires aux comptes

Membres de la Compagnie régionale de Paris

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

1.	DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	276
2.	INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	277
3.	DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	277

1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent Document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous attestons, à notre connaissance, que les Comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le Rapport de gestion figurant en page 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 données dans le présent document ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Les Commissaires aux comptes ont attiré notre attention, dans leur rapport sur les comptes consolidés de l'exercice 2013, sur les effets de l'application au 1^{er} janvier 2013 des amendements de la norme IAS 19 relative aux engagements en matière d'avantages au personnel ainsi que, dans leur rapport sur les comptes annuels de l'exercice 2011 de la Société, sur le changement de présentation du compte de résultat décrit dans la Note 2.1 de l'annexe.

Paris, le 19 mars 2014

Par délégation du Président-directeur général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur financier, Membre du Comité exécutif

2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission Européenne, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent Document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2012 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 116 à 180 et 181 du Document de référence 2012 déposé à l'AMF le 27 mars 2013 sous le numéro D. 13-0224 ;
- les comptes consolidés de l'exercice 2011 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 114 à 176 et 177 du Document de référence 2011 déposé à l'AMF le 14 mars 2012 sous le numéro D. 12-0159 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2012 et 2011, présentée aux pages 24 à 47 du Document de référence 2012 déposé à l'AMF le 27 mars 2013 sous le numéro D. 13-0224 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2011 et 2010, présentée aux pages 26 à 49 du Document de référence 2011 déposé à l'AMF le 14 mars 2012 sous le numéro D. 12-0159 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2012 établis en application des normes comptables Françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 184 à 206 et 207 à 208 du Document de référence 2012 déposé à l'AMF le 27 mars 2013 sous le numéro D. 13-0224 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2011 établis en application des normes comptables Françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 180 à 204 et 205 à 206 du Document de référence 2011 déposé à l'AMF le 14 mars 2012 sous le numéro D. 12-0159 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2012, figurant en pages 209 à 210 du Document de référence 2012 déposé à l'AMF le 27 mars 2013 sous le numéro D. 13-0224 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2011, figurant en pages 207 à 208 du Document de référence 2011 déposé à l'AMF le 14 mars 2012 sous le numéro D. 12-0159.

Les parties non incluses des documents de référence 2012 et 2011 sont, soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par le présent Document de référence.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton sont inclus dans ce Document de référence. Les autres documents juridiques relatifs à la Société peuvent être consultés à son siège social dans les conditions prévues par la loi.

Le Document de référence de LVMH déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers, ainsi que les communiqués de la Société relatifs aux ventes et aux résultats, les rapports annuels et semestriels, les comptes sociaux et consolidés et l'information relative aux transactions sur actions propres et au nombre total de droits de vote et d'actions peuvent être consultés sur le site Internet de la Société à l'adresse suivante : www.lvmh.fr.

TABLES DE CONCORDANCE

1.	TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004	280
2.	TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL	282

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004

Rubriques	Pages	Rubriques	Pages
1. Personnes responsables	276	14. Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale	
2. Contrôleurs légaux des comptes	234	14.1. Organes d'administration et de direction	5
3. Informations financières sélectionnées		14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	104; 237
3.1. Informations historiques	2-3; 214	15. Rémunérations et avantages	63-65; 183
3.2. Informations intermédiaires	N/A	16. Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
4. Facteurs de risque	37-42; 162-168	16.1. Date d'expiration des mandats actuels	220-234
5. Informations concernant la Société		16.2. Contrats de service liant les membres des organes d'administration	63-65; 107-108
5.1. Histoire et évolution de la Société	1; 10-22; 260-261	16.3. Informations sur le Comité d'audit et le Comité des rémunérations	106; 238-240
5.2. Investissements	44; 168-171; 180-181	16.4. Gouvernement d'entreprise	104-108; 236-240
6. Aperçu des activités	10-22	17. Salariés	
7. Organigramme		17.1. Nombre de salariés	70-71
7.1. Description sommaire	6-7	17.2. Participations et stock options	52-58
7.2. Liste des filiales importantes	184-189	17.3. Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	59-60
8. Propriétés immobilières, usines et équipements	45-46	18. Principaux actionnaires	
9. Examen de la situation financière et du résultat	24-37	18.1. Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	262
10. Trésorerie et capitaux		18.2. Existence de droits de vote différents	246; 260-264
10.1. Capitaux de l'émetteur	43	18.3. Contrôle de l'émetteur	264
10.2. Source et montant des flux de trésorerie	35-37	18.4. Accord connu de l'émetteur dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure entraîner un changement de son contrôle	262
10.3. Conditions d'emprunt et structure financière	36; 43; 50; 151-152; 157-160; 208-209; 265	19. Opérations avec des apparentés	181-183; 211; 217-218
10.4. Restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	N/A	20. Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur	
10.5. Sources de financement attendues	36; 43; 152; 160	20.1. Informations financières historiques	120-183; 277
11. Recherche et Développement, brevets et licences	18-19; 44	20.2. Informations financières pro forma	N/A
12. Information sur les tendances	48	20.3. Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	192-214; 277
13. Prévisions ou estimations du bénéfice	N/A	20.4. Vérification des informations historiques annuelles	190; 215-216; 277

N/A : non applicable

Rubriques	Pages	Rubriques	Pages
20.5. Date des dernières informations financières	31 décembre 2013	22. Contrats importants	N/A
20.6. Informations financières intermédiaires et autres	N/A	23. Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	N/A
20.7. Politique de distribution des dividendes	255-256; 266	24. Documents accessibles au public	260; 277
20.8. Procédures judiciaires et d'arbitrage	47	25. Informations sur les participations	144-146
20.9. Changement significatif de la situation commerciale ou financière	N/A		
21. Informations complémentaires			
21.1. Capital social			
21.1.1. Capital souscrit et informations pour chaque catégorie d'actions	150; 261-262		
21.1.2. Actions non représentatives du capital	261		
21.1.3. Actions détenues par l'émetteur ou ses filiales	151; 203-204		
21.1.4. Valeurs mobilières convertibles, échangeable ou assorties de bons de souscription	261		
21.1.5. Droits d'acquisition, capital souscrit mais non libéré, engagements d'augmentation de capital	N/A		
21.1.6. Options sur le capital et accords prévoyant de placer le capital sous option	52-58; 153-156; 204		
21.1.7. Historique du capital social	150; 262		
21.2. Acte constitutif et statuts			
21.2.1. Objet social	239; 260		
21.2.2. Dispositions concernant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	242-245		
21.2.3. Droits, privilèges et restrictions sur les actions existantes	240; 260		
21.2.4. Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires	261		
21.2.5. Conditions régissant les assemblées générales	253-255; 260		
21.2.6. Disposition pouvant retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle	N/A		
21.2.7. Disposition fixant le seuil au-dessus duquel toute participation doit être divulguée	246; 261		
21.2.8. Conditions régissant les modifications du capital	261		

N/A : non applicable

2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL ^(a)

Informations	Pages
1. Comptes annuels	192-214
2. Comptes consolidés	120-189
3. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes annuels	215-216
4. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	190
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	24-48 ; 50-51
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	61-62
5.5. Déclaration des personnes assumant la responsabilité du Rapport de gestion	276
6. Honoraires des Commissaires aux comptes	234
7. Rapport du Président du Conseil d'administration	104-116
8. Rapport des Commissaires aux comptes sur le Rapport du Président du Conseil d'administration	117

(a) Conformément aux articles L. 451-1-2 du Code monétaire et financier et 222-3 du Règlement général de l'AMF.

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 19 mars 2014, conformément à l'article 212-13 de son règlement général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'AMF. Ce document a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

L V M H

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

Pour toute demande d'information :
LVMH, 22 avenue Montaigne - 75008 Paris
Téléphone 01 44 13 22 22 - Télécopie 01 44 13 21 19
www.lvmh.fr et www.lvmh.com