

LVMH

Communiqué de presse

LVMH fait confiance à la justice américaine pour juger en toute sérénité le litige qui l'oppose à Tiffany

Paris, le 17 septembre 2020

LVMH a déposé hier soir devant la Cour du Delaware ses conclusions visant à ce que le Tribunal rejette la demande de Tiffany de statuer dans un délai si court qu'il serait incompatible avec une administration de la justice dans la sérénité.

Aucune raison objective ne s'oppose à ce que le procès à venir ne se déroule dans un délai normal.

En demandant à la justice de statuer en urgence – et en communiquant de façon aussi fébrile que précipitée –, les dirigeants de Tiffany n'ont pour objectif que d'éviter d'avoir à répondre, notamment devant leurs actionnaires, de leur mauvaise gestion et de voir leurs arguments contre LVMH tomber les uns après les autres.

En effet, ils savent pertinemment, d'une part, que les autorisations des autorités de la concurrence seront obtenues bien avant le 24 novembre, de sorte que leurs reproches sur ce thème sont sans fondement et, d'autre part, que les prochains résultats de Tiffany ne feront que confirmer l'occurrence d'un *material adverse effect* et la médiocrité de leur management pendant la crise, lequel a principalement consisté à creuser les pertes et accroître les dettes au détriment de l'intérêt de la société.

A cet égard, les affirmations du management en place de Tiffany selon lesquelles « *les profits à venir sur le 4^{ème} trimestre 2020 seront supérieurs à ceux de l'année précédente* » sont purement fantaisistes, voire inquiétantes. Le seul moyen d'approcher cet objectif serait, en effet, de ralentir très fortement tous les investissements en cours, notamment en matière de marketing et de communication, ce qui est évidemment préjudiciable à l'avenir de la marque et totalement contraire à la marche normale des affaires.

Il n'y a aucune raison pour qu'un jugement sur ce contentieux soit rendu dans l'urgence. Eu égard aux enjeux tant juridiques que financiers – dans un contexte de pandémie qui pèse nécessairement sur la capacité d'un groupe européen à organiser sa défense aux Etats-Unis –, il semble à LVMH de bonne justice que de s'accorder un délai raisonnable pour statuer.

Tiffany craint manifestement une justice sereine et équitable. LVMH, de son côté, fait toute confiance à la justice américaine pour démontrer que les conditions nécessaires à l'acquisition de Tiffany ne sont plus réunies et que les arguments fallacieux mis en avant par Tiffany sont infondés.

C'est à la Cour du Delaware de dire qui est dans son bon droit, et non au Président de Tiffany par voie de presse.

LVMH

LVMH

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton est présent dans les Vins & Spiritueux au travers notamment des Maisons Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot Ponsardin, Krug, Ruinart, Mercier, Château d'Yquem, Domaine du Clos des Lambrays, Château Cheval Blanc, Colgin Cellars, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Belvedere, Woodinville, Volcán de Mi Tierra, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton, Bodega Numanthia, Ao Yun, Château d'Esclans et Château du Galoupet. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Pink Shirtmaker, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Nicholas Kirkwood, Loro Piana, RIMOWA, Patou et Fenty. LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Parfums Loewe, Benefit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fresh, Fenty Beauty by Rihanna et Maison Francis Kurkdjian. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bvlgari, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, Zenith, Fred et Hublot. LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, La Samaritaine, Groupe Les Echos, Cova, Le Jardin d'Acclimatation, Royal Van Lent, Belmond et les hôtels Cheval Blanc.

CONTACTS LVMH

Analystes et investisseurs <i>Chris Hollis</i> LVMH +33 1 44 13 21 22	Médias <i>Jean-Charles Tréhan</i> LVMH +33 1 44 13 26 20 <i>Nik Deogun / Jonathan Doorley</i> Brunswick Group +1 212 333 3810 <i>Aurélia de Lapeyrouse</i> Brunswick Group +33 1 53 96 83 83 <i>Olivier Labesse</i> DGM Conseil +33 1 40 70 11 89
---	--