



FINANCIERE AGACHE

Documents financiers 2024



# Documents financiers 2024

## Rapport de gestion du Conseil d'administration : le groupe Financière Agache

---

### Présentation des activités, faits marquants et perspectives.....3

1. Vins et Spiritueux .....	4
2. Mode et Maroquinerie .....	7
3. Parfums et Cosmétiques .....	11
4. Montres et Joaillerie .....	14
5. Distribution sélective .....	16
6. Autres activités .....	18

### Commentaires sur les résultats et la situation financière de l'exercice ..... 19

1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé .....	20
2. Commentaires sur le bilan consolidé .....	24
3. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée ..	25
4. Éléments de politique financière .....	27
5. Investissements opérationnels .....	27
6. Principaux établissements et propriétés foncières .....	28
7. Événements postérieurs à la clôture .....	31
8. Évolutions récentes et perspectives .....	31

### Facteurs et gestion des risques ..... 33

1. Facteurs de risques .....	34
2. Politique d'assurance .....	45
3. Procédures d'évaluation et de contrôle mises en place ..	46

### Rapport de durabilité et plan de vigilance..... 51

Informations Générales .....	53
Environnement .....	91
Social .....	181
Gouvernance .....	225
Rapport de certification des informations en matière de durabilité et de Taxonomie environnementale .....	241
Plan de vigilance .....	247

## États financiers

---

### Comptes consolidés résumés ..... 263

1. Compte de résultat consolidé .....	264
2. État global des gains et pertes consolidés .....	265
3. Bilan consolidé .....	266
4. Tableau de variation des capitaux propres consolidés ...	267
5. Tableau de variation de la trésorerie consolidée .....	268
6. Annexe aux comptes consolidés résumés .....	269
7. Listes des sociétés non incluses dans la consolidation ..	310

### Comptes annuels..... 311

1. Compte de résultat .....	312
2. Bilan .....	313
3. Tableau de variation de trésorerie .....	314
4. Annexe aux comptes annuels .....	315



# Présentation des activités, faits marquants et perspectives

<b>1.</b>	<b>Vins et Spiritueux</b>	<b>4</b>
1.1	Les marques des Vins et Spiritueux	4
1.2	Position concurrentielle	4
1.3	Principaux modes d'élaboration, sources d'approvisionnement et sous-traitance	5
1.4	Distribution	6
1.5	Faits marquants 2024 et perspectives 2025	6
<b>2.</b>	<b>Mode et Maroquinerie</b>	<b>7</b>
2.1	Les marques de la Mode et Maroquinerie	7
2.2	Position concurrentielle	8
2.3	La création	8
2.4	Sources d'approvisionnement, fabrication et sous-traitance	8
2.5	Distribution	8
2.6	Faits marquants 2024 et perspectives 2025	9
<b>3.</b>	<b>Parfums et Cosmétiques</b>	<b>11</b>
3.1	Les marques des Parfums et Cosmétiques	11
3.2	Position concurrentielle	11
3.3	Recherche	11
3.4	Sources d'approvisionnement, production et sous-traitance	11
3.5	Distribution et communication	12
3.6	Faits marquants 2024 et perspectives 2025	12
<b>4.</b>	<b>Montres et Joaillerie</b>	<b>14</b>
4.1	Les marques des Montres et Joaillerie	14
4.2	Position concurrentielle	14
4.3	Conception, sources d'approvisionnement, fabrication et sous-traitance	14
4.4	Distribution	14
4.5	Faits marquants 2024 et perspectives 2025	15
<b>5.</b>	<b>Distribution sélective</b>	<b>16</b>
5.1	Position concurrentielle	16
5.2	Distribution et digitalisation	16
5.3	Faits marquants 2024 et perspectives 2025	17
<b>6.</b>	<b>Autres activités</b>	<b>18</b>

## 1. Vins et Spiritueux

En 2024, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux représentent 7% des ventes totales du groupe Financière Agache. La part des champagnes et vins est de 54%, celle des cognacs et spiritueux de 46%.

### 1.1 Les marques des Vins et Spiritueux

Moët & Chandon, Dom Pérignon, Ruinart, Krug, Veve Clicquot, Hennessy, Château d'Yquem, Glenmorangie, Clos des Lambrays... Autant de domaines mondialement reconnus dont les origines se confondent avec celles d'appellations et de

terroirs des vins et spiritueux les plus prestigieux. Qu'elles soient situées en Champagne, dans le Bordelais ou dans d'autres régions viticoles renommées, ces Maisons souvent séculaires partagent une forte culture de l'excellence.

### 1.2 Position concurrentielle

#### 1.2.1 Champagne

En 2024, les expéditions en volume des marques de champagne du Groupe sont en baisse de 10,2% par rapport à 2023, tandis que les expéditions de la région Champagne baissent de 9,2%

(source : CIVC). La part de marché du Groupe représente ainsi 22,6% du total des expéditions, contre 22,9% en 2023.

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

<i>(en millions de bouteilles et pourcentage)</i>	2024			2023			2022		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	Groupe		Région	Groupe		Région	Groupe	
France	118	8	6,8	127	9	7,1	138	9	6,6
Export	153	53	34,8	172	59	34,6	188	64	34,3
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>61</b>	<b>22,6</b>	<b>299</b>	<b>68</b>	<b>22,9</b>	<b>326</b>	<b>73</b>	<b>22,5</b>

(Source : Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne – CIVC).

#### 1.2.2 Cognac

En 2024, les volumes d'expédition de la région de Cognac sont en légère baisse de 0,4% par rapport à 2023 (source : BNIC), tandis que les expéditions en volume de Hennessy augmentent de 9,8%. La part de marché volumes expéditions départ Cognac de Hennessy est en hausse de 5,0 points à 54% en 2024, contre 49%

en 2023. La société est leader mondial du cognac et des spiritueux premium internationaux, ses positions étant particulièrement fortes aux États-Unis, en Chine et sur les autres marchés clés du cognac (Afrique du Sud, Nigeria, Royaume-Uni...).

Les expéditions de cognac en nombre de bouteilles hors vrac, pour la profession et pour le Groupe, sont les suivants :

<i>(en millions de bouteilles et pourcentage)</i>	2024			2023			2022		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	Groupe		Région	Groupe		Région	Groupe	
France	4	2	42,9	4	2	36,8	5	2	45,2
Export	157	85	53,9	158	77	49,0	204	98	47,9
<b>Total</b>	<b>161</b>	<b>87</b>	<b>53,7</b>	<b>162</b>	<b>79</b>	<b>48,7</b>	<b>209</b>	<b>100</b>	<b>47,8</b>

(Source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC).

## 1.3 Principaux modes d'élaboration, sources d'approvisionnement et sous-traitance

### 1.3.1 Champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone géographique délimitée classée en A.O.C. qui s'étend sur les 34 000 hectares légalement utilisables pour sa production. Trois variétés de cépages sont très largement majoritaires pour la production du champagne : le chardonnay, le pinot noir et le meunier.

Le groupe Financière Agache possède 1 665 hectares en production, qui fournissent 21% 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. Les Maisons de Champagne du Groupe, ainsi que leurs partenaires livreurs, développent leur engagement en faveur de la viticulture durable en Champagne.

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 leur 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 », millésimées et/ou de prestige. 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 du Groupe ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock, principalement en cuves, des vins de réserve. Compte tenu des temps de vieillissement, le Groupe maintient en permanence des stocks de champagne dans ses caves en prévision des ventes futures.

La fabrication du champagne implique des processus d'une rigueur extrême, pour garder au fil des ans une qualité d'une constance absolue. Moët et Chandon exploite pleinement son site de Mont Aigu dont la cuverie, les installations de tirage, de vieillissement (caves), de dégorgement et d'habillage complètent les capacités de production des sites historiques d'Épernay, dont la rénovation se poursuit. Les sites de production historiques de Veuve Clicquot, Ruinart et Krug se situent à Reims. Veuve Clicquot poursuit la construction de son nouveau site de production « Comète » situé sur la commune de Saint Léonard, à proximité de Reims, alors que Krug a inauguré la construction d'un site de vinification à Ambonnay.

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 2024, les Maisons de Champagne ont également eu recours à des sous-traitants pour un montant de 44 millions d'euros ; ces prestations portent notamment sur les opérations de pressurage, de packaging (co-packing), de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

Soucieux d'innover et d'accroître la maîtrise de ses processus de production, le Groupe a inauguré en 2021 son centre de Recherche & Développement commun à l'ensemble de ses Maisons sur la commune d'Oiry.

### 1.3.2 Cognac

La région délimitée de Cognac se situe autour du bassin de la Charente. Le vignoble, qui s'étend actuellement sur plus de 83 000 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 essentiellement 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. Le cognac résulte de l'assemblage progressif d'eaux-de-vie sélectionnées en fonction de leurs crus, de leurs origines et de leur âge.

Hennessy, dont la production est intégralement basée à Cognac, a inauguré en 2017 une nouvelle plateforme logistique et unité de conditionnement, baptisée « Pont Neuf ». Avec l'inauguration en 2021 d'une deuxième ligne de production sur le site de « Pont Neuf », les capacités de production de la Maison sont portées à 10 millions de caisses par an. La conception de cette plateforme de 26 000 m<sup>2</sup> répond à des standards environnementaux et de qualité de vie jusqu'ici inégalés.

L'essentiel des eaux-de-vie de cognac nécessaires à Hennessy pour sa production est acheté auprès d'un réseau d'environ 1 600 producteurs indépendants, avec lesquels la société veille au maintien d'une extrême qualité, dans le cadre d'une politique ambitieuse de viticulture durable. Hennessy exploite en propre près de 180 hectares, soit moins de 1% de ses besoins en eaux-de-vie.

Grâce à un stock optimisé d'eaux-de-vie, la Maison peut gérer les effets des évolutions de prix, en adaptant ses achats d'une année sur l'autre, dans le cadre contractuel établi avec les partenaires. Hennessy poursuit la maîtrise de ses engagements d'achats 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 : le vieillissement, l'assemblage et le conditionnement des eaux-de-vie.

### 1.3.3 Autres vins et spiritueux

En dehors de la Champagne et de Cognac, le Groupe détient un ensemble de marques rares de spiritueux et de vins pétillants et tranquilles, dont la qualité et l'exception reposent sur une

attention particulière apportée à la production et/ou à la sélection des matières premières, ainsi que sur des procédés et savoir-faire historiques et complexes d'élaboration et de vieillissement, qui allient excellence, innovation et tradition.

## 1.4 Distribution

Moët Hennessy dispose d'un réseau de distribution mondial puissant et agile, grâce auquel le groupe d'activités Vins et Spiritueux poursuit le déploiement géographique équilibré de son portefeuille de marques. Une partie de ce réseau est constituée de joint-ventures avec le groupe de spiritueux Diageo<sup>(1)</sup>, en vertu d'accords conclus depuis 1987 afin de répondre

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. En 2024, 23% des ventes de champagne et de cognac ont été réalisées par ce canal.

## 1.5 Faits marquants 2024 et perspectives 2025

	2024	2023	2022
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>5 862</b>	<b>6 602</b>	<b>7 099</b>
Dont : Champagne et vins	3 180	3 461	3 474
Cognac et spiritueux	2 683	3 141	3 625
<b>Ventes en volume</b> (en millions de bouteilles)			
Champagne	61,7	66,5	70,9
Cognac	80,8	83,2	94,3
Autres spiritueux	20,8	21,5	23,9
Vins tranquilles et pétillants	61,3	61,1	56,5
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	7	7	6
Europe (hors France)	20	20	18
États-Unis	34	32	37
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	18	21	20
Autres marchés	15	14	13
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>1 356</b>	<b>2 109</b>	<b>2 155</b>
<b>Marge opérationnelle courante</b> (en %)	<b>23,1</b>	<b>31,9</b>	<b>30,4</b>

### Faits marquants

Après trois années exceptionnelles, la normalisation de la demande amorcée en 2023 s'est poursuivie en 2024 dans un environnement marqué par un ralentissement de la consommation et un contexte difficile sur le marché chinois. Les

Maisons de Vins et Spiritueux du Groupe s'appuient sur la force de leur réseau de distribution et sur des stratégies commerciales volontaristes pour gagner des parts de marché et renforcer le leadership en cognac, champagne et vins rosés de Provence. L'engagement « Crafting Experiences » de Moët Hennessy, visant à enrichir l'expérience client, se poursuit avec le développement des sites de visite et de réception de ses Maisons et autres points de vente emblématiques.

Les Maisons de champagne du Groupe maintiennent leur part de marché au-dessus de 22% des expéditions de l'appellation malgré des volumes en recul. Le temps peu clément du début de l'été a entraîné une vendange particulièrement faible en Champagne, impactant les résultats de la division. Tout en déployant à l'international sa cuvée de prestige *Collection Impériale Création N° 1*, **Moët & Chandon** dévoile une édition limitée « France » de sa cuvée *Moët Impérial* à l'occasion des Jeux Olympiques de Paris 2024. Résolument engagée en matière de biodiversité, la Maison inaugure « Essentia », un conservatoire de la diversité des cépages régionaux. **Dom Pérignon** lance son *Vintage 2015* et son *Vintage 2006 Plénitude 2*, ainsi qu'une offre ultra-prestigieuse réalisée avec l'artiste Mathias Bengtsson et une édition limitée en hommage à Jean-Michel Basquiat. **Veuve Clicquot** crée des expériences inédites comme ses « solaire journeys » à bord du Venice Simplon-Orient-Express et lance les terrasses Sun Club à l'occasion du relancement de la cuvée *Rich*. La Maison poursuit par ailleurs son soutien à l'entrepreneuriat féminin par le biais de son programme Bold. **Krug** présente *Krug Grande Cuvée 172<sup>e</sup> Édition*, *Krug Rosé 28<sup>e</sup> Édition* et *Krug 2011* et célèbre sous le signe de la fleur les dix ans de son programme de l'Ingrédient Unique. **Ruinart** dévoile son site iconique de Reims métamorphosé, avec notamment l'inauguration du pavillon Nicolas Ruinart, bâtiment contemporain conçu par l'architecte Sou Fujimoto.

(1) Diageo détient une participation de 34% dans Moët Hennessy, société holding des activités Vins et Spiritueux du Groupe.

**Chandon** réalise une bonne performance aux États-Unis et bénéficie du regain d'attractivité de son site de réception totalement rénové au cœur de la Napa Valley. Les vins tranquilles de **Moët Hennessy Wine Estates** sont en progression. Au sein des Rosés de Provence, **Château d'Esclans** confirme son leadership mondial grâce à de fortes croissances sur ses principaux marchés, tandis que **Minuty** affiche des résultats prometteurs, notamment aux États-Unis. **Château Galoupet** reçoit d'excellentes critiques et renforce sa démarche écoresponsable. **Cloudy Bay** continue de s'imposer comme une référence incontournable des Sauvignons Blancs. **Terrazas de los Andes** obtient d'excellentes notes de la part des critiques pour la qualité de ses vins, validant ainsi la pertinence de sa stratégie de montée en gamme. **Joseph Phelps** accélère son expansion en dehors des États-Unis. **Ao Yun** renforce son positionnement de meilleur vin rouge élaboré en Chine avec le lancement de son millésime 2020.

Les ventes du cognac **Hennessy** sont pénalisées par une demande locale faible en Chine et un contexte difficile aux États-Unis. La Maison renforce sa désirabilité avec le succès de l'édition limitée *LeBron James*, conçue en collaboration avec la star du basket-ball, et sa nouvelle campagne «Made for More» aux États-Unis, qui réaffirme sa place dans l'univers des cocktails. Hennessy poursuit son développement international, porté par des marchés comme l'Afrique du Sud, l'Asie-Pacifique ou l'Europe. La Maison accentue son engagement environnemental avec un nouveau modèle de viticulture durable, «Living Landscapes». Ce projet fédère pour la première fois les Maisons de négoce dans un effort commun pour revitaliser le paysage viticole cognaçais.

Reconnus pour l'excellence de leurs produits, les whiskies single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg** continuent d'innover. Les nouveaux whiskies de Glenmorangie, *Triple Cask Reserve* et *A Tale of Ice Cream*, sont primés au San Francisco World Spirits Competition. Ardbeg remporte à nouveau le prix du meilleur single malt écossais d'Islay pour *Ardbeg 25 ans d'âge* et dévoile

*Ardbeg The Abyss* dans le segment ultra prestige. **Belvedere** bénéficie du succès confirmé de sa vodka de luxe *Belvedere 10*, soutenue par une campagne avec l'artiste Future. Mobilisée en faveur de la durabilité, la Maison devient la première du Groupe certifiée ISO 46001 pour sa gestion de l'eau. Le rhum **Eminente** connaît une forte croissance en Europe.

Le groupe d'activités continue de diversifier son portefeuille et d'innover avec le lancement d'une nouvelle marque de whisky **SirDavis** à travers la joint-venture avec Beyoncé Knowles-Carter et l'annonce du partenariat avec la marque de vins pétillants sans alcool **French Bloom**.

Fidèle à son engagement pour la préservation des sols, le World Living Soils Forum a organisé sa deuxième édition à Arles, rassemblant des spécialistes de la viticulture, de l'agriculture et des sols du monde entier et rappelant le rôle crucial que jouent les sols pour la planète et l'humanité.

### Perspectives

Le groupe Vins et Spiritueux aborde l'année 2025 avec vigilance et pragmatisme. L'environnement reste en effet marqué par les incertitudes pesant sur nombre de marchés. Tout en maintenant une stricte rigueur de gestion, les Maisons du Groupe poursuivront leur objectif de gains de parts de marché avec une politique volontariste de création d'expériences uniques pour les consommateurs. Moët & Chandon activera le partenariat avec la Formule 1 signé en 2024. Conscientes de la valeur de leur patrimoine naturel et de leur responsabilité environnementale, toutes les Maisons poursuivent leur feuille de route pour agir de manière durable en préservant la biodiversité et en réduisant leur empreinte carbone. Excellence, authenticité et durabilité continuent de les guider, dans la continuité de la vision de Moët Hennessy de renforcer sa position de leader des vins et spiritueux de luxe.

## 2. Mode et Maroquinerie

En 2024, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie ont représenté 48% des ventes totales du groupe Financière Agache.

### 2.1 Les marques de la Mode et Maroquinerie

Le Groupe 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 italienne, espagnole, britannique, allemande et américaine.

Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Loro Piana, Rimowa et Patou composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie.

Tout en respectant l'identité et l'autonomie de gestion des marques ainsi rassemblées, le Groupe soutient leur développement en mettant à leur disposition des ressources communes.

Les parfums Christian Dior, Parfums Loewe, Parfums Kenzo et Parfums Givenchy sont intégrés dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.

## 2.2 Position concurrentielle

Le marché du Luxe, dans le secteur de la Mode et Maroquinerie, est très fragmenté et se compose à la fois de quelques grands acteurs internationaux mais également de nombreuses marques indépendantes de plus petite taille. Le groupe Financière Agache, dont les marques sont présentes dans le monde entier,

se positionne comme un des groupes les plus internationaux. L'ensemble de ces acteurs est en concurrence à la fois sur les différentes catégories de produits et sur les différentes régions géographiques.

## 2.3 La création

S'assurer la collaboration des meilleurs créateurs, en accord avec l'esprit de chaque marque, est une priorité stratégique : les directeurs artistiques font rayonner l'identité des Maisons, sont les artisans de leur excellence créative et de leur capacité à se réinventer. Afin de renouveler continuellement cette richesse, le Groupe a toujours eu à cœur de soutenir la jeune création et

d'accompagner les talents de demain, notamment à travers le Prix LVMH pour les Jeunes créateurs de Mode dont chaque édition récompense un talent créatif particulièrement remarquable.

Le groupe Financière Agache considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons un grand nombre de créateurs au talent mondialement reconnu.

## 2.4 Sources d'approvisionnement, fabrication et sous-traitance

En 2024, Louis Vuitton compte vingt-neuf ateliers de fabrication de Maroquinerie, dont dix-huit en France, quatre en Espagne, quatre aux États-Unis et trois en Italie ; ils assurent l'essentiel de la fabrication des articles de Maroquinerie de la Maison Louis Vuitton. En Italie, outre l'activité de fabrication et de maquettage de Maroquinerie, les ateliers Louis Vuitton regroupent l'ensemble des savoir-faire, du développement à la fabrication, pour toutes les catégories de souliers, ainsi que le développement d'une partie de l'activité Accessoires (textiles, bijoux, lunettes). En Espagne, les ateliers Louis Vuitton, en plus de la fabrication de Maroquinerie, concentrent également l'ensemble de l'activité Accessoires Cuir (ceintures, bracelets). Louis Vuitton ne recourt à des fabricants externes que pour compléter ses fabrications.

Louis Vuitton achète ses matières auprès de fournisseurs localisés dans le monde entier et avec lesquels la Maison a établi des relations durables de partenariat. La stratégie fournisseurs ainsi mise en œuvre depuis quelques années permet de répondre aux besoins tant en termes de volumes que de qualité et d'innovation tout en inscrivant ces fournisseurs dans une démarche RSE. Cette stratégie résulte d'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 sur le marché du cuir pèse environ 21% des approvisionnements en cuir de Louis Vuitton, tandis que le premier sur le marché des pièces métalliques représente un peu moins de 20% des approvisionnements en pièces métalliques.

Chez Christian Dior, les capacités de production et le recours à la sous-traitance sont très variables selon les produits concernés. Dans le domaine de la maroquinerie, Christian Dior fait appel à des entreprises tierces pour compléter ses fabrications et lui assurer une grande flexibilité de production. Dans le domaine du prêt-à-porter et de la joaillerie, elle s'approvisionne principalement auprès d'entreprises extérieures.

La plupart des autres Maisons du groupe d'activités Mode et Maroquinerie dispose également d'ateliers dans leur pays d'origine ou en Italie, qui ne couvrent qu'une part de leurs besoins de production. En outre, le secteur d'activités LVMH Métiers d'Art protège et développe en partie l'accès des Maisons aux matières premières et aux savoir-faire d'excellence dans les métiers du cuir et des pièces métalliques.

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.

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.

## 2.5 Distribution

La maîtrise de la distribution de ses produits est un axe stratégique essentiel pour le groupe Financière Agache, 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, de mieux anticiper leurs attentes et de leur offrir ainsi des expériences d'achat uniques.

Pour répondre à ces objectifs, le Groupe dispose du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de Mode et Maroquinerie. Ce réseau comprend plus de 2 300 boutiques au 31 décembre 2024.

## 2.6 Faits marquants 2024 et perspectives 2025

	2024	2023	2022
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>41 060</b>	<b>42 169</b>	<b>38 648</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	7	7	7
Europe (hors France)	19	18	17
États-Unis	17	17	21
Japon	12	10	9
Asie (hors Japon)	36	39	36
Autres marchés	9	9	10
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Nature des ventes</b>			
(en % du total des ventes)			
Ventes au détail	95	95	95
Ventes de gros	5	5	5
Licences	-	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>			
(en millions d'euros)	<b>15 230</b>	<b>16 836</b>	<b>15 709</b>
<b>Marge opérationnelle courante</b> (en %)	<b>37,1</b>	<b>39,9</b>	<b>40,6</b>

### Faits marquants

L'activité Mode et Maroquinerie a fait preuve d'une bonne résistance dans le contexte incertain de 2024. Animées par le désir d'offrir à leurs clients des produits et des expériences exceptionnels, les Maisons du Groupe maintiennent leur quête de créativité, de très haute qualité, de perfection artisanale et d'excellence en distribution.

**Louis Vuitton** est toujours porté par sa faculté de renouvellement permanent autour du voyage. Le défilé automne-hiver de Nicolas Ghesquière célèbre ses dix ans de créations au sein de la Maison. Après son défilé Voyager à Shanghai, la Croisière 2025 investit le Parc Güell de Barcelone. Pour son second défilé, Pharrell Williams s'inspire de l'Ouest américain et sa collection printemps-été 2025, « Le monde est à vous », défile à la Maison de l'UNESCO, célébrant l'esprit voyageur de la Maison. De nombreuses nouveautés sont dévoilées en maroquinerie comme le sac *Speedy P9* aux nouvelles couleurs ou les lignes *Low Key* et *Neverfull Inside Out*, version réversible d'une icône de la Maison. En joaillerie, sa collection *LV Diamonds* révèle une taille recréant la fleur du *Monogram* et étend son engagement en faveur de pratiques durables en assurant la traçabilité totale de chaque diamant. Pour ses dix ans, la montre *Escale* se réinvente avec son premier modèle à trois aiguilles. Plus que jamais en 2024, poursuivant une tradition bien établie, la victoire voyage en Louis Vuitton les malles façonnées sur-mesure dans les ateliers historiques d'Asnières accueillent les torches et les médailles des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Partenaire titre de la 37<sup>e</sup> édition de l'America's Cup à Barcelone, la Maison dévoile aussi deux malles abritant le trophée des éliminatoires de la Louis Vuitton Cup et l'iconique Auld Mug remis au vainqueur de l'America's Cup. Alors que la boutique emblématique de

Louis Vuitton sur la Cinquième Avenue à New York va faire l'objet d'une rénovation de plusieurs années, la boutique Louis Vuitton 57th Street à New York, ouverte en fin d'année, connaît un immense succès. Ce nouveau flagship, le plus grand de la Maison aux États-Unis, promet une expérience immersive où luxe, culture et gastronomie se rencontrent.

**Christian Dior** poursuit sa dynamique créative conjuguant héritage et modernité. Maria Grazia Chiuri réinterprète les origines du prêt-à-porter Dior avec un hommage à la collection *Miss Dior* de 1967, s'inspire de Marie Stuart pour son défilé Croisière en Écosse, au château de Drummond, et de la figure de l'amazone pour sa collection Printemps-Été 2025 au Musée Rodin à Paris. Le développement des collections se poursuit avec notamment l'extension de la collection *Dioriviera*. Kim Jones transpose au masculin les codes de la couture Dior et lance une collection capsule avec Lewis Hamilton. Victoire de Castellane dévoile ses créations de haute joaillerie *Diorama & Diorigami* et sa collection *My Dior* reprenant l'iconique motif du cannage, célébrant ainsi les savoir-faire joailliers traditionnels. La Maison bénéficie d'une belle visibilité pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 grâce à ses athlètes ambassadeurs et lors de la Cérémonie d'ouverture avec Lady Gaga et Céline Dion habillées en Dior. Pékin accueille en septembre l'exposition « L'Or de Dior » et l'événement « Christian Dior Designer of Dreams » s'installe en novembre à Riyad. À Paris, la Galerie Dior inaugure en fin d'année une exposition des photographies de Peter Lindbergh pour la Maison. Enfin, parmi les temps forts du réseau de distribution, une boutique exceptionnelle imaginée par Christian de Portzamparc ouvre à Genève et Dior rayonne par une présence féérique dans le monde entier à l'occasion des fêtes de fin d'année à travers des façades et vitrines spectaculaires, en particulier à Paris au 30 Montaigne et à Bangkok dans la nouvelle *Dior Gold House*.

**Loro Piana**, qui continue d'élever sa désirabilité, réalise une performance remarquable. L'année a marqué la célébration de son centenaire, placé sous le signe de l'alliance entre héritage et modernité. La collection Automne-Hiver rencontre un grand succès et la maroquinerie est en forte progression grâce au lancement de son dernier sac, le *Loom*. Pour les fêtes de fin d'année, et en point d'orgue de son centenaire, la Maison transforme les vitrines et la façade d'Harrods pour un voyage narratif exceptionnel et ludique. Autre temps fort : la publication du livre, « Master of Fibres », explorant cent ans d'histoire à travers ses archives et des entretiens avec la famille Loro Piana.

**Celine** développe sa ligne de maroquinerie *Triomphe* et renouvelle le succès de sa collection *Plein Soleil* avec de nouveaux sacs *Raphia*. Un nouveau parfum *Zouzou* et le rouge à lèvres *Le Rouge Celine* sont lancés avec succès. Trois boutiques phares sont ouvertes à Osaka, Séoul et Paris.

**Fendi** met l'accent sur ses sacs iconiques avec le lancement de *Peekaboo Soft* et la présentation de la *Mamma Baguette* lors de son défilé à Milan. Une collection de sept parfums exclusifs évoquant l'histoire de la famille Fendi a été lancée en juin. La Maison ouvre plusieurs boutiques phares, notamment à Miami et Madrid.

**Loewe** organise à Shanghai sa première grande exposition, célébrant son héritage et son engagement pour l'artisanat. Le succès du sac *Flamenco* en cuir nappa d'agneau illustre la montée en gamme de l'offre produits. Jonathan Anderson développe une collection innovante et créative avec le studio japonais Suna Fujita. Des ouvertures de boutiques importantes sont réalisées, notamment une nouvelle Casa Loewe à Séoul.

**Marc Jacobs** célèbre son 40<sup>e</sup> anniversaire en revisitant ses pièces et silhouettes phares et lance *The Mini Bag*, une nouvelle ligne de maroquinerie.

**Givenchy** annonce en septembre la nomination de Sarah Burton en tant que Directrice Artistique pour l'ensemble des collections féminines et masculines.

**Kenzo** affirme le positionnement stylistique, rencontre entre l'Orient et l'Occident, de ses silhouettes avec pour temps forts ses défilés parisiens dans les jardins du Palais-Royal et à la Bibliothèque nationale de France.

La dynamique de **Berluti** est portée par le succès de ses collections, en particulier l'iconique *Fast Track*, parfait équilibre entre un style formel remarquable et le confort unique d'une sneaker. La révélation des tenues de l'équipe de France pour les cérémonies d'ouverture des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 a reçu un excellent écho dans les médias. Le réseau s'enrichit notamment d'une boutique dans le nouveau quartier tokyoïte d'Azabudai Hills.

**Rimowa** poursuit sa progression, nourrie par l'innovation, plusieurs nouvelles boutiques et la reprise en direct de la distribution en Thaïlande et en Belgique. Le lancement de l'*Original Bag*, emblématique de son savoir-faire, et la renaissance de la ligne historique *Hammerschlag* en aluminium martelé sont parmi les faits marquants. Poursuivant son engagement en matière de durabilité, réparation et recyclage de ses valises, la Maison déploie son programme Re-Crafted aux États-Unis et en Corée.

**Pucci** présente en avril la collection *Very Vivara*, hommage à son motif historique emblématique.

## Perspectives

En 2025, dans un environnement global marqué par de nombreuses incertitudes géopolitiques et économiques, le Groupe se mobilise pour renforcer ses parts de marché en élevant encore la qualité, la durabilité et la désirabilité des produits, de même que l'expérience proposée aux clientèles de ses Maisons. Inscrivant les prochains mois sous le signe de sa force d'innovation et de sa quête de perfection dans tous ses métiers, **Louis Vuitton** porte de nombreux projets de développement, en particulier la nouvelle collaboration début 2025 avec le célèbre artiste japonais Takashi Murakami qui apporte une touche colorée aux signatures de la Maison, ou encore l'ouverture à terme de sa future adresse dont les travaux se poursuivent au 103 Champs-Élysées. Louis Vuitton activera le partenariat avec la Formule 1 signé en 2024. La Maison continuera d'illustrer ses engagements responsables, notamment dans le cadre de son partenariat de cinq ans avec l'association People For Wildlife pour la préservation des ressources naturelles ou du Louis Vuitton Watch Prize for Independent Creatives 2025-2026, seconde édition de son concours visant à révéler et soutenir les nouveaux talents créatifs qui portent l'avenir de l'horlogerie. **Christian Dior** maintient les investissements sélectifs dédiés à sa désirabilité, passant par la qualité et la créativité de ses produits ainsi que par des prises de parole marquantes à travers le monde. Le défilé Croisière, qui bénéficie, année après année, d'un retentissement remarquable, se déroulera à Rome en mai 2025. **Loro Piana** poursuit sa quête d'excellence et organisera sa première exposition au musée d'art Pudong à Shanghai en mars. Chez **Celine**, le nouveau Directeur artistique, Michael Rider, dévoilera en juin ses premières collections. Une nouvelle boutique phare sera inaugurée à Milan via Monte Napoleone. **Fendi** fêtera son centenaire tout au long de l'année avec, dès février, un défilé Homme et Femme dirigé par Silvia Fendi, dans son nouvel espace « Spazio Solari » à Milan. **Loewe** lancera le sac *Madrid* et fêtera les dix ans de son sac *Puzzle*. En parallèle au développement sélectif du réseau de boutiques, l'exposition « Loewe Crafted World » s'installera à Tokyo et l'emblématique Craft Prize (Prix de l'Artisanat) fera son retour à Madrid. **Givenchy** présentera les premières collections de Sarah Burton en mars à Paris. **Berluti** poursuivra la rénovation et l'expansion de son réseau de boutiques, notamment au Japon et au Moyen-Orient.

### 3. Parfums et Cosmétiques

En 2024, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 8 418 millions d'euros, soit 10% des ventes totales du groupe Financière Agache.

#### 3.1 Les marques des Parfums et Cosmétiques

Acteur majeur du secteur des parfums, du maquillage et du soin, le groupe Financière Agache regroupe des Maisons mondialement établies : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy et Kenzo Parfums. Le Groupe possède également d'autres Maisons

dans le domaine de la beauté, notamment Benefit, Fresh, Acqua di Parma, Loewe Perfumes, Make Up For Ever, Maison Francis Kurkdjian, Fenty Beauty by Rihanna et Officine Universelle Buly.

#### 3.2 Position concurrentielle

Au niveau mondial, la Division LVMH Beauté parvient à maintenir ses positions grâce au succès de ses parfums particulièrement en Europe et aux États-Unis, le rebond du Maquillage aux États-Unis,

et ce, malgré un marché du soin toujours impacté par le contexte économique en Chine.

#### 3.3 Recherche

Créé en 1981, LVMH Recherche est le centre de Recherche et d'Innovation des marques de Parfums et Cosmétiques du Groupe.

L'ambition de LVMH Recherche est d'inventer la beauté durable et digitale de demain. L'innovation est au cœur des préoccupations pour proposer des performances produits inégalées, de nouvelles expériences sensorielles inédites ou de nouveaux usages, en investissant de nouveaux territoires clés pour le futur tout en prenant en compte les impacts sociaux et environnementaux.

Grâce à une organisation internationale répartie sur cinq sites (Hélios-Saint-Jean-de-Braye, Kosmo-Paris, les centres d'Innovation Asie à Tokyo, Shanghai et Séoul), les 670 collaborateurs de LVMH Recherche (chercheurs, chimistes, biologistes, toxicologues, pharmaciens, notamment) délivrent chaque année plus de mille produits d'exception dans les catégories du soin, du maquillage

et du parfum. Ces produits de très haute qualité sont développés dans le plus grand respect de l'environnement, de la signature sensorielle et de l'identité unique de chacune des Maisons.

L'innovation et l'ouverture sur le monde sont des piliers de la stratégie de LVMH Recherche (400 familles de brevets), qui est engagé auprès de nombreux acteurs publics (Universités, CNRS, INSERM, notamment) et privés (start-up, PME, PMI notamment) en France et à l'international. LVMH Recherche a progressivement mis en place un véritable écosystème d'innovation, dont l'objectif est de détecter les meilleures avancées technologiques et d'accélérer leur mise au point, en construisant des partenariats stratégiques sur des nouveaux territoires scientifiques aussi variés que l'agroécologie, les biotechnologies, la biologie cellulaire, les matériaux avancés, les nouveaux procédés, le big data et l'intelligence artificielle, etc.

#### 3.4 Sources d'approvisionnement, production et sous-traitance

Les six centres de production français, opérés par Parfums Christian Dior, Guerlain et LVMH Fragrances Brands assurent la quasi-totalité de la production des quatre grandes Maisons françaises. Les autres Maisons leur confient pour partie la fabrication de leurs produits, le solde étant sous-traité à l'extérieur du Groupe.

Les matières sèches, c'est-à-dire les flaconnages, bouchons, et tout autre élément 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 LVMH Recherche à Saint-Jean-de-Braye en France, le Groupe pouvant également acquérir ou développer des formules auprès de sociétés spécialisées.

### 3.5 Distribution et communication

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'espaces publicitaires à des tarifs compétitifs et la négociation de meilleurs emplacements dans les grands magasins. 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 et leur accès à de nouveaux marchés. Ces économies d'échelle permettent d'investir davantage dans la création et la communication, qui sont deux facteurs clés de succès dans le groupe d'activités des Parfums et Cosmétiques.

Les produits des marques de Parfums et Cosmétiques du Groupe sont commercialisés partout dans le monde, principalement dans les circuits dits de « distribution sélective », par opposition à la grande distribution et à la parapharmacie, et également pour

certaines marques dans leurs propres boutiques et sur leurs propres sites de e-commerce. L'excellence de la distribution est un axe clé pour les Maisons de Parfums et Cosmétiques. Elle passe par l'expertise et l'attention des conseillers, et par l'innovation dans les points de vente. Le réseau de boutiques en propre des Parfums et Cosmétiques compte plus de 700 boutiques au 31 décembre 2024.

En réponse aux attentes des jeunes générations, à la recherche de singularité et à la demande d'une expérience physique et virtuelle unifiées, toutes les marques accélèrent la mise en œuvre de leurs dispositifs de vente en ligne en particulier sur leurs sites propres et renforcent leurs initiatives et contenus digitaux. L'intégration d'outils digitaux se poursuit activement dans le but d'élever l'expérience client et de séduire de nouveaux consommateurs.

### 3.6 Faits marquants 2024 et perspectives 2025

	2024	2023	2022
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>8 418</b>	<b>8 271</b>	<b>7 722</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	10	9	9
Europe (hors France)	21	21	20
États-Unis	19	19	19
Japon	6	5	5
Asie (hors Japon)	30	33	35
Autres marchés	14	13	12
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>671</b>	<b>713</b>	<b>660</b>
<b>Marge opérationnelle courante</b> (en %)	<b>8,0</b>	<b>8,6</b>	<b>8,5</b>

#### Faits marquants

Associée au maintien ferme d'une stratégie de distribution sélective, une dynamique d'innovation forte soutient la croissance de l'activité Parfums et Cosmétiques au sein d'un environnement de marché très concurrentiel.

**Parfums Christian Dior** réalise une performance très solide grâce à une stratégie offensive et à la force de ses catégories de produits. Le parfum masculin *Sauvage*, complété par le lancement de *Sauvage Eau Forte*, continue de dominer le marché mondial. Les parfums féminins iconiques réalisent aussi de remarquables performances. *J'adore* bénéficie d'une communication renouvelée avec pour égérie Rihanna, et *Miss Dior* de la nouvelle édition de *Miss Dior Parfum*. La *Collection Privée Christian Dior* continue de participer à l'élévation de la Maison dans l'univers de la haute parfumerie avec le lancement très prometteur des *Esprits de*

*Parfum* hautement concentrés. Le maquillage bénéficie du succès de l'innovation dédiée à la gamme *Forever* (*Glow Maximizer*, *Glow Star Filter* et *Skin Perfect*). Le soin poursuit son accélération sur le segment premium avec sa ligne *Prestige*, en Asie notamment. Dans un contexte global de ralentissement du marché, Parfums Christian Dior renforce sa position de leader sur les marchés principaux en maintenant une stratégie de distribution résolument sélective, en investissant dans le déploiement d'une nouvelle identité pour ses points de vente et en développant une stratégie omnicanale. La Maison réaffirme son engagement défini et guidé par sa raison d'être « Contribuer à un monde plus beau et plus heureux ». Des actions concrètes sont menées en faveur de l'émancipation des femmes et de la préservation de la biodiversité, notamment par la mise en œuvre de l'agriculture régénératrice pour ses cultures de fleurs et de plantes à parfum et par des projets de restauration d'espaces naturels en partenariat avec le WWF.

**Guerlain** poursuit sa croissance rapide dans le domaine du parfum. La collection de haute parfumerie *L'Art & La Matière* s'enrichit avec succès de deux nouvelles fragrances : *Néroli Plein Sud*, inspirée des voyages d'Antoine de Saint-Exupéry, et *Patchouli Paris*, évoquant l'effervescence des fêtes parisiennes. La création de pièces d'exception s'illustre en fin d'année avec le flacon *Imagine Guerlain* créé par l'artiste Shourouk Rhaïem. La collection des *Aqua Allegoria* se développe grâce au succès de la nouvelle création *Florabloom*. Le maquillage bénéficie du relancement du rouge à lèvres iconique *Rouge G* et de la croissance de *Terracotta* et de *KissKiss* porté par le succès de *Bee Glow Oil*. Le soin est soutenu par des innovations dans les gammes *Orchidée Impériale* et *Abeille Royale*. Honorant ses engagements envers la biodiversité et sa proximité avec l'art, Guerlain s'associe à Lee Ufan Arles à l'occasion du prix Art et Environnement et continue à privilégier la naturalité et les formats de produits rechargeables.

**Parfums Givenchy** poursuit ses avancées dans la catégorie du parfum, portées par sa fragrance iconique *L'Interdit* qui, grâce au lancement réussi de *L'Interdit Absolu*, augmente sa désirabilité. Les nouveautés *Irresistible Very Floral* et *Gentleman Society Extrême* renforcent aussi cette dynamique. En maquillage, la Maison fait preuve de résistance, bénéficiant du relancement de la poudre *Prisme Libre* qui lui permet de gagner des parts de marché, notamment en Europe. La progression de **Benefit** est portée à la fois par ses innovations en termes de produits et services et par les bonnes performances de ses best-sellers. Les lancements dans la ligne *Precisely My Brow* permettent de confirmer son leadership dans le domaine des sourcils. Le produit culte *Benetint* et l'expérience interactive *Benemart* en fin d'année ont reçu un bel accueil. **Fresh** continue de mettre en avant son savoir-faire dans l'utilisation d'ingrédients naturels au service de l'efficacité et de la sensorialité. L'accent est mis sur les produits emblématiques *Kombucha Essence*, *Soy Facial Cleanser*, *Crème Ancienne* et *Black Tea*. **Make Up For Ever** lance son nouveau fond de teint *Hydra Glow* dans la franchise *HD Skin*. Ses *Artist Color Pencil* et ses palettes réalisent de bonnes performances aux États-Unis et en Europe. **Kenzo Parfums** bénéficie du succès des initiatives *Ikebana Mimosa* et *La Récolte Parisienne* dans sa ligne *Flower by Kenzo*. **Maison Francis Kurkdjian** inaugure un nouvel écrin parisien rue François 1<sup>er</sup>. L'année est aussi marquée par le lancement de l'eau de parfum *APOM* (A Part of Me), en parallèle au soutien de ses fragrances phares comme *Baccarat Rouge 540*. La Maison poursuit son mécénat avec le Château de Versailles par la réalisation d'un Observatoire de la biodiversité. **Acqua di Parma** connaît une année riche en initiatives, telles que l'édition limitée *Mandarino Millesimato* et les collaborations engagées avec Dorothee Meilichzon et India Mahdavi. **Loewe Perfumes** réalise une belle croissance grâce à son développement sur les marchés asiatiques, une région où la Maison jouit d'une forte désirabilité avec le déploiement d'une expérience client unique. **Fenty Beauty** inaugure sa présence en Chine et lance une nouvelle gamme de produits capillaires *Fenty Hair*. **Officine Universelle Buly** lance la collection *La maison parfumée* et célèbre l'art du voyage avec les nouveaux nécessaires de beauté mis à la disposition, notamment, des passagers du mythique Venice Simplon-Orient-Express.

## Perspectives

Tout en maintenant la vigilance requise dans un contexte toujours incertain, les Maisons du Groupe continueront d'investir dans leurs lignes de force : excellence des produits, innovation, image, sélectivité de la distribution. **Parfums Christian Dior** poursuivra sa stratégie de développement en investissant sélectivement pour renforcer sa désirabilité et son leadership. La Maison s'appuiera sur une innovation solide et dynamique au profit de l'ensemble de son portefeuille, sur ses savoir-faire uniques et sur une image renouvelée, travaillée en collaboration avec Dior Couture. L'activité de **Guerlain** sera soutenue par le relancement du sérum huile-en-eau *Abeille Royale* avec une formule innovante ainsi que par l'enrichissement des gammes *L'Art & La Matière* et *Aqua Allegoria*. La célébration du centenaire du mythique *Shalimar* constituera un temps fort de l'année. **Parfums Givenchy** poursuivra ses avancées dans le domaine du parfum avec le renforcement de *L'Interdit*, de *Gentleman Society* et d'*Irresistible*. Des lancements importants seront réalisés en maquillage. **Kenzo Parfums** continuera d'animer son parfum iconique *Flower by Kenzo* et relancera l'une de ses franchises emblématiques. **Maison Francis Kurkdjian** poursuivra son développement à l'international et dévoilera une nouvelle fragrance très personnelle de son créateur. **Loewe Perfumes** verra de nouvelles innovations sur la collection parfums et art de vivre. **Benefit** renforcera son positionnement avec une nouvelle présentation en boutiques et des initiatives innovantes pour les sourcils, les yeux et le teint. **Fresh** renforcera davantage ses lignes phares *Kombucha*, *Crème Ancienne* et *Black Tea*. **Make Up For Ever** dévoilera de nouveaux produits pour le teint et célébrera la couleur. **Acqua di Parma** développera son art de vivre à l'italienne. **Officine Universelle Buly** ouvrira une nouvelle adresse rive droite à Paris au printemps.

## 4. Montres et Joaillerie

En 2024, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie ont représenté 12% des ventes totales du groupe Financière Agache.

### 4.1 Les marques des Montres et Joaillerie

Les Maisons de Montres et Joaillerie du Groupe comptent parmi les acteurs les plus emblématiques du marché. Elles opèrent dans la joaillerie et les montres avec Tiffany & Co., Bulgari, Chaumet,

Fred, TAG Heuer, Hublot, Zenith, Repossi et L'Épée 1839. Quête de l'excellence, créativité et innovation guident chaque jour les Maisons de cette activité.

### 4.2 Position concurrentielle

Le marché de la joaillerie est très fragmenté et se compose à la fois de quelques grands acteurs internationaux mais également de nombreuses marques et acteurs indépendants, de tailles et de nationalités très variées.

Le marché de l'horlogerie se compose de grands acteurs internationaux et se divise en plusieurs segments dont celui des montres traditionnelles et celui des montres connectées.

Le marché du luxe dans le secteur horloger se compose à la fois de quelques grands acteurs internationaux mais également de marques indépendantes de plus petite taille.

Le groupe Financière Agache, dont les marques sont présentes dans le monde entier, se positionne parmi les premiers groupes internationaux.

### 4.3 Conception, sources d'approvisionnement, fabrication et sous-traitance

Pour la conception de ses modèles, le groupe Montres et Joaillerie s'appuie essentiellement sur ses propres bureaux d'étude, et peut parfois avoir recours à des tiers.

Grâce à ses ateliers et manufactures suisses, le Groupe assure une grande partie de l'assemblage des montres et chronographes vendus sous les marques TAG Heuer, Hublot, Zenith, Tiffany, Bulgari et Chaumet, la conception et fabrication de mouvements mécaniques notamment *El Primero* et *Elite* de Zenith, le *Heuer 02* de TAG Heuer, l'*UNICO* de Hublot et le *Solotempo* de Bulgari ainsi que la fabrication d'une partie des composants critiques que sont les cadrans, les boîtes et les bracelets.

Pour ses activités joaillères, le Groupe s'appuie principalement sur des sites de production, multi ou monomarkets, en France, en Italie et aux États-Unis. Par ailleurs, Tiffany est également présente dans la chaîne amont de traitement des diamants, en particulier en Belgique, au Cambodge et au Vietnam.

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, États-Unis, Italie, France et Suisse.

### 4.4 Distribution

Le groupe d'activités, largement déployé à l'international, bénéficie de la coordination et de la mise en commun de moyens administratifs, commerciaux et marketing. Un réseau de services après-vente multimarque afin d'améliorer la satisfaction de sa clientèle a été progressivement mis en place à travers le monde. Le groupe Montres et Joaillerie dispose d'une organisation territoriale couvrant tous les marchés.

Le pôle d'activités met l'accent sur la qualité et la productivité des réseaux de distribution ainsi que le développement des ventes en ligne. Dans le domaine de la distribution multimarque, cet

objectif se traduit par une grande sélectivité dans le choix des détaillants et la construction de relations de partenariat pour qu'ils soient d'excellents ambassadeurs des marques auprès du client final. Tout aussi sélectif, le développement des boutiques en propre, rénovations et nouvelles ouvertures, se poursuit sur les marchés porteurs, dans des villes clés.

Le réseau de boutiques des marques de Montres et Joaillerie compte 958 boutiques en propre fin 2024, situées dans des emplacements prestigieux des plus grandes villes du monde.

## 4.5 Faits marquants 2024 et perspectives 2025

	2024	2023	2022
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>10 577</b>	<b>10 902</b>	<b>10 581</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	5	3	3
Europe (hors France)	15	15	15
États-Unis	24	23	26
Japon	13	11	11
Asie (hors Japon)	29	34	32
Autres marchés	14	14	13
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>1 546</b>	<b>2 162</b>	<b>2 017</b>
<b>Marge opérationnelle courante</b> (en %)	<b>14,6</b>	<b>19,8</b>	<b>19,1</b>

### Faits marquants

Face à des tendances contrastées sur les différents marchés, l'activité Montres et Joaillerie fait preuve de résilience et continue de s'appuyer sur le savoir-faire maîtrisé des Maisons horlogères et la politique d'innovation audacieuse des Maisons joaillières. Le développement sélectif de leurs réseaux de distribution, l'animation événementielle et les partenariats artistiques ou sportifs soutiennent aussi l'activité.

**Tiffany & Co** soutient ses lignes iconiques, *Tiffany T*, *Lock*, *HardWear* et *Knot*, à travers sa campagne mondiale « With love, since 1837 ». Inspirée par la célébration de l'amour, fil conducteur de ses collections, cette campagne suscite une forte adhésion. Près de cinquante projets de rénovation de boutiques au nouveau concept ont été réalisés en 2024, portant ainsi à près d'un quart du réseau le nombre de boutiques rénovées depuis que la Maison a rejoint LVMH. La transformation ainsi poursuivie, avec notamment les ouvertures et rénovations de Monaco, Madrid et Bal Harbour en Floride, favorise la croissance des collections emblématiques et de la haute joaillerie. Le Landmark de New York 5th Avenue, flagship emblématique de la Maison et le premier ayant été rénové, enregistre en 2024 son record historique de ventes. Dévoilée à Beverly Hills, puis à Madrid et Pékin, *Céleste*, la collection de haute joaillerie *Blue Book 2024*, s'inspire de l'imagination sans limites de Jean Schlumberger, premier créateur de la Maison. À Tokyo, l'exposition « Tiffany Wonder » autour de centaines de chefs-d'œuvre retrace près de 200 ans d'excellence artisanale et de modernité. La collection *Tiffany Titan by Pharrell Williams* reçoit un excellent accueil. Pour les cinquante ans des premières créations d'Elsa Peretti, la Maison met en avant une autre de ses facettes, illustrée par la manchette *Bone Cuff* et sa version déclinée en bague.

**Bulgari** réalise des ventes records en haute joaillerie et montres de luxe avec à la clé une augmentation de ses parts de marché. La Maison célèbre son 140<sup>e</sup> anniversaire avec sa nouvelle campagne « Eternally reborn ». À Rome, les Thermes de Dioclétien servent

d'écrin à la présentation de la collection de haute joaillerie *Aeterna*, également liée à cette célébration. Bulgari y repousse les limites de son savoir-faire pour créer des pièces exceptionnelles. Le collier *Aeterna* de 140 carats, la pièce de haute joaillerie la plus précieuse vendue au cours de la décennie, met en lumière une expertise unique dans le travail du diamant au même titre que dans celui des pierres de couleur. Bulgari lance une nouvelle collection de joaillerie *Tubogas*, reprise contemporaine de son icône des années 1950, et dévoile *Octo Finissimo Ultra COSC* qui établit à nouveau le record de la montre la plus fine au monde. Des boutiques phares sont ouvertes à Costa Mesa (Californie), Dubaï, Riyad, Bangkok et Paris. Un film documentaire « Un joyau de l'Empereur » avec Priyanka Chopra Jonas, égérie de la Maison, dévoile les coulisses de la création de l'Hôtel Bulgari de Rome et met en valeur l'excellence de l'artisanat italien.

**TAG Heuer** affirme son statut d'horloger d'avant-garde grâce au lancement du chronographe à rattrapante *Monaco Split-Seconds* et renforce ses liens avec le monde du sport, en particulier dans le cadre du partenariat de 10 ans annoncé entre LVMH et la Formule 1. À noter le succès des éditions limitées *TAG Heuer Formula 1 x Kitb*, renaissance d'une icône des années 1980, et l'extension des lignes *Aquaracer* et *Carrera*. La Maison se relance dans la lunetterie avec *Thélios* et dévoile sa première collection lors de la LVMH Watch Week. Treize nouvelles boutiques sont ouvertes en 2024.

**Hublot** continue d'illustrer son expertise avec le lancement de pièces exceptionnelles comme la nouvelle *MP-10 Tourbillon Weight Energy System* ou la montre de poche visionnaire *Arsham Droplet*, imaginée en collaboration avec l'artiste Daniel Arsham. Un modèle *Big Bang* en matériaux recyclés est créé avec Novak Djokovic. « Official Timekeeper » de l'UEFA Euro 2024, la Maison s'associe aussi au navigateur Alan Roura pour le Vendée Globe 2024.

**Zenith** complète sa collection *Defy* avec une version chronographe dans la ligne *Defy Skyline* et la montre de plongée *Defy Extreme Diver* inspirée des premiers modèles des années 1960. La *Chronomaster Triple Calendar* vient ajouter une nouvelle complication dans la ligne *Chronomaster*.

**L'Épée 1839**, prestigieuse manufacture suisse d'horloges haut de gamme renfermant des mécanismes exceptionnels et de grandes complications horlogères, rejoint LVMH.

**Chaumet**, qui poursuit sa progression, bénéficie d'une belle couverture médiatique grâce à la création des médailles des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. À Venise, l'événement « *Chaumet en scène* » consacré à sa dernière collection de haute joaillerie remporte un grand succès commercial et en terme d'image. « *Chaumet & Nature* », première exposition de haute joaillerie de grande envergure au Qatar, s'ouvre en novembre. La Maison continue de développer sa collection *Bee My Love* qui poursuit une excellente dynamique et ouvre ses premières boutiques en Italie (Rome) et en Thaïlande (Bangkok).

**Fred** réalise de belles ventes sur ses pièces de haute joaillerie. Parmi les temps forts de l'année, le déploiement de la campagne « Fred, Joaillier Solaire », la présentation de la nouvelle collection de haute joaillerie *Monsieur Fred Ideal Light*, le lancement des colliers *Pretty Woman Sunlight Message* et le renouvellement de la collaboration avec Roland-Garros.

**Repossi** célèbre les dix ans de sa collection de haute joaillerie *Serti Sur Vide* et conclut un partenariat d'exception avec le Centre Pompidou pour rendre hommage à l'œuvre du sculpteur Brancusi.

### Perspectives

L'activité Montres et Joaillerie poursuit son objectif de gains de parts de marché. Dans un environnement économique et géopolitique toujours incertain, les Maisons maintiennent rigueur de gestion et sélectivité des investissements. Priorité est donnée à l'innovation et à la désirabilité des collections ainsi qu'au développement qualitatif des boutiques en propre. Le renforcement des capacités de production se poursuit avec l'extension en cours de la manufacture de Bulgari à Valenza et celle de Hublot à Nyon. **Tiffany & Co** continuera de soutenir

ses lignes iconiques avec le lancement de nouveaux modèles, notamment au sein des collections de *Bird on the Rock* et de Jean Schlumberger, tout en poursuivant la rénovation de son réseau de boutiques. Les ouvertures de boutiques phares à Tokyo (Ginza Tower) et à Milan (Monte Napoleone) seront des moments forts de l'année. **Bulgari** mettra à profit 2025, année du Serpent, selon l'astrologie chinoise, pour dérouler un programme d'événements autour de sa ligne iconique *Serpenti*, avec notamment une première exposition à Shanghai dès janvier. **TAG Heuer** activera à grande échelle le partenariat avec la Formule 1 signé en 2024. La Maison développera ses lignes iconiques et lancera une nouvelle génération de montre connectée. De nouveaux modèles horlogers d'exception aux technologies innovantes seront dévoilés. **Hublot** célébrera les 20 ans de la *Big Bang* avec des éditions limitées et une expérience immersive lors de sa présence au Salon Watches & Wonders. **Zenith** fêtera son 160<sup>e</sup> anniversaire. **Chaumet** renforcera la communication dédiée à sa collection *Bee My Love* et participera à l'Exposition universelle d'Osaka. **Fred** continuera de soutenir ses collections iconiques, notamment au travers de deux lancements majeurs pour *Force 10* et *Chance Infinie*. **Repossi** poursuivra le déploiement de son nouveau concept de boutiques à travers le monde.

## 5. Distribution sélective

En 2024, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective ont représenté 22% des ventes totales du groupe Financière Agache.

L'activité Distribution sélective est représentée par Sephora, premier distributeur au monde de la beauté sélective, Le Bon

Marché, grand magasin à l'atmosphère unique, situé à Paris, ainsi que Duty Free Shoppers (« DFS »), présent dans la distribution spécifiquement conçue pour la clientèle des voyageurs internationaux (« travel retail »).

### 5.1 Position concurrentielle

La distribution de la beauté est très fragmentée, couverte à la fois par des grandes enseignes spécialisées, des grands magasins, des sites internet et des parfumeries indépendantes.

### 5.2 Distribution et digitalisation

Sephora commercialise des produits de beauté. Les boutiques sont structurées en espaces dédiés au parfum, au maquillage, au soin de la peau et des cheveux, aux services. Les clients y ont la liberté d'essayer des produits, et peuvent bénéficier de recommandations sur mesure de la part des conseillères et conseillers beauté. La qualité de ce concept a permis à Sephora de conquérir la confiance des marques de Parfums et Cosmétiques.

Grâce à son réseau de distribution qui s'étend sur 34 pays et compte 2 175 boutiques au 31 décembre 2024, ses sites internet, ses applications mobiles et sa présence forte sur les réseaux sociaux,

la Maison conçoit une expérience de la beauté omnicanale, toujours plus innovante et personnalisée, offrant interactivité, flexibilité et fluidité dans le parcours d'achat.

DFS a développé son activité grâce à des partenariats avec les tour-opérateurs internationaux et avec les grandes marques de luxe. À travers ses concessions aéroportuaires et ses boutiques *Gallerias* de centre-ville qui assurent aujourd'hui approximativement les deux tiers de ses ventes, elle est notamment implantée aux États-Unis et dans les destinations touristiques de la région Asie-Pacifique.

## 5.3 Faits marquants 2024 et perspectives 2025

	2024	2023	2022
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>18 262</b>	<b>17 885</b>	<b>14 852</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	11	11	12
Europe (hors France)	12	9	9
États-Unis	46	46	44
Japon	1	1	1
Asie (hors Japon)	12	15	16
Autres marchés	18	18	18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>1 385</b>	<b>1 391</b>	<b>788</b>
<b>Marge opérationnelle courante</b> (en %)	<b>7,6</b>	<b>7,8</b>	<b>5,3</b>

### Faits marquants

La croissance de l'activité Distribution sélective est portée par la dynamique et les avancées continues de Sephora. DFS connaît des évolutions contrastées selon les régions.

**Sephora** réalise à nouveau une année remarquable avec une croissance à deux chiffres de ses ventes et de ses résultats, poursuivant ainsi ses gains de parts de marché. La Maison consolide son leadership en Amérique du Nord, son plus gros marché, et accomplit des performances exceptionnelles en France et dans les autres pays européens, au Moyen-Orient et dans des pays émergents comme le Brésil, le Mexique, la Turquie et la Thaïlande. Le Royaume-Uni, où Sephora a entamé son développement en 2021, est particulièrement dynamique avec une croissance soutenue et cinq nouvelles boutiques en 2024, dont une emblématique à Birmingham. En Chine, dans un contexte difficile, la stratégie de différenciation démontre sa pertinence comme l'illustre le succès du lancement de Fenty Beauty au printemps.

Si le maquillage reste la première catégorie de produits en termes de ventes, la croissance du parfum est solide, portée par de nombreuses innovations. Le soin des cheveux et le soin de la peau sont aussi en forte progression. Sephora lance ses programmes mondiaux «Clean at Sephora» et «Planet Aware at Sephora» qui proposent une sélection de marques respectant une grille de critères très exigeants en matière de formulation ou d'impact environnemental.

Le réseau de boutiques tire la croissance grâce à des rénovations ambitieuses et surtout aux nombreuses innovations au service de l'expérience client, telles que de nouveaux outils de diagnostic s'appuyant sur l'intelligence artificielle pour améliorer les recommandations des conseillers de vente auprès des clients, des animations avec les marques partenaires et la poursuite de la stratégie omnicanale. Plus de 120 boutiques en propre ont été

ouvertes en 2024, dont plusieurs boutiques phares, notamment en Italie, à Florence. Le succès de sa collaboration avec Kohl's aux États-Unis, très bénéfique pour les deux partenaires, se poursuit. Le e-commerce représente pour sa part près d'un quart de l'activité. Un investissement particulier est dédié à l'application web. Sephora continue d'innover pour inspirer sa communauté de 70 millions de clients fidèles, la plus importante à l'échelle mondiale dans le secteur de la beauté. L'événement *Sephoria* poursuit ainsi son déploiement mondial.

La Maison renouvelle son engagement avec la marque Rare Beauty à l'occasion de la Journée mondiale de la santé mentale et publie son premier rapport d'impact détaillant ses engagements environnementaux et sociétaux à travers le monde. Enfin, dans le cadre du partenariat de LVMH avec les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, 2024 est une année exceptionnelle pour Sephora en tant que partenaire du Relais de la Flamme puis maquilleur officiel du Parc des Champions et du Club France.

**DFS**, qui reste en-dessous de son niveau d'activité pré-covid de 2019, connaît une évolution contrastée en fonction des différentes destinations. La forte croissance enregistrée au Japon et dans les aéroports américains n'a pas compensé le recul des ventes dans des destinations clés comme Hong Kong et Macao. Celles-ci sont affectées par les conséquences du ralentissement de l'économie de leur pays sur les comportements d'achat des clients chinois. DFS a entrepris une série de mesures structurelles pour renforcer sa compétitivité en rationalisant ses opérations et en réaffectant ses ressources aux zones les plus profitables de manière à préserver son potentiel de croissance à long-terme. Parmi les temps forts de l'année, l'inauguration de la boutique de l'aéroport de Lombok en Indonésie et le démarrage du projet de *Galleria* de Yalong Bay sur l'île de Hainan. À Paris, **La Samaritaine** se transforme en un jardin d'hiver enchanteur pour les fêtes de fin d'année.

Portées par sa fidèle clientèle parisienne et une clientèle nationale et internationale en augmentation, les ventes du **Bon Marché** poursuivent leur progression grâce à la stratégie de différenciation du grand magasin : des concepts exclusifs et innovants, une offre sans cesse renouvelée. Une riche programmation culturelle soutient l'activité. L'Acte 1 de l'exposition «Aux Beaux Carrés, travaux *in situ*» de l'artiste français Daniel Buren, temps fort du début d'année, est prolongé par un Acte 2 durant la période des Jeux Olympiques. Peu avant l'été, à l'occasion de l'exposition «Tous Fadas sur la Rive gauche», Le Bon Marché et La Grande Épicerie de Paris mettent le cap sur Marseille et le Sud de la France pour célébrer le savoir-faire de la cité phocéenne et l'art de vivre à la provençale. À partir de septembre, Le Bon Marché accueille l'exposition «Paris Paris» qui met à l'honneur les créateurs de la capitale puis, à la nuit tombée, le spectacle exclusif «Entre Chiens et Louves», mêlant les arts du théâtre, de la danse et du cirque, fait son retour après le grand succès de 2023.

## Perspectives

**Sephora** continuera de déployer sa stratégie axée sur une sélection exigeante de marques et produits, une expérience client enrichie en ligne comme en boutique, un lien renforcé avec sa communauté fidèle, l'engagement et la formation permanente de ses collaborateurs, notamment les 40 000 qui se trouvent en boutiques au contact des clients. La Maison maintient son objectif de gains de parts de marché dans ses régions existantes tout en poursuivant le développement de ses marchés récents, notamment le Royaume-Uni. Les investissements technologiques et digitaux seront maintenus pour offrir aux clients le meilleur parcours omnicanal dans la beauté de prestige, y compris des projets pilotes en matière d'intelligence artificielle au service de l'excellence des collaborateurs et de la relation client. En multipliant les initiatives en direction de ses équipes et de ses

communautés, Sephora entend aussi maintenir son engagement fort pour la diversité, l'égalité et l'inclusion au cœur de sa raison d'être et de ses valeurs. **DFS** poursuit la rationalisation de ses opérations afin d'améliorer significativement sa rentabilité en l'absence de reprise solide de son marché à court-terme. La cessation d'activité en 2025 de la *Galleria* de Venise a été annoncée. Les principaux investissements porteront sur le projet de Yalong Bay, le renforcement des destinations phares en Asie et l'élévation continue de l'expérience client. Outre la qualité de son offre et de l'expérience proposée à ses clients, **Le Bon Marché** continuera de renforcer sa singularité en cultivant la dimension culturelle unique qui fait de lui un lieu de découverte à part entière. En janvier 2025, sa dixième carte blanche artistique sera confiée à l'artiste brésilien Ernesto Neto pour son exposition «Le La Serpent».

## 6. Autres activités

Sont regroupés ici notamment, le groupe Les Echos qui réunit des titres de référence de la presse économique et culturelle, Royal Van Lent, spécialisé dans le design et la construction de yachts

de haute qualité commercialisés sous la bannière Feadship, les activités hôtelières Cheval Blanc et Belmond, qui développent une collection d'hôtels d'exception.

# Commentaires sur les résultats et la situation financière de l'exercice

## Le Groupe

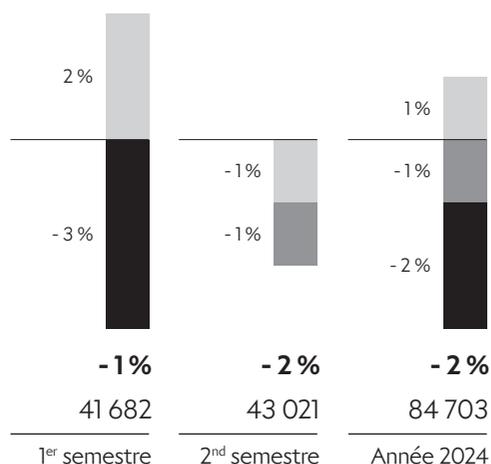
<b>1.</b>	<b>Commentaires sur le compte de résultat consolidé</b>	<b>20</b>
1.1	Analyse des ventes .....	20
1.2	Résultat opérationnel courant .....	21
1.3	Autres éléments du compte de résultat .....	23
<b>2.</b>	<b>Commentaires sur le bilan consolidé</b>	<b>24</b>
<b>3.</b>	<b>Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée</b>	<b>25</b>
<b>4.</b>	<b>Éléments de politique financière</b>	<b>27</b>
<b>5.</b>	<b>Investissements opérationnels</b>	<b>27</b>
5.1	Dépenses de communication et promotion .....	27
5.2	Frais de recherche et développement .....	27
5.3	Investissements industriels et dans les réseaux de distribution .....	28
<b>6.</b>	<b>Principaux établissements et propriétés foncières</b>	<b>28</b>
6.1	Production .....	28
6.2	Distribution .....	30
6.3	Établissements administratifs et immeubles locatifs .....	30
<b>7.</b>	<b>Événements postérieurs à la clôture</b>	<b>31</b>
<b>8.</b>	<b>Évolutions récentes et perspectives</b>	<b>31</b>

# 1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé

## 1.1 Analyse des ventes

### Évolution des ventes par semestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



- Croissance organique
- Variations de périmètre <sup>(a)</sup>
- Évolution des parités monétaires <sup>(a)</sup>

(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 23.

Les ventes de l'exercice 2024 s'élèvent à 84 703 millions d'euros, en baisse de 2% par rapport à l'exercice précédent. Elles ont été impactées négativement de 2 points par la baisse moyenne de nombreuses devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment celle du yen japonais, du peso argentin et de la lire turque.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans le groupe d'activités Mode et Maroquinerie, cession d'Off-White en septembre 2024 ; dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie, consolidation en mars 2024 de Pedemonte ; dans le groupe d'activités Distribution sélective, cession de Starboard en décembre 2023. Ces évolutions du périmètre de consolidation ont un effet négatif de 1 point sur l'évolution des ventes annuelles du Groupe.

À taux de change et périmètre comparables, les ventes sont en hausse de 1%.

### Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)

	2024	2023	2022
Euro	21	20	19
Dollar US	28	28	30
Yen Japonais	9	7	7
Hong Kong dollar	2	3	2
Autres devises	40	42	42
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation varie dans les proportions suivantes par rapport à l'exercice précédent : le poids du yen japonais augmente de 2 points à 9%, celui de l'euro augmente de 1 point à 21%. Le poids du dollar US est stable à 28%, tandis que ceux des autres devises et du Hong Kong dollar baissent respectivement de 2 points et 1 point pour s'établir à 40% et 2%.

### Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)

	2024	2023	2022
France	8	8	8
Europe (hors France)	17	17	16
États-Unis	25	25	27
Japon	9	7	7
Asie (hors Japon)	28	31	30
Autres marchés	13	12	12
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Par zone géographique, on constate une hausse de 2 points du poids relatif du Japon dans les ventes du Groupe qui s'établit à 9% et une hausse de 1 point du poids des autres marchés, à 13%. Les poids des États-Unis, de la zone Europe (hors France) et de la France restent stables, respectivement à 25%, 17% et 8%, tandis que celui de l'Asie (hors Japon) baisse de 3 points, à 28%.

### Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)

	2024	2023	2022
Vins et Spiritueux	5 862	6 602	7 099
Mode et Maroquinerie	41 060	42 169	38 648
Parfums et Cosmétiques	8 418	8 271	7 722
Montres et Joaillerie	10 577	10 902	10 581
Distribution sélective	18 262	17 885	14 852
Autres activités et éliminations	523	343	354
<b>Total</b>	<b>84 703</b>	<b>86 172</b>	<b>79 256</b>

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie comme suit : les poids des Vins et Spiritueux, de la Mode et Maroquinerie, et des Montres et Joaillerie baissent de 1 point et s'établissent respectivement à 7%, 48% et 12%, tandis que ceux de la Distribution sélective et des Parfums et Cosmétiques augmentent de 1 point, à 22% et 10%.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en baisse de 11% en données publiées. Impactées par un effet de change négatif de 3 points, les ventes de ce groupe d'activités ressortent en baisse de 8% à taux de change et périmètre comparables. Les ventes des champagnes et vins sont en baisse de 8% en données publiées et de 3% à taux de change et périmètre comparables, les ventes des cognac et spiritueux enregistrent une baisse de 15% en données publiées et de 14% à taux de change et périmètre comparables. L'Europe, les États-Unis et la Chine sont les régions les plus impactées par la baisse de la demande des consommateurs.

## 1.2 Résultat opérationnel courant

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Ventes	84 703	86 172	79 256
Coût des ventes	(27 947)	(26 895)	(25 039)
Marge brute	56 756	59 277	54 218
Charges commerciales	(31 001)	(30 768)	(28 151)
Charges administratives	(6 255)	(5 739)	(5 049)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	39	7	37
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>19 539</b>	<b>22 776</b>	<b>21 055</b>
<b>Taux de marge opérationnelle courante (en %)</b>	<b>23,1</b>	<b>26,4</b>	<b>26,6</b>

La marge brute du Groupe s'élève à 57 756 millions d'euros en diminution de 4% par rapport à l'exercice précédent ; le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 67,0%, en baisse de 1,8 point par rapport à 2023.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 31 001 millions d'euros, sont en hausse de 1% en données publiées et de 2% à taux de change et périmètre comparables. Le niveau de ces charges exprimé en pourcentage des ventes, à 36,6%, est en hausse de 0,9 point par rapport à l'exercice précédent.

Les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie sont en baisse de 1% en données organiques et de 3% en données publiées. Le Japon réalise d'excellentes performances, l'Europe (hors France) est en légère progression, tandis que les États-Unis et l'Asie (hors Japon) enregistrent une baisse des ventes. Loewe, Loro Piana et Rimowa réalisent des performances remarquables.

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 4% en données organiques et de 2% en données publiées. Le Japon, le Moyen-Orient et l'Europe sont les régions où la hausse des ventes est la plus forte.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en baisse de 2% en données organiques et de 3% en données publiées. Le Japon, la France et le Moyen-Orient sont les zones les plus dynamiques.

Les ventes des activités de Distribution sélective sont en hausse de 6% en données organiques et de 2% en données publiées. Sephora réalise d'excellentes performances dans la plupart des régions, notamment en Europe, aux États-Unis et au Moyen-Orient.

L'augmentation des charges commerciales provient principalement du développement des réseaux de distribution des Maisons. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 11,5% des ventes et sont en baisse de 3% à taux de change et périmètre comparables.

L'implantation géographique des boutiques évolue comme suit :

<i>(en nombre)</i>	2024	2023	2022
France	553	550	518
Europe (hors France)	1 254	1 213	1 108
États-Unis	1 193	1 128	1 054
Japon	510	497	496
Asie (hors Japon)	2 019	2 003	1 829
Autres marchés	778	706	659
<b>Total</b>	<b>6 307</b>	<b>6 097</b>	<b>5 664</b>

Les charges administratives s'élèvent à 6 255 millions d'euros, en hausse de 9% en données publiées et de 10% à taux de change et périmètre comparables. L'augmentation de ces charges provient en grande partie des coûts liés au partenariat avec les Jeux Olympiques Paris 2024, au plan d'actionnariat salarié LVMH Shares et à divers coûts, moindres, de nature non récurrente. Elles représentent 7,4% des ventes.

## Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2024	2023	2022
Vins et Spiritueux	1 356	2 109	2 155
Mode et Maroquinerie	15 230	16 836	15 709
Parfums et Cosmétiques	671	713	660
Montres et Joaillerie	1 546	2 162	2 017
Distribution sélective	1 385	1 391	788
Autres activités et éliminations	(649)	(434)	(274)
<b>Total</b>	<b>19 539</b>	<b>22 776</b>	<b>21 055</b>

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 19 539 millions d'euros, en baisse de 14 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes du Groupe s'élève à 23,1 %, en baisse de 3,4 points par rapport à l'exercice précédent.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant par rapport à l'exercice précédent est négatif de 1 079 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : (i) l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices ; (ii) la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises ; (iii) l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone euro.

### Vins et Spiritueux

	2024	2023	2022
Ventes (en millions d'euros)	5 862	6 602	7 099
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 356	2 109	2 155
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	23,1	31,9	30,4

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 356 millions d'euros, en baisse de 36 % par rapport au 31 décembre 2023. La part des champagnes et vins représente 766 millions d'euros et celle des cognac et spiritueux 589 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités est de 23,1 %.

### Mode et Maroquinerie

	2024	2023	2022
Ventes (en millions d'euros)	41 060	42 169	38 648
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	15 230	16 836	15 709
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	37,1	39,9	40,6

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 15 230 millions d'euros, en baisse de 10 % par rapport à l'exercice précédent. Louis Vuitton et Christian Dior Couture maintiennent un niveau de profitabilité exceptionnel. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités s'établit à 37,1 %.

### Parfums et Cosmétiques

	2024	2023	2022
Ventes (en millions d'euros)	8 418	8 271	7 722
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	671	713	660
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	8,0	8,6	8,5

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques s'élève à 671 millions d'euros, en baisse de 6 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités atteint 8,0 %.

### Montres et Joaillerie

	2024	2023	2022
Ventes (en millions d'euros)	10 577	10 902	10 581
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 546	2 162	2 017
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	14,6	19,8	19,1

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'élève à 1 546 millions d'euros, en baisse de 28 % par rapport à 2023. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités s'établit à 14,6 %.

### Distribution sélective

	2024	2023	2022
Ventes (en millions d'euros)	18 262	17 885	14 852
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 385	1 391	788
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	7,6	7,8	5,3

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est stable par rapport au 31 décembre 2023, à 1 385 millions d'euros, les très bonnes performances de Sephora partout dans le monde étant obérées par la dégradation observée chez DFS. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités atteint 7,6 %.

## Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 649 millions d'euros, à comparer à un montant négatif de 434 millions d'euros sur l'exercice

### 1.3 Autres éléments du compte de résultat

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Résultat opérationnel courant	19 539	22 776	21 055
Autres produits et charges opérationnels	(687)	(242)	(54)
Résultat opérationnel	18 852	22 534	21 002
Résultat financier	(799)	(946)	(925)
Impôts sur les bénéfices	(5 239)	(5 742)	(5 394)
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>	<b>12 814</b>	<b>15 847</b>	<b>14 682</b>
Part des minoritaires	(7 119)	(8 962)	(8 383)
<b>Résultat net, part du Groupe</b>	<b>5 695</b>	<b>6 885</b>	<b>6 299</b>

Les Autres produits et charges opérationnels représentent une charge nette de 687 millions d'euros contre 242 millions d'euros en 2023. En 2024, ils résultent principalement des amortissements et dépréciations de marques, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés ainsi que des moins-values de cession de sociétés consolidées.

Le résultat opérationnel du Groupe, à 18 852 millions d'euros, est en baisse de 16% par rapport à l'exercice précédent.

Le résultat financier est négatif de 799 millions d'euros au 31 décembre 2024 ; il était négatif de 946 millions d'euros au 31 décembre 2023. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui constitue une charge de 461 millions d'euros, contre 396 millions d'euros lors de l'exercice 2023, soit une détérioration de 76 millions d'euros résultant essentiellement de l'augmentation des taux d'intérêt ;

2023. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre les pôles hôtelier et média, les yachts Royal Van Lent ainsi que les activités immobilières du Groupe. En 2024, il inclut notamment les coûts liés au partenariat avec les Jeux Olympiques Paris 2024 et au plan d'actionnariat salarié de LVMH qui a connu un grand succès.

- des intérêts financiers sur dettes locatives enregistrés dans le cadre de la norme IFRS 16, en hausse notamment du fait de l'évolution des taux d'intérêt, qui représentent une charge de 510 millions d'euros, contre une charge de 393 millions d'euros un an auparavant ;
- des autres produits et charges financiers qui représentent un produit de 172 millions d'euros, contre une charge de 157 millions d'euros au titre de l'exercice 2023. Au sein de ceux-ci, la charge liée au coût des dérivés de change se monte à 281 millions d'euros, contre 401 millions d'euros un an auparavant. Par ailleurs, les effets des réévaluations des investissements et placements financiers sont positifs de 474 millions d'euros, contre un montant positif de 283 millions d'euros en 2023.

Le taux effectif d'imposition du Groupe en 2024 s'établit à 29,0%, en hausse de 2,4 points par rapport à l'exercice 2023, essentiellement en raison de l'évolution de la répartition géographique des résultats et de certaines charges en 2024 ne donnant pas lieu à déduction sur le plan fiscal. Il intègre en outre la mise en place, à compter de 2024, de l'imposition mondiale minimum, dite « Pilier 2 », pour un montant peu significatif.

La part du résultat net revenant aux minoritaires atteint 7 119 millions d'euros, contre 8 962 millions d'euros en 2023. Les intérêts minoritaires sont essentiellement constitués des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle directe et indirecte de Financière Agache, soit 52% de l'actionnariat de LVMH SE, des actionnaires de la société Christian Dior SE (4% au 31 décembre 2024) autres que Financière Agache, ainsi que des minoritaires de Moët Hennessy.

Ainsi, le résultat net, part du Groupe s'élève à 5 695 millions d'euros en 2024, en baisse de 17% par rapport à 2023 où il s'élevait à 6 885 millions d'euros.

#### 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 en déduisant des ventes de l'exercice :

- pour les acquisitions de l'exercice, les 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, les ventes réalisées au cours des mois durant lesquels les entités acquises n'étaient pas consolidées lors de l'exercice précédent ;

et en ajoutant :

- pour les cessions de l'exercice, les ventes de l'exercice précédent réalisées au cours des mois durant lesquels les entités cédées ne sont plus consolidées durant l'exercice ;
- pour les cessions de l'exercice précédent, les ventes réalisées durant l'exercice précédent par les entités cédées.

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

## 2. Commentaires sur le bilan consolidé

(en millions d'euros)	2024	2023	Variation
Immobilisations incorporelles	44 361	47 404	(3 042)
Immobilisations corporelles	29 684	27 039	2 646
Droits d'utilisation	16 613	15 673	941
Autres actifs non courants	12 627	10 508	2 119
<b>Actifs non courants</b>	<b>103 285</b>	<b>100 623</b>	<b>2 663</b>
Stocks	24 140	23 392	747
Trésorerie et équivalents de trésorerie	10 052	8 105	1 947
Autres actifs courants	17 730	15 688	2 042
<b>Actifs courants</b>	<b>51 922</b>	<b>47 186</b>	<b>4 736</b>
<b>Actif</b>	<b>155 207</b>	<b>147 809</b>	<b>7 399</b>

Le total du bilan consolidé du Groupe à fin décembre 2024 s'élève à 155,2 milliards d'euros, en hausse de 7,4 milliards d'euros par rapport au 31 décembre 2023.

Les immobilisations incorporelles s'établissent à 44,4 milliards d'euros, soit une baisse de 3,0 milliards d'euros par rapport à fin 2023. Les effets négatifs de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires, pour 4,4 milliards d'euros, sont compensés partiellement par les impacts positifs de la variation des cours de change pour 1,1 milliard d'euros et des variations de périmètre, soit 0,1 milliard d'euros. L'effet de la variation des cours de change résulte principalement de l'évolution de la parité du dollar US contre euro entre fin 2023 et fin 2024.

Les immobilisations corporelles, en hausse de 2,6 milliards d'euros, s'élèvent à 29,7 milliards d'euros à la clôture. Cette progression est imputable (i) aux investissements, nets des dotations aux amortissements et des cessions, qui s'élèvent à 2,0 milliards d'euros (les investissements sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie), (ii) aux variations de périmètre de l'exercice qui génèrent une hausse additionnelle de 0,1 milliard d'euros et (iii) à la variation des cours de change sur la période pour 0,4 milliard d'euros.

Les droits d'utilisation, à 16,6 milliards d'euros, sont en progression de 0,9 milliard d'euros par rapport au 31 décembre 2023. L'effet de la conclusion de nouveaux contrats et de la mise à jour de la dette locative au cours de la vie des contrats est supérieur de 0,5 milliard d'euros aux amortissements de l'exercice. La fluctuation des cours de change entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024 entraîne une hausse de 0,4 milliard d'euros. Les contrats de location de boutiques représentent 79 % des droits d'utilisation.

Les autres actifs non courants s'établissent à 12,6 milliards d'euros au 31 décembre 2024. La progression de 2,1 milliard d'euros

(en millions d'euros)	2024	2023	Variation
<b>Capitaux propres</b>	<b>73 619</b>	<b>65 590</b>	<b>8 029</b>
Dette financière à plus d'un an	12 363	11 480	883
Dettes locatives à plus d'un an	14 860	13 810	1 050
Autres passifs non courants	19 392	22 705	(3 312)
<b>Passifs non courants</b>	<b>46 615</b>	<b>47 995</b>	<b>(1 379)</b>
Dette financière à moins d'un an	12 098	11 727	371
Dettes locatives à moins d'un an	2 972	2 728	244
Autres passifs courants	19 903	19 769	134
<b>Passifs courants</b>	<b>34 973</b>	<b>34 224</b>	<b>749</b>
<b>Passif</b>	<b>155 207</b>	<b>147 809</b>	<b>7 399</b>

résulte notamment de l'augmentation des investissements financiers et des titres mis en équivalence pour 1,5 milliard d'euros et de celle des impôts différés actifs pour 0,6 milliard d'euros.

Les stocks sont en augmentation de 0,7 milliard d'euros essentiellement en lien avec l'évolution de l'activité sur l'exercice partiellement compensée, à hauteur de 0,8 milliard d'euros, par les dotations aux provisions pour dépréciations nettes des reprises. La variation des cours de change sur la période impacte à la hausse les stocks de 0,4 milliard d'euros. Voir également les Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée.

Les autres actifs courants progressent de 2,0 milliards d'euros pour s'établir à 17,7 milliards d'euros, notamment du fait de l'acquisition et de l'appréciation de la valeur de marché des placements financiers à hauteur de 0,9 milliard d'euros.

Les dettes locatives constatées en application d'IFRS 16 sont en hausse de 1,3 milliard d'euros par rapport au 31 décembre 2023. Cette évolution résulte notamment d'une hausse de 0,8 milliard d'euros liée aux conclusions nettes de contrats et d'une hausse de 0,5 milliard d'euros liée à l'évolution des cours de change.

Les autres passifs non courants, à 19,4 milliards d'euros, baissent de 3,3 milliards d'euros par rapport à leur niveau de 22,7 milliards d'euros fin 2023. Cette variation est imputable, pour 3,9 milliards d'euros, à la baisse de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires, qui s'établit à 8,1 milliards d'euros, à la suite de l'évolution des paramètres sur la base desquels sont établies les valorisations des dits engagements. Intervient également, en sens inverse, la hausse de 0,6 milliard d'euros des impôts différés passifs.

Enfin, les autres passifs courants hors dettes financières et locatives, en hausse de 0,1 milliard d'euros, s'élèvent à 19,9 milliards d'euros.

**Dettes financières nettes et capitaux propres**

<i>(en millions d'euros ou en pourcentage)</i>	2024	2023	Variation
Dettes financières à plus d'un an	12 363	11 480	883
Dettes financières à moins d'un an et instruments dérivés	11 969	11 832	136
<b>Dettes financières brutes après effet des instruments dérivés</b>	<b>24 332</b>	<b>23 312</b>	<b>1 019</b>
Trésorerie, équivalents de trésorerie et placements financiers	(17 505)	(14 278)	(3 227)
<b>Dettes financières nettes</b>	<b>6 827</b>	<b>9 034</b>	<b>(2 208)</b>
<b>Capitaux propres totaux (part du Groupe et minoritaires)</b>	<b>73 619</b>	<b>65 590</b>	<b>8 029</b>
<b>Ratio dettes financières nettes / Capitaux propres totaux</b>	<b>9,3%</b>	<b>13,8%</b>	<b>(4,5) pp</b>

Le total des capitaux propres s'élève à 73,6 milliards d'euros à fin décembre 2024, en hausse de 8,0 milliards d'euros par rapport à fin 2023. Le résultat de l'exercice, net des distributions de dividendes, contribue à cette progression pour 7,5 milliards d'euros. L'effet gains et pertes reconnus en capitaux propres est positif de 2,0 milliard d'euros.

Fin décembre 2024, la dette financière nette s'élève à 6,8 milliards d'euros et représente 9,3% du total des capitaux propres totaux, contre 13,8% fin 2023, soit une baisse de 4,5 points.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin décembre 2024 à 24,3 milliards d'euros, en augmentation de 1,0 milliard d'euros par rapport à fin 2023 sous l'effet notamment de l'émission de quatre souches obligataires par LVMH sur l'exercice pour un total de 3,0 milliards d'euros, qui excède le remboursement de 2,5 milliards d'euros au titre de deux emprunts obligataires LVMH arrivés à échéance au cours du premier semestre 2024 (emprunt de 1,3 milliard d'euros émis en 2020 et emprunt de 1,2 milliard d'euros émis en 2017). L'encours des titres de créance négociables à court terme – NEU Commercial Paper (NEUCP) et US Commercial Paper (USCP) – est relativement stable sur la période. La trésorerie et équivalents de trésorerie et les placements financiers s'élèvent à 17,5 milliards d'euros au 31 décembre 2024, supérieurs de 3,2 milliards d'euros aux 14,3 milliards atteints fin 2023. La dette financière nette diminue ainsi de 2,2 milliards d'euros au cours de l'exercice.

Au 31 décembre 2024, en complément du montant de 17,5 milliards d'euros de trésorerie, équivalents de trésorerie et placements financiers, le Groupe dispose d'un montant de lignes de crédit confirmées non tirées de 14,2 milliards d'euros. Ce dernier excède l'encours des programmes de titres de créances négociables à court terme (NEUCP et USCP), qui totalise 8,2 milliards d'euros à fin décembre 2024.

**3. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée**

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	Variation
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>27 179</b>	<b>29 483</b>	<b>(2 304)</b>
Coût de la dette financière nette : intérêts payés ou reçus	(372)	(493)	121
Dettes locatives : intérêts payés	(483)	(356)	(127)
Impôt payé	(5 573)	(5 746)	173
Variation du besoin en fonds de roulement	(2 049)	(4 667)	2 618
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>	<b>18 701</b>	<b>18 220</b>	<b>481</b>
Investissements d'exploitation	(5 535)	(7 480)	1 945
Remboursements de dettes locatives	(2 915)	(2 818)	(97)
<b>Cash-flow disponible d'exploitation (a)</b>	<b>10 251</b>	<b>7 922</b>	<b>2 329</b>
Investissements financiers et acquisitions et cessions de titres consolidés	(1 446)	(1 183)	(263)
Opérations en capital	(6 903)	(7 665)	762
<b>Variation de la trésorerie avant opérations de financement</b>	<b>1 903</b>	<b>(925)</b>	<b>2 828</b>

(a) Le cash-flow d'exploitation est défini au niveau du tableau de variation de la trésorerie consolidée. Outre la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation, il inclut les investissements d'exploitation et les remboursements de dettes locatives, le Groupe considérant ces deux éléments comme constitutifs de la variation de trésorerie générée par l'exploitation.

La capacité d'autofinancement de l'exercice s'élève à 27 179 millions d'euros, soit un recul de 2 304 millions d'euros par rapport aux 29 483 millions d'euros enregistrés un an plus tôt, essentiellement lié à celui du résultat opérationnel.

Après paiement de l'impôt, des intérêts financiers relatifs à la dette financière nette et aux dettes locatives et variation du besoin en fonds de roulement, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation atteint 18 701 millions d'euros, contre 18 220 millions d'euros sur l'exercice 2023.

Les intérêts payés sur la dette financière nette représentent un décaissement net de 372 millions d'euros, à comparer à 493 millions d'euros un an plus tôt; cette évolution découle notamment des modalités contractuelles de versement des intérêts et des émissions de titres de créance négociables à court terme (NEUCP et USCP) pendant l'exercice 2023.

L'impôt payé relatif aux opérations d'exploitation atteint 5 573 millions d'euros, en baisse de 173 millions d'euros par rapport aux 5 746 millions d'euros décaissés en 2023, en lien avec l'évolution de l'activité et des résultats.

La variation du besoin en fonds de roulement en 2024 représente une consommation de trésorerie de 2 049 millions d'euros, inférieure de 2 618 millions d'euros à celle de 2023. La variation du besoin en fonds de roulement en 2024 résulte essentiellement de la progression des stocks pour 1 232 millions d'euros, tandis que la diminution des dettes fournisseurs induit un besoin de 667 millions d'euros. Les autres créances et dettes génèrent un besoin de financement complémentaire de 392 millions d'euros. Ces effets sont partiellement compensés par la baisse des créances clients à hauteur de 242 millions d'euros. L'ensemble des groupes d'activités contribue à ces consommations de trésorerie, en particulier les Vins et Spiritueux et la Mode et Maroquinerie. L'évolution des stocks reflète un équilibre entre les actions menées pour maîtriser ceux-ci et la satisfaction des besoins futurs anticipés, en particulier pour les Vins et Spiritueux.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent sur l'exercice 2024 un débours de 5 535 millions d'euros, en réduction de 1 945 millions d'euros par rapport aux 7 480 millions d'euros déboursés sur l'exercice 2023 qui incluaient des acquisitions significatives d'immeubles à Paris et à Londres. Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent principalement les investissements des marques du Groupe dans leurs réseaux de distribution, notamment ceux de Louis Vuitton, Christian

Dior, Tiffany et Sephora. Ils comprennent également les investissements des Maisons de champagne, de Hennessy et de Parfums Christian Dior dans leur outil de production, ainsi que les investissements relatifs aux activités hôtelières du Groupe. En outre, un immeuble à Tokyo a été acquis, principalement en vue d'y exploiter des boutiques.

Les remboursements de dettes locatives se sont élevés à 2 915 millions d'euros en 2024, en hausse de 97 millions d'euros par rapport aux 2 818 millions d'euros observés à fin décembre 2023.

Sur l'exercice 2024, le cash-flow disponible d'exploitation<sup>(1)</sup> s'élève à 10 251 millions d'euros, en progression par rapport à l'exercice 2023, essentiellement du fait de l'évolution des niveaux d'investissements d'exploitation et de la variation du besoin en fonds de roulement.

En 2024, 1 446 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers, dont 553 millions d'euros relatifs aux acquisitions de titres consolidés.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 6 903 millions d'euros. Ce montant résulte de dividendes et acomptes versés dont 1 343 millions d'euros de dividendes en numéraires au cours de l'exercice par Financière Agache et 3 995 millions d'euros de dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées (il s'agit pour l'essentiel des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Financière Agache, des minoritaires de Christian Dior et de Diageo du fait de sa participation de 34% dans Moët Hennessy), auquel s'ajoutent les impôts relatifs aux dividendes versés entre les sociétés du Groupe, soit 328 millions d'euros. Les effets sur la trésorerie des acquisitions de titres d'intérêts minoritaires, incluant les transactions sur actions LVMH, sont négatifs de 1 304 millions d'euros.

L'excédent de trésorerie généré après toutes les opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'élève ainsi à 1 903 millions d'euros. Les opérations de financement relatives aux emprunts et dettes financières, ainsi qu'aux placements financiers, se sont traduites par décaissement net de 145 millions d'euros sur l'exercice. Après l'effet positif de 82 millions d'euros de la variation des parités monétaires sur les soldes de trésorerie, le niveau de trésorerie en fin de période est en hausse de 1 839 millions d'euros par rapport à fin 2023. Il atteint ainsi 9 690 millions d'euros à la clôture de l'exercice 2024.

(1) Le cash-flow disponible d'exploitation est défini au niveau du tableau de variation de la trésorerie consolidée. Outre la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation, il inclut les investissements d'exploitation et les remboursements de dettes locatives, le Groupe considérant ces deux éléments comme constitutifs de la variation de trésorerie générée par l'exploitation.

## 4. 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 de la flexibilité financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
  - un volant significatif de lignes de crédit confirmées non tirées de 14,2 milliards d'euros,
  - l'accès à la liquidité du Groupe grâce aux programmes de titres de créance négociables à court terme (NEU Commercial Paper et US Commercial Paper) mais aussi la capacité à faire appel aux marchés obligataires sur des maturités moyen et long terme, avec des spreads d'émission légèrement en hausse sur l'année dans un environnement de taux baissier,
  - la progression des capitaux propres totaux avant affectation du résultat, qui atteignent 73,6 milliards d'euros fin 2024, contre 65,6 milliards d'euros un an auparavant ;
- la préservation des actifs du Groupe :
  - le maintien d'un volume important de placements de trésorerie et équivalents de trésorerie auprès de contreparties bancaires diversifiées et de premier rang ou de fonds monétaires et autres actifs court terme de très bonne qualité de crédit. Une attention particulière a été portée à la rémunération de ces placements dans un contexte général de taux élevés,
  - 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'activité commerciale du Groupe et la couverture de la dette du Groupe. En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de se 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,

- la poursuite de la concentration des liquidités du Groupe grâce aux déploiements de *cash poolings* à travers le monde qui assurent une fluidité de ces liquidités au sein du Groupe et qui permettent une gestion optimisée des excédents ;
- une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux performances de l'année 2024 :
  - proposition du Conseil d'administration de soumettre à l'approbation de l'Assemblée générale un dividende de 250 euros par action au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2024, qui serait mis en paiement le 28 avril 2025.

La distribution aux actionnaires de la société Financière Agache au titre de l'année 2024 serait ainsi d'un montant total de 0,8 milliard d'euros en numéraire.

L'endettement net s'élève à 6,8 milliards d'euros fin 2024 contre 9,0 milliards un an auparavant. La dette nette diminue de 2,2 milliards d'euros, la baisse de la génération de trésorerie issue des opérations d'exploitation ayant été compensée par une progression limitée du besoin en fonds de roulement ainsi que par la maîtrise des investissements d'exploitation.

## 5. Investissements opérationnels

### 5.1 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 :	2024	2023	2022
– En millions d'euros	9 763	10 222	9 585
– En % des ventes	11,5	11,9	12,1

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.

### 5.2 Frais de recherche et développement

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

(en millions d'euros)	2024	2023	2022
Frais de recherche et développement	205	202	172

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.

## 5.3 Investissements industriels et dans les réseaux de distribution

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 suivantes, en valeur absolue et en pourcentage de la capacité d'autofinancement générée par l'activité du Groupe :

Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles :	2024	2023	2022
– En millions d'euros	5 524	7 537	4 948
– En % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité	20	26	19

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 boutiques. La commercialisation des produits des autres marques du Groupe est assurée par des agents, grossistes ou distributeurs pour les activités de gros, ainsi que par un réseau de boutiques en propre ou de franchises pour les activités de vente au détail.

En 2024, outre les acquisitions d'actifs immobiliers, les investissements d'exploitation ont principalement porté sur les points de vente. Le réseau total de boutiques du Groupe est passé de 6 097 en 2023 à 6 288 boutiques en 2024.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, en complément des renouvellements nécessaires de barriques et d'équipements industriels, les investissements de 2024 concernent également la poursuite des investissements en Champagne (initiés en 2012) ainsi que de la construction de chais à barriques principalement chez Hennessy et Glenmorangie.

## 6. Principaux établissements et propriétés foncières

### 6.1 Production

#### 6.1.1 Vins et Spiritueux

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

<i>(en hectares)</i>	2024		2023	
	Total	<i>Dont en production</i>	Total	<i>Dont en production</i>
<b>France</b>				
Appellation Champagne	1 868	1 665	1 870	1 650
Appellation Cognac	185	164	185	162
Vignobles provençaux	391	303	395	310
Vignobles bordelais	201	153	201	150
Vignobles bourguignons	12	12	11	11
<b>International</b>				
Californie (États-Unis)	644	466	623	454
Argentine	1 525	849	1 714	919
Australie, Nouvelle-Zélande	609	530	601	581
Brésil	198	121	198	121
Espagne	119	74	119	74
Chine	68	60	68	60
Inde	4	2	4	2

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 » et distilleries, des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques des Vins et Spiritueux ou à ses opérations de production en France, au Royaume-Uni, en Pologne, en Argentine, aux États-Unis, en Australie, en Chine, en Nouvelle-Zélande, au Brésil, en Inde et en Espagne. L'ensemble représente environ 1 168 500 m<sup>2</sup> en France et 368 900 m<sup>2</sup> à l'étranger.

## 6.1.2 Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses trente-six ateliers de fabrication de maroquinerie et souliers ainsi que de son atelier de création de parfums, qui se trouvent essentiellement en France ; des ateliers importants sont également situés près de Barcelone en Espagne, près de Porto au Portugal, à Fiesso en Italie, à San Dimas, Alvarado et Irwindale aux États-Unis. L'ensemble des ateliers et entrepôts en propriété représente environ 249 100 m<sup>2</sup>.

Fendi est propriétaire en Italie de ses sites de production de maroquinerie et de souliers près de Florence et à Fermo, ainsi que de l'immeuble Palazzo Fendi à Rome regroupant la boutique historique ainsi qu'une activité hôtelière.

Celine possède également des installations de production et de logistique ainsi que des bureaux situés à Vigonza et dans le Chianti en Italie, à Radda et Greve.

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

Loro Piana détient plusieurs ateliers de production en Italie ainsi qu'un site à Oulan-Bator en Mongolie.

Rimowa est propriétaire de ses bureaux, ateliers de production et entrepôts en Allemagne, en République Tchèque et au Canada. L'ensemble des biens en propriété représente environ 70 500 m<sup>2</sup>.

Christian Dior Couture possède onze ateliers de fabrication (dont huit en Italie, un en Allemagne et deux en France) et un entrepôt en France. Ces biens en propriété représentent près de 71 100 m<sup>2</sup>.

LVMH Métiers d'Art est propriétaire de plusieurs fermes d'une surface d'environ 220 hectares, en Australie et aux États-Unis, ainsi que de tanneries et ateliers de production d'environ 37 300 m<sup>2</sup> en France, en Italie et au Portugal. Thélios possède

deux ateliers de lunetterie de 20 000 m<sup>2</sup> en Italie et de 1 600 m<sup>2</sup> en France.

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

## 6.1.3 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 et à Chartres en France, sont la propriété de Parfums Christian Dior, l'ensemble représentant environ 171 100 m<sup>2</sup>.

Guerlain possède à Chartres un site de production, d'une surface de 20 000 m<sup>2</sup>. Un autre centre de production à Orphin en France, d'une superficie de 10 500 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>, 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 Hershham au Royaume-Uni.

## 6.1.4 Montres et Joaillerie

TAG Heuer détient deux ateliers en Suisse, l'un à Cornol et l'autre à Chevenez, pour une superficie totale d'environ 4 700 m<sup>2</sup>.

Zenith est propriétaire de la Manufacture où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle (Suisse).

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

Bulgari est propriétaire de ses ateliers de production en Italie et en Suisse ainsi que de terrains d'une superficie d'environ 54 300 m<sup>2</sup> en Italie.

Chaumet est propriétaire de plusieurs ateliers de production à Valenza en Italie, d'une superficie d'environ 5 100 m<sup>2</sup>.

Tiffany est propriétaire de ses ateliers de production aux États-Unis, en France, au Cambodge, au Vietnam, à l'Île Maurice et au Botswana et d'un entrepôt aux États-Unis. Ces biens en propriété représentent environ 74 500 m<sup>2</sup>.

Pedemonte est propriétaire de quatre ateliers de production en Italie pour une superficie d'environ 8 700 m<sup>2</sup>.

Les installations des autres marques du groupe d'activités (Fred) sont en location.

## 6.2 Distribution

La distribution des produits du Groupe est réalisée principalement dans des boutiques exclusives. Ce réseau de boutiques est le plus souvent en location, le Groupe n'étant que très exceptionnellement propriétaire des murs. Au cours de l'exercice 2024, une acquisition immobilière à Tokyo a été réalisée par les sociétés holdings du Groupe, principalement en vue d'y exploiter des boutiques.

### 6.2.1 Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins de Paris, Tokyo, Osaka, Hawaï, Guam, Séoul, Cannes, Saint-Tropez, Gênes ; l'ensemble représente près de 23 100 m<sup>2</sup>.

Christian Dior Couture est propriétaire des murs de certains de ses magasins en France, en Corée, au Japon, en Angleterre, en Australie, en Suisse et en Espagne ; l'ensemble représente plus de 21 000 m<sup>2</sup>.

Celine, Fendi et Berluti sont également propriétaires de magasins, à Paris et en Italie.

### 6.2.4 Autres activités

Le Groupe est propriétaire des hôtels Cheval Blanc à Saint-Barthélemy et à Paris, ainsi que de la Résidence de la Pinède à Saint-Tropez. Belmond possède vingt-cinq hôtels, dont huit en Italie.

Au 31 décembre 2024, le réseau de boutiques du Groupe est réparti de la façon suivante :

<i>(en nombre de boutiques)</i>	2024	2023	2022
France	553	550	518
Europe (hors France)	1 254	1 213	1 108
États-Unis	1 193	1 128	1 054
Japon	510	497	496
Asie (hors Japon)	2 019	2 003	1 829
Autres marchés	778	706	659
<b>Total</b>	<b>6 307</b>	<b>6 097</b>	<b>5 664</b>

### 6.2.2 Montres et Joaillerie

Tiffany est propriétaire des murs d'une de ses boutiques aux États-Unis.

### 6.2.3 Distribution sélective

Le Bon Marché est propriétaire de ses magasins, ce qui représente une surface totale d'environ 79 700 m<sup>2</sup>.

La Samaritaine est propriétaire du magasin à Paris pour une surface d'environ 30 700 m<sup>2</sup>.

DFS est propriétaire de ses magasins de Guam, des Îles Mariannes et d'Hawaï.

<i>(en nombre de boutiques)</i>	2024	2023	2022
Mode et Maroquinerie	2 357	2 271	2 155
Parfums et Cosmétiques	747	739	536
Montres et Joaillerie	958	920	865
Distribution sélective	2 219	2 145	2 086
<i>Dont : Sephora</i>	<i>2 175</i>	<i>2 100</i>	<i>2 037</i>
<i>Autres, incluant DFS</i>	<i>47</i>	<i>45</i>	<i>49</i>
Autres	26	22	22
<b>Total</b>	<b>6 307</b>	<b>6 097</b>	<b>5 664</b>

## 6.3 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, Christian Dior Couture, Parfums Christian Dior et Zenith.

Le Groupe est propriétaire de l'immeuble où se trouve le siège social de LVMH avenue Montaigne à Paris. Il détient également trois immeubles à New York d'une surface totale d'environ 20 400 m<sup>2</sup> de bureaux et quatre immeubles à Londres d'une surface d'environ 3 500 m<sup>2</sup> de bureaux. Ces ensembles sont occupés par des entités appartenant au Groupe.

Le Groupe est également propriétaire d'immeubles locatifs à vocation de bureaux à Osaka, Paris et Londres dont les surfaces respectives sont d'environ 2 000 m<sup>2</sup>, 1 200 m<sup>2</sup> et 1 000 m<sup>2</sup>. Ces bâtiments sont loués à des tiers.

La Samaritaine et Le Bon Marché sont propriétaires de surfaces de bureaux à Paris pour un total respectif de 31 475 m<sup>2</sup> et 18 900 m<sup>2</sup>.

## 7. Événements postérieurs à la clôture

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2024 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 11 avril 2025.

## 8. Évolutions récentes et perspectives

Malgré un contexte géopolitique et macroéconomique encore incertain, le groupe Financière Agache reste confiant et maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques, porté par une politique continue d'innovation et d'investissement ainsi que par une exigence extrême de qualité de ses produits, de leur désirabilité et de la sélectivité de leur distribution.

Fort de la grande réactivité de ses équipes, de leur esprit entrepreneurial et de la bonne répartition entre les zones géographiques où se situent ses clients, le Groupe se fixe l'objectif d'accroître encore en 2025 son avance sur le marché mondial du luxe.



# Facteurs et gestion des risques

<b>1.</b>	<b>Facteurs de risques</b>	<b>34</b>
1.1	Risques liés aux opérations ou à l'activité .....	35
1.2	Risques liés à l'environnement externe .....	39
1.3	Risques financiers .....	43
<b>2.</b>	<b>Politique d'assurance</b>	<b>45</b>
2.1	Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation .....	45
2.2	Assurance transport .....	45
2.3	Assurance responsabilité civile .....	45
2.4	Couverture des risques spéciaux .....	46
<b>3.</b>	<b>Procédures d'évaluation et de contrôle mises en place</b>	<b>46</b>
3.1	Organisation .....	46
3.2	Systèmes d'information et de communication .....	48
3.3	Procédures de contrôles comptables, internes et externes .....	49
3.4	Formalisation et pilotage des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne .....	49
3.5	Prévention et détection de la fraude .....	50

## 1. Facteurs de risques

Les facteurs de risques auxquels est exposé le groupe Financière Agache dont la matérialisation pourrait mettre en péril sa capacité à exercer ses activités habituelles et à mener à bien sa stratégie, sont présentés au sein de trois catégories :

- les risques liés aux opérations ou à l'activité ;
- les risques liés à l'environnement externe ;
- les risques financiers.

Seuls les risques importants, au regard, à la fois, de leur probabilité de survenance et de leur impact négatif pour le Groupe, sont présentés ci-après. L'importance des risques a été évaluée après prise en considération des mesures de prévention et de gestion des risques mises en place par le Groupe. Les risques ont été positionnés selon leur niveau de criticité, s'échelonnant de 3 (risque modéré) à 1 (risque critique).

Nature des risques	Description du risque	Niveau de criticité <sup>(a)</sup>	Voir §
Risques liés aux opérations ou à l'activité	Risques liés aux produits ou à une communication en inadéquation avec l'image des Maisons	1	1.1.1
	Risques liés à l'accès et aux prix des matières premières	2	1.1.2
	Risques liés à la cybersécurité	2	1.1.3
	Risques liés à la gestion des talents et à la disparition de compétences stratégiques	3	1.1.4
Risques liés à l'environnement externe	Risques liés à l'environnement géopolitique et économique	1	1.2.1
	Risques liés au changement climatique	1	1.2.2
	Risques liés à l'interruption d'activité	2	1.2.3
	Risques liés à la contrefaçon et aux réseaux de distribution parallèles	2	1.2.4
Risques financiers	Risques liés à la conformité avec la loi et la réglementation	2	1.2.5
	Risques liés au change	1	1.3.1
	Risques liés à la liquidité et à l'évolution des taux d'intérêt	3	1.3.1
	Risques liés à la politique fiscale	3	1.3.2

(a) 1 : Critique ; 2 : Important ; 3 : Modéré.

Par ailleurs, les impacts, risques et opportunités induits par le modèle d'affaires du Groupe sont décrits dans le *Rapport du durabilité* – Informations générales, § 3.3.3.

## 1.1 Risques liés aux opérations ou à l'activité

Les risques opérationnels – et leur gestion – sont pour l'essentiel localisés au niveau de LVMH et de ses filiales.

### 1.1.1 Risques liés aux produits ou à une communication en inadéquation avec l'image des Maisons

Description du risque	Gestion du risque
<p>La notoriété et la réputation des marques reposent sur la qualité et l'exclusivité des produits et de leurs modes de distribution ainsi que sur la politique de communication mise en œuvre. Des produits, des modes de production, des réseaux de distribution et des modes de communication en inadéquation avec l'image des marques 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 2024 s'élève à 42,4 milliards d'euros (contre 45,6 milliards d'euros à fin 2023).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Groupe exerce une vigilance constante à l'égard de l'utilisation inappropriée par des tiers du nom de ses marques notamment via l'enregistrement systématique des marques et principaux noms de produits ainsi qu'une communication visant à limiter le risque de confusion entre les marques du Groupe et des marques de même nom.</li> <li>• Le Groupe soutient et développe la notoriété de ses Maisons 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 en mettant en avant la spécificité de chaque Maison.</li> <li>• Le Groupe encadre les interventions dans les médias des dirigeants et porte-parole, y compris pour les Maisons, en définissant des règles et des bonnes pratiques encadrant chaque interview et veillant à préserver la réputation d'une Maison ou du Groupe.</li> <li>• Le Groupe met en œuvre à chaque étape de la production un processus de contrôle et d'audit qualité exigeant et sélectionne ses sous-traitants selon les critères les plus élevés en termes de qualité des produits et des modes de production.</li> <li>• Enfin, le Groupe met en place un processus de validation strict des investissements publicitaires (visuels, types de support, médias...).</li> </ul>
<p>La circulation dans les médias ou sur les réseaux sociaux d'informations préjudiciables au Groupe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Groupe effectue une veille constante des médias et des réseaux sociaux par des prestataires spécialisés qui agissent soit au niveau des plateformes, des éditeurs, ou des rédacteurs pour faire corriger dans les meilleurs délais des informations qui seraient inexactes et qui seraient préjudiciables pour l'image du Groupe ou de la Maison concernée. À noter que ce dispositif de veille est complété par des équipes internes et externes qui œuvrent à la détection de ces risques et prennent les mesures de correction nécessaires en lien avec les services concernés/impliqués (juridique, digital, achats, média, presse, réseaux sociaux...). À cela s'ajoute le maintien permanent d'un dispositif de gestion de crise.</li> <li>• Les actions menées par le Groupe visent la mise en place d'un environnement et d'un cadre juridique adaptés 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.</li> </ul>
<p>Les comportements inappropriés de la part des ambassadeurs des marques, des collaborateurs, des distributeurs ou des fournisseurs du Groupe ainsi que le non-respect des règles de conformité (Sapin II, RGPD, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les collaborateurs et les Maisons sont sensibilisés au respect des règles éthiques dans le Groupe par la diffusion de Codes de conduite, chartes et outils complémentaires, notamment : les Codes de conduite Agache, Christian Dior et LVMH, les Codes de conduite Fournisseurs et Partenaires commerciaux Agache, Christian Dior et LVMH, la Charte LVMH sur les relations de travail avec les mannequins et les outils complémentaires permettant d'appréhender et d'appliquer ces principes (voir <i>Rapport de durabilité – Social</i>, § 2.2).</li> <li>• Les contrats de distribution du Groupe encadrent strictement ces aspects, faisant également l'objet de contrôles réguliers via des audits de terrain de la part des Maisons.</li> <li>• LVMH s'engage également dans une démarche de gestion responsable des approvisionnements.</li> </ul>

## 1.1.2 Risques liés à l'accès et aux prix des matières premières

### Description du risque

Le Groupe dépend fortement de matières premières et de ressources naturelles rares et précieuses, souvent difficiles d'accès. Elles sont essentielles à la conception des produits.

Ces ressources sont menacées par le changement climatique qui impacte les écosystèmes naturels ainsi que les communautés locales. De la même façon, la performance du Groupe peut être impactée par la variation du prix des matières premières (raisins, cuir, coton, or) et autres éléments constitutifs du prix de revient, comme l'énergie (pétrole, gaz, électricité) ou les coûts de main d'œuvre et autres composants de production.

### Gestion du risque

- À l'instar des savoir-faire stratégiques, le Groupe a développé une politique d'internalisation d'une partie de l'approvisionnement en matières premières stratégiques (vignobles champenois, investissements effectués par LVMH Métiers d'Art pour les activités Mode et Maroquinerie).
- La qualité et la régularité des approvisionnements des matières premières stratégiques dépendent notamment de la capacité du Groupe à préserver les ressources végétales et animales ainsi que les écosystèmes associés. C'est dans ce sens que LVMH a défini dans le cadre du programme LIFE 360 des stratégies traçabilité et biodiversité. Ainsi le Groupe s'engage dans une amélioration continue de la traçabilité des matériaux jusqu'à leur origine permettant de mieux appréhender le risque d'approvisionnement.
- Le Groupe déploie également une politique de certification de la totalité des approvisionnements en matières premières stratégiques d'ici 2026 en sélectionnant les standards garantissant les meilleures pratiques sociales et environnementales comme la préservation des écosystèmes, la lutte contre de la déforestation et le changement climatique. LVMH collabore avec des initiatives sectorielles comme Textile Exchange ou le Leather Working Group pour augmenter de manière continue le niveau d'exigence des standards.
- Le Groupe a également lancé un programme de préservation des écosystèmes avec un objectif de couvrir 5 millions d'hectares en 2030 notamment via le déploiement ambitieux de l'agriculture régénératrice au sein de ses filières.
- Le groupe LVMH s'est doté en 2019 d'une charte spécifique en cours de révision fixant les exigences pour les approvisionnements en matière première d'origine animale.
- Le Groupe déploie une politique ambitieuse d'audits environnementaux et sociaux de ses fournisseurs et a pour objectif d'instaurer des relations de long terme.
- Depuis 1996, des accords interprofessionnels ont instauré une réserve qualitative afin de faire face aux irrégularités des récoltes et sécuriser les approvisionnements en raisins en Champagne (voir la partie *Présentation des activités, faits marquants et perspectives*, §1.3.1).
- Les Maisons établissent des relations de partenariats durables auprès de leurs fournisseurs, notamment via le département Recherche et Développement pour les Maisons de Parfums et Cosmétiques, via les partenariats avec les éleveurs pour les Maisons de Mode et Maroquinerie, ou encore via les contrats d'approvisionnement pluriannuels en raisins et eaux-de-vie dans le secteur des Vins et Spiritueux.
- Le Groupe a sécurisé la part métaux précieux du coût de production des activités de Montres et Joaillerie via l'achat de couvertures auprès de banques, ou la négociation du prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs ou des producteurs.
- Le contexte géopolitique pourrait perturber les chaînes d'approvisionnement. Dans ce cadre volatile, les équipes du Groupe ont travaillé à une plus grande flexibilisation des sources d'approvisionnement sur les matières et produits les plus sensibles et critiques en mettant en place des solutions régionales.

### 1.1.3 Risques liés à la cybersécurité

#### Description du risque

Le Groupe est exposé à des risques cyber pouvant résulter de cyberattaques opportunistes ou ciblées, de malveillances internes, d'expositions non intentionnelles de données ou encore de dommages collatéraux dus à des tiers, partenaires ou fournisseurs, que ce soit des actes de malveillances issus de ces tiers, ou parce que ces tiers sont eux-mêmes victimes de cyberattaques.

La menace cybercriminelle ne cesse d'augmenter, motivée principalement par des gains financiers et parfois renforcée par un contexte de tensions politiques et géopolitiques. Dans ce contexte, le Groupe subit une part croissante de tentatives d'actions ciblées. Qu'elle qu'en soit l'origine, la matérialisation des risques cyber peut se traduire par la perte, la corruption ou la divulgation de données sensibles, telles que des informations relatives aux produits, aux clients, ou aux données financières. Ces risques peuvent également mener à une indisponibilité partielle ou totale de certains systèmes, désorganisant les processus et activités concernés, ou encore à des tentatives de déstabilisation par des dénis de service ou à la publication de contenus faux ou inappropriés. Ainsi les risques cyber peuvent avoir des conséquences financières, réputationnelles, contractuelles ou légales.

#### Gestion du risque

- Le Groupe a défini une méthode globale d'analyse des risques cyber, et conduit des analyses et cartographies de risques cyber au niveau de ses différentes Maisons et de façon consolidée au niveau du Groupe. Ces analyses s'appuient sur une taxonomie d'une vingtaine de risques communs à l'ensemble des Maisons dont il émerge quatre risques majeurs pour le Groupe. Cela a conduit à la définition ou au renforcement de principes directeurs de cybersécurité qui se déclinent dans une gouvernance, des politiques et la mise en œuvre de solutions et de services de sécurité globaux, à travers des grands programmes de sécurité. Outre ces études et ces plans d'action communs, la cybersécurité est désormais intégrée dans tous les nouveaux projets (sécurité « by design »).
- Par ailleurs, la sécurité est appréciée sur l'ensemble du Groupe, à travers des évaluations périodiques de conformité suivant des référentiels internationaux et des référentiels internes adaptés au contexte et aux politiques du Groupe, ainsi que des programmes d'audits comportant notamment des tests de pénétration et des « red teams ». La performance en matière de réponse à incident est également suivie et mesurée.
- Le Groupe a implémenté et opère des services et solutions de sécurité permettant une défense en profondeur des infrastructures et des données, notamment des solutions de surveillance des annuaires, de protection des postes de travail et serveurs (EDR – Endpoint Detection & Response/EPP – Endpoint Protection Platform), de détection de la surface d'attaque exposée (EASM – External Attack Surface Management), de filtrage des flux réseaux et flux internet (pare-feux, proxy), d'accès distant sécurisé, de détection des flux réseaux suspects (NDR – Network Detection & Response).
- Devant la forte croissance du nombre de vulnérabilités logicielles publiées régulièrement par les éditeurs, le Groupe a également mis en place un service de gestion opérationnel des vulnérabilités (dit VOC – Vulnerability Operation Center) incluant des dispositifs de veille, scanning, détection, consolidation, priorisation et remédiation des vulnérabilités.
- La sécurité des environnements « cloud » a été largement renforcée pour accompagner le mouvement général vers le « cloud » des Systèmes d'information. Celle-ci comprend une surveillance des architectures et configurations des environnements, afin de détecter d'éventuelles non-conformités aux politiques en vigueur, des expositions non souhaitées et diverses autres vulnérabilités. Un effort important a été fait sur la gestion de l'identité et des accès, via notamment la fédération d'identités, l'authentification multi-facteurs et le SSO (Single Sign On), ainsi que la protection des comptes à privilèges à travers des solutions de gestion de type « Bastions ».
- En complément des solutions, des actions ont été entreprises pour améliorer la cyber-résilience des architectures et réduire les impacts en cas de cyberattaque par exemple, à travers une segmentation plus importante des réseaux pour cloisonner et contenir la latéralisation éventuelle en cas d'attaque, ou en protégeant les dispositifs de sauvegardes de façon à réduire les impacts potentiels en cas d'attaque de type ransomware.

Description du risque	Gestion du risque
Le Groupe peut être exposé à la survenance d'un manquement dans la mise en œuvre des obligations relatives à la protection des données à caractère personnel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les programmes globaux de cybersécurité ont permis d'implémenter un ensemble de dispositifs de sécurité sur le volet protection, mais aussi en matière de détection et de réponse aux incidents à travers un service central de SOC/CERT (Security Operation Center – Computer Emergency Response Team). En effet, une approche basée principalement sur de la prévention n'est pas suffisante car il n'est pas possible d'empêcher la survenue de la totalité des scénarios de risques. Une capacité de détection et de réponse est essentielle, lorsqu'un incident survient, pour en réduire fortement les impacts. Ce service ouvert à l'ensemble des Maisons assure, en 24/7 et partout dans le monde, la consolidation et la surveillance d'événements de sécurité afin d'identifier des scénarios suspects et d'orchestrer au plus vite les investigations et réponses nécessaires. Outre la détection des signaux anormaux, ces services aident les Maisons à répondre aux incidents avérés et à gérer des cyber-crisis, pour ce qui concerne les incidents les plus graves.</li> <li>• Le Groupe conduit régulièrement des actions de formation et d'entraînement à la gestion de cyber-crisis et a initié un programme global de sensibilisation. Il réalise des campagnes d'audit, des tests d'intrusion et communique un kit méthodologique appelé « Plan de continuité des opérations » (concernant le rôle des équipes cybersécurité et du CISO (Chief Information Security Officer), voir ci-après « Systèmes d'information et de communication », § 3.2).</li> <li>• Le Groupe a déployé six grands principes, édictés dans les Codes de conduite Agache et dans ceux de Christian Dior et LVMH publiés en avril 2024. Ces principes sont précisés dans une Charte Vie Privée LVMH, à paraître au premier trimestre 2025. L'un de ses principes, le « principe de sécurité », impose de recenser, évaluer et documenter les risques liés aux données personnelles. Des mesures de sécurité doivent alors être mises en œuvre pour garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité de ces données (voir <i>Rapport de durabilité – Social</i>, § 4.6).</li> </ul>

### 1.1.4 Risques liés à la gestion des talents et à la disparition de compétences stratégiques

Description du risque	Gestion du risque
<p>Le Groupe est caractérisé par ses Maisons, dont le succès repose sur des savoir-faire uniques et parfois ancestraux. Cette chaîne de compétences est garante de la haute qualité des produits vendus dans le monde entier et de la réputation des Maisons.</p> <p>La pérennité des savoir-faire pourrait être menacée par la disparition de métiers traditionnels et des compétences stratégiques, notamment dans les domaines de la maroquinerie et de l'horlogerie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afin de préserver et promouvoir ces savoir-faire, le Groupe mène des actions en faveur de la transmission et de la valorisation de ces métiers, 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 les faire connaître auprès du grand public, d'attirer de futurs talents et d'assurer le développement continu des compétences des collaborateurs internes (voir <i>Rapport de durabilité – Social</i>, § 1.5).</li> <li>• Afin de protéger et développer l'accès des Maisons de Mode et de Maroquinerie aux matières premières et aux savoir-faire d'excellence qui leur sont indispensables, LVMH Métiers d'Art investit et accompagne dans la durée les meilleurs de ses fournisseurs (voir <i>Présentation des activités, faits marquants et perspectives</i>, § 2.4).</li> </ul>

Description du risque	Gestion du risque
<p>La mise en œuvre de notre stratégie de croissance, d'internationalisation et de digitalisation repose sur la capacité du Groupe à identifier les talents en adéquation avec ses besoins et à attirer et retenir ces profils prometteurs dans un environnement très concurrentiel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Groupe s'efforce en permanence de créer les conditions permettant à ses collaborateurs de développer tout leur potentiel au service de son succès. Le Groupe veille tout particulièrement à l'adéquation des profils et des responsabilités, à la formalisation des revues annuelles de performance des collaborateurs, au développement des compétences par la formation continue et la promotion de la mobilité interne (voir <i>Rapport de durabilité</i> – Social, § 1.5).</li> <li>• La croissance, l'engagement et la fidélisation des collaborateurs sont au cœur des objectifs stratégiques du Groupe. Ainsi, favoriser l'attachement au Groupe et à ses valeurs permet d'encourager la fidélisation des talents. La politique RH du Groupe place le développement des talents au cœur de ses priorités, reconnaissant le rôle essentiel de la mobilité interne et des formations dans l'intégration et la rétention des collaborateurs.</li> </ul>

## 1.2 Risques liés à l'environnement externe

### 1.2.1 Risques liés à l'environnement géopolitique et économique

Description du risque	Gestion du risque
<p>L'instabilité géopolitique et macroéconomique peuvent perturber les activités de production, les flux logistiques et touristiques ainsi que l'ouverture des boutiques, impactant négativement les activités du Groupe.</p> <p>Par ailleurs, une éventuelle augmentation des droits de douane sur les produits de luxe pourrait impacter la compétitivité du Groupe dans certaines régions du monde.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans un contexte géopolitique et économique incertain, la stratégie du Groupe reste centrée sur le renforcement continu de la désirabilité de ses marques, sur l'excellence de sa distribution et sur la réactivité de son organisation. Les atouts du Groupe pour faire face à ce type de crises sont une politique exigeante de qualité pour toutes les réalisations, ainsi que le dynamisme et la créativité incomparable des équipes.</li> <li>• En outre, la répartition des activités du Groupe dans toutes les zones géographiques et dans des secteurs d'activités diversifiés (voir Note 24 de l'Annexe aux comptes consolidés) permet également de limiter son exposition et d'amortir les chocs et les perturbations induites par ce type de crise.</li> <li>• Enfin, le Groupe est peu présent dans des zones instables politiquement. Il importe de souligner que l'activité du Groupe est répartie principalement sur trois zones géographiques, l'Asie, l'Europe occidentale et les États-Unis, favorisant un équilibre géographique des activités et une compensation entre zones.</li> </ul>

## 1.2.2 Risques liés au changement climatique

### Description du risque

Les risques environnementaux et particulièrement le changement climatique peuvent impacter les écosystèmes, provoquer l'épuisement des ressources naturelles essentielles à la fabrication des produits, mettre en péril la continuité de chaînes d'approvisionnements et interrompre l'activité.

### Gestion du risque

- Les effets du changement climatique sont susceptibles d'impacter les activités du Groupe, notamment au sein des chaînes d'approvisionnement. Le programme LIFE 360 structure l'engagement d'atténuation et d'adaptation au changement climatique et suit également les recommandations de la TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures).
- Le Groupe a mis en œuvre une gouvernance au plus haut niveau avec la validation et le suivi de la stratégie climat par le Comité durabilité et gouvernance, le Comité exécutif et le Conseil d'administration de LVMH, et un suivi par le Comité d'audit de la performance de Christian Dior SE.
- Le Groupe conduit chaque année une analyse approfondie en double matérialité des risques liés au changement climatique. D'un côté, le Groupe mesure annuellement l'empreinte carbone de la totalité de sa chaîne de valeur et d'un autre, conduit une analyse sur cette même chaîne de valeur afin d'identifier et de quantifier financièrement les risques physiques et de transition selon plusieurs scénarios climatiques. Par ailleurs, le Groupe s'est doté d'un outil permettant d'analyser l'ensemble des coordonnées GPS des sites physiques de sa chaîne de valeur (dont les boutiques et les sites logistiques ou de production) pour évaluer les risques associés.
- Le Groupe s'est fixé des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre couvrant les scopes 1, 2 et 3 approuvés par l'initiative Science Based Targets en 2021. Par ailleurs, le Groupe s'est doté d'un plan de transition climat (*Rapport de durabilité – Environnement*, § 2.2). Il s'appuie notamment sur un plan de labellisation des matières premières les plus impactantes, et d'un plan d'action de la réduction des consommations d'énergie des sites et boutiques, de transports moins impactants et du Fonds Carbone.
- Le Groupe met en place un plan d'action 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 : de la modification des dates de vendange à 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), et plus largement l'enjeu majeur de la disponibilité en eau.
- La forte dépendance du Groupe aux ressources naturelles le pousse à déployer depuis plusieurs années une politique d'approvisionnement durable et de préservation des matières premières, notamment pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques, Mode et Maroquinerie, et Montres et Joaillerie. Cette politique vise aussi à accélérer le déploiement de pratiques agricoles régénératives permettant d'accroître la capacité des sols à stocker du carbone et à avoir un impact climat positif. Le Groupe participe par ailleurs à la préservation d'écosystèmes à haute valeur ajoutée en dehors de ses filières d'approvisionnement comme dans le bassin amazonien. Par ailleurs, conformément aux objectifs LIFE 360, les Maisons généralisent l'éco-conception des produits (*Rapport de durabilité – Environnement*, § 6.1) et s'appuient également sur LVMH Circularity (*Rapport de durabilité – Environnement*, § 6.2) qui vise la réinjection en boucle fermée des matières revalorisées afin de limiter l'utilisation de ressources naturelles.

### 1.2.3 Risques liés à l'interruption d'activité

Description du risque	Gestion du risque
<p>Dans le cadre de ses activités de production, de stockage et de distribution, le Groupe est exposé à la survenance d'accidents et de sinistres tels que les incendies, les dégâts des eaux, les catastrophes naturelles ou la non-disponibilité des systèmes d'information de nos partenaires pouvant entraîner une interruption des activités.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 du Groupe (notamment les responsables sécurité, qualité ou environnement).</li> <li>• La protection des actifs du Groupe s'inscrit dans une politique de prévention appliquant les normes de sécurité les plus élevées (Norme incendie FM Global et NFPA).</li> <li>• En concertation avec ses assureurs, le Groupe adopte l'approche dite RHP (Risques hautement protégés) afin 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 (voir également <i>Rapport de durabilité – Environnement</i>).</li> <li>• La sécurité industrielle des installations sur lesquelles le Groupe intervient constitue une priorité absolue. La gestion de ces risques bénéficie d'une attention constante et d'investissements dédiés. Des audits réguliers sont effectués sur nos installations industrielles et nos sites classés Seveso, assurant ainsi une surveillance rigoureuse et continue de leur conformité et de leur sécurité.</li> <li>• En complément sont aussi identifiés et quantifiés pendant les audits de prévention les risques dits « catnat » (tempête, inondation, tremblement de terre, feu de forêt...) Ces risques peuvent générer des surcoûts d'assurance importants.</li> <li>• Des plans de prévention et de protection intègrent, en outre la continuité des activités et des plans de secours.</li> <li>• Toutes les Maisons du Groupe bénéficient d'un accompagnement spécifique sur ce sujet, notamment grâce au programme « BCP Accelerator » qui leur offre un support méthodologique de premier ordre pour l'identification des scénarios à travailler en priorité (dont ceux liés à l'indisponibilité IT de nos prestataires). Le contrôle du « Plan de continuité » figure parmi les contrôles clés à déployer impérativement dans chacune des Maisons du Groupe et dont l'efficacité doit être testée chaque année depuis 2020.</li> </ul>

## 1.2.4 Risques liés à la contrefaçon et aux réseaux de distribution parallèles

### Description du risque

La contrefaçon ou la copie des produits des marques, des savoir-faire et méthodes de production du Groupe peuvent entraîner un effet défavorable immédiat sur le chiffre d'affaires et le résultat et, progressivement, nuire à l'image de marque des produits concernés et à la confiance des consommateurs.

De même, des produits du Groupe, notamment les articles de maroquinerie et les Parfums et Cosmétiques peuvent être distribués, en dehors de la volonté du Groupe, dans des réseaux de distribution parallèles, y compris les réseaux de vente sur internet.

### Gestion du risque

- Pour agir contre la contrefaçon des produits, le Groupe procède à un enregistrement systématique des droits de propriété intellectuelle (par exemple, les marques, dessins et modèles), que ce soit en France ou dans les autres pays, et développe une collaboration étroite, dans les pays concernés, avec les autorités gouvernementales, les douanes, les spécialistes de ces questions (par exemple, les avocats et enquêteurs), et les acteurs du monde digital (par exemple, les plateformes de e-commerce) que le Groupe sensibilise aux conséquences néfastes de la contrefaçon.
- Les actions réalisées par la lutte anti-contrefaçon visent à protéger la réputation et les droits de propriété intellectuelle de nos Maisons, mais aussi les consommateurs, qui peuvent être les victimes des contrefacteurs, parfois même au péril de leur santé (voir notamment les campagnes de sensibilisation de l'Unifab).
- Le Groupe est 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 (voir notamment *Rapport de durabilité – Gouvernance*, § 1.5).
- Le Groupe et certains acteurs de l'internet coopèrent afin d'améliorer la protection des droits de propriété intellectuelle du Groupe et de combattre la publicité et la vente en ligne des produits de contrefaçon.
- Le Groupe lutte également 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.

## 1.2.5 Risques liés à la conformité avec la loi et la réglementation

### Description du risque

Les lois et réglementations applicables aux différentes activités du Groupe, tant en France qu'à l'étranger, sont multiples, complexes et en constante évolution. Le non-respect de celles-ci peut conduire à des procédures et litiges et induire des pénalités financières – certaines à l'échelle du Groupe – et avoir un impact négatif sur les activités des Maisons ou leur image et celle du Groupe.

### Gestion du risque

- Le Groupe assure une veille juridique dans les différents domaines du droit applicables à ses activités afin d'anticiper et prendre en compte les évolutions réglementaires, tant en France qu'à l'étranger. Cette veille est assurée à la fois en interne, à travers les directions juridiques du Groupe, et avec des ressources externes. Le Groupe dispose d'une communauté de juristes dans de nombreux pays, au sein de la Holding LVMH et dans les Maisons. La direction Juridique de LVMH est organisée en pôles d'expertise (droit boursier et droit des sociétés, M&A et droit des affaires, droit de la concurrence, propriété intellectuelle, IT Privacy Digital), et dispose d'équipes à Hong Kong, New York, Séoul, Shanghai et Tokyo. Le Groupe s'appuie également, dans le monde entier, sur des avocats spécialisés reconnus pour leur excellence dans leurs domaines d'expertise.
- La direction Juridique travaille en étroite collaboration avec les directions Corporate Affairs, Éthique & Compliance, et Lutte anti-contrefaçon, qui contribuent activement par leur activité à la veille juridique et au respect des lois et réglementations. Ces trois directions font partie de la Direction Administration Générale & Affaires Juridiques dont le directeur est membre du Comité exécutif du groupe LVMH et est directement rattaché au Président-directeur général. Des sensibilisations au respect des lois et réglementations sont dispensées au sein de la Holding et des Maisons, notamment en matière d'éthique et conformité (deux nouveaux modules de formation obligatoires ont été déployés en 2024 pour accompagner la publication du nouveau Code de conduite et de la Charte Anticorruption de LVMH), de *privacy* et de droit de la concurrence.

Description du risque	Gestion du risque
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parmi les différents sujets d'intérêt, le Groupe a suivi attentivement l'évolution des réglementations et leur application en matière de propriété des marques, de technologie, de politique commerciale et de sanctions internationales, de distribution et concurrence ainsi qu'en matière de responsabilité sociale et environnementale (notamment en France, avec la mise en œuvre des lois « Anti-gaspillage et économie circulaire » et « Climat et résilience », et au niveau européen, avec les initiatives législatives du « Green Deal » et celles liées au devoir de vigilance des entreprises).</li> <li>• Quant au devoir de vigilance, le Groupe a renforcé en 2024 le pilotage de sa démarche de vigilance à travers la mise en place d'une gouvernance dédiée impliquant tous les niveaux du Groupe, du Conseil d'administration aux communautés opérationnelles dans les Maisons, et la création d'une nouvelle direction exclusivement consacrée au devoir de vigilance. La démarche de vigilance du groupe est détaillée dans le Plan de vigilance.</li> </ul>

## 1.3 Risques financiers

### 1.3.1 Risques liés au change, à la liquidité et à l'évolution des taux d'intérêt

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 liés à son activité, ses financements ou ses investissements. Cette gestion, pour LVMH et ses filiales, est pour l'essentiel centralisée au niveau de la société LVMH ou de la filiale assurant la gestion centralisée de la trésorerie de LVMH. Les risques et leur gestion sont présentés au Comité d'audit de la performance de LVMH. Les décisions de couverture sont prises selon un processus

clairement établi et font l'objet de présentations régulières au Comité exécutif de LVMH, et d'une documentation détaillée. Pour le reste du Groupe, la gestion est centralisée au niveau de la société Financière Agache. Les risques et leur gestion sont présentés au Conseil d'administration de Financière Agache. 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 (middle office 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.

#### Risques liés au change

Description du risque	Gestion du risque
<p>Les fluctuations de change entre l'euro, devise dans laquelle est libellée la majeure partie des dépenses de production du Groupe, et les principales devises dans lesquelles sont libellées les ventes du Groupe (en particulier le dollar US, la livre sterling, le dollar de Hong Kong, le renminbi chinois et le yen japonais) peuvent modifier significativement le montant de ces ventes et les résultats du Groupe exprimés en euros. Voir Note 23.8 de l'annexe aux comptes consolidés pour l'analyse de sensibilité du résultat net à la variation des principales devises auxquelles est exposé le Groupe.</p> <p>Le Groupe est exposé au risque de change patrimonial lié à la détention d'actifs substantiels en devises. Voir l'analyse de l'exposition du Groupe au risque de change patrimonial en Note 23.8 de l'annexe aux comptes consolidés pour les principales devises concernées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'exposition au risque de change est gérée de manière active, afin de réduire la sensibilité à des variations défavorables des cours, en mettant en place des couvertures qui revêtent principalement la forme de produits optionnels et, le cas échéant, de ventes à terme. Les niveaux de couverture des flux prévisionnels 2025 pour les principales devises de facturation sont présentés en Note 23.8 de l'annexe aux comptes consolidés. Ces niveaux s'élèvent à 73% en moyenne pour les trois premières devises de risque que sont le dollar US, le renminbi chinois et le yen japonais.</li> <li>• 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.</li> </ul>

## Risques liés à la liquidité et à l'évolution des taux d'intérêt

### Description du risque

Le Groupe pourrait rencontrer des difficultés d'accès à la liquidité nécessaire pour honorer ses engagements financiers, voir Note 23.9 de l'annexe aux comptes consolidés pour la ventilation des passifs financiers par échéance contractuelle.

Le Groupe pourrait subir une hausse de ses coûts de financement à la suite d'une hausse des taux d'intérêt. Voir les analyses respectivement en Notes 19.3 et 19.6 de l'annexe aux comptes consolidés présentant (i) la dette financière par échéance et nature de taux, et (ii) la sensibilité du coût de la dette financière nette aux variations de taux d'intérêt.

### Gestion du risque

- Au 31 décembre 2024, le montant de la dette financière à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés, soit 12,1 milliards d'euros, est inférieur au solde de 17,5 milliards d'euros de trésorerie et équivalents et placements financiers.
- En outre, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 14,2 milliards d'euros.
- Le Groupe a accès à une base d'investisseurs diversifiée (obligations et placements privés court terme), à des financements à long terme, et bénéficie de la qualité de ses relations bancaires, matérialisée ou non par des lignes de crédit confirmées. Enfin, LVMH dispose d'une très bonne qualité de crédit, reflétée par ses deux ratings (Aa3/P1 chez Moody's et AA-/A1+ chez Standard & Poor's).
- Le risque de taux est géré par la mise en place de swaps ou par l'achat d'instruments optionnels (protections contre la hausse des taux) destinés à limiter les effets négatifs d'une évolution défavorable des taux. Les contrats d'emprunts et dettes financières ne sont assortis d'aucune clause spécifique susceptible d'en modifier significativement les conditions.

## 1.3.2 Risques liés à la politique fiscale

### Description du risque

Du fait de son implantation mondiale, le Groupe est soumis à des réglementations fiscales complexes et variées. En tant que Groupe exportateur, il est exposé au risque d'absence de consensus au sein des pays dans lesquels il exerce son activité, concernant notamment la définition et la localisation de la valeur pour les besoins de la répartition des bases d'imposition. Ceci peut entraîner des situations de double imposition.

La multiplication, la complexité et l'instabilité de la réglementation fiscale et de son interprétation notamment dans un contexte de concurrence fiscale internationale et de refonte des règles de fiscalité internationale sous l'impulsion de l'OCDE, de l'Union européenne et des gouvernements nationaux, sont autant de facteurs de risques auxquels le Groupe est confronté.

### Gestion du risque

- La politique fiscale du Groupe est en adéquation avec les principes directeurs décrits dans les Codes de conduite du Groupe. Le Groupe s'engage à respecter les lois et règlements en vigueur dans les pays dans lesquels il exerce son activité en s'appuyant sur la direction Fiscale du Groupe et les directions Financières des Maisons, assistées de conseils externes le cas échéant.
- La politique fiscale du Groupe reflète l'activité réelle et le développement du Groupe, tout en préservant sa compétitivité. Par ces activités, le Groupe participe au développement des territoires dans lesquels il est implanté notamment au travers de sa contribution fiscale. Outre l'impôt sur les bénéfices, le Groupe paye et collecte de nombreux autres impôts et contributions notamment des taxes sur le chiffre d'affaires, droits de douanes et d'accises, taxes sur les salaires, impôts fonciers et autres impôts locaux spécifiques à chaque pays, s'inscrivant dans le cadre de la contribution économique du Groupe au profit des territoires dans lesquels il opère.
- Le Groupe s'engage à adopter une attitude transparente vis-à-vis des autorités fiscales et à leur fournir les informations pertinentes leur permettant de mener à bien leur mission. Le Groupe respecte les obligations de « reporting pays par pays » et transmet les informations requises aux administrations fiscales conformément aux dispositions applicables.
- Depuis 2022, LVMH s'est engagé avec l'administration fiscale française dans le dispositif du « partenariat fiscal », un programme de conformité coopérative qui démontre l'engagement à long terme du Groupe en faveur de la transparence et du dialogue vis-à-vis des autorités fiscales françaises, en contrepartie d'une sécurisation en amont de ses positions fiscales à enjeu.

## 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 de 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 maximal 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 proches de 0,15 % du chiffre d'affaires consolidé.

En 2024, le marché d'assurance continue sa stabilisation tarifaire, permettant une hausse du budget assurance contenue à 2%.

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, terrorisme, violence politique, cyber, fraude, construction, transport, crédit et responsabilité civile.

### 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 Maisons Belmond et Tiffany conservent leurs propres programmes pour des raisons économiques.

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 6 à 24 mois. La limite de garantie de ce programme est de 1,2 milliard d'euros par sinistre, ce montant ayant été déterminé d'après l'analyse des sinistres maximaux possibles du Groupe.

Les garanties « événements naturels », accordées dans le cadre du programme mondial d'assurance de dommages du Groupe sont à présent de 20 à 150 millions d'euros par sinistre et par an (selon les régions géographiques et les types d'événements).

En complément de ces garanties, un programme dédié, de type « paramétrique », a également été souscrit pour couvrir certains risques d'intensité très coûteux ou bien des garanties limitées sur le marché d'assurance traditionnel. Les risques couverts par ce programme sont les tremblements de terre au Japon et en Californie, ainsi que les tempêtes aux États-Unis et aux Caraïbes. La limite de garantie est de 260 millions de dollars US par an.

Ces niveaux de garantie sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.

### 2.2 Assurance transport

Les entités opérationnelles du Groupe sont couvertes par un contrat d'assurance transport « Stock et Transit ». La limite de garantie du programme s'élève à 100 millions d'euros par sinistre.

### 2.3 Assurance responsabilité civile

Le Groupe a mis en place, pour l'ensemble de ses filiales dans le monde entier, un programme d'assurance responsabilité civile. Ce programme a été conçu pour répondre au mieux, compte tenu de l'offre disponible sur les marchés mondiaux d'assurance des grandes entreprises, aux risques identifiés par le Groupe. Les niveaux de couverture sont conformes à ceux des sociétés dont les activités sont comparables.

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

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

par les différents États. Dans certaines conditions et limites, le Groupe couvre, directement ou à travers un contrat d'assurances, la responsabilité que ses dirigeants et collaborateurs pourraient

encourir à titre personnel, individuellement ou solidairement, à l'égard de tiers en cas de faute professionnelle commise dans l'exercice de leurs fonctions.

## 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, du risque crédit client, des actes de terrorisme et violence politique, des risques de pertes ou corruptions de données

informatiques, et au sens plus large tous les risques «cyber», des risques liés aux projets de constructions immobiliers, ou risques liés à l'environnement sont assurées par des polices dédiées au niveau mondial ou local.

## 3. Procédures d'évaluation et de contrôle mises en place

### 3.1 Organisation

#### 3.1.1 La gestion des risques et les activités de contrôle dans la société Financière Agache

##### L'environnement de contrôle

Compte tenu de son intégration au sein d'un groupe disposant des compétences nécessaires à son administration, Financière Agache a recours aux services spécialisés de la société Agache qui couvrent principalement les domaines stratégique, juridique, financier et comptable. Une convention de prestation de services a été conclue à cet effet avec la société Agache.

Pour ce qui concerne les prestations externes au Groupe, l'Assemblée générale de Financière Agache a nommé deux cabinets de premier plan pour le Commissariat aux comptes, exerçant par ailleurs des fonctions identiques chez Christian Dior et chez LVMH.

##### Les éléments clés des procédures de contrôle interne

La maîtrise des risques se base en premier lieu sur une revue régulière des risques encourus par la Société afin de permettre une adaptation des procédures de contrôle interne. Compte tenu de l'activité de la Société, les systèmes de contrôle interne ont notamment pour but de prévenir les risques d'erreur et de fraude dans les domaines comptable et financier. Les principes suivants guident l'organisation de la Société :

- des délégations de pouvoir très limitées, très précises et connues des contreparties ; des sous-délégations réduites au minimum ;
- un contrôle juridique en amont de la signature des contrats ;
- une séparation de l'ordonnement des dépenses et du paiement ;
- des paiements sécurisés ;
- des règles de procédures connues des utilisateurs potentiels ;
- des bases de données intégrées (une seule saisie pour tous les utilisateurs) ;
- des contrôles fréquents, internes et externes.

##### Le contrôle interne relatif à l'élaboration de l'information financière et comptable de la société mère

Les comptes sociaux et consolidés font l'objet d'instructions précises et d'un système de remontée d'informations permettant de traiter une information exhaustive dans les délais appropriés. Les contrôles exhaustifs réalisés au niveau du palier de sous-consolidation Christian Dior et LVMH garantissent l'intégration de l'information.

##### Le contrôle juridique

Les titres détenus dans les filiales font l'objet d'un rapprochement régulier entre le service Comptabilité de la Société et la direction Juridique.

#### 3.1.2 Organisation du dispositif de gestion des risques et du contrôle interne de LVMH

LVMH rassemble cinq principaux groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective. Les Autres activités regroupent principalement le pôle média, la construction et commercialisation de yachts de luxe, les activités hôtelières, immobilières et les sociétés holdings. Ces groupes d'activités sont constitués d'entités de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, implantées sur tous les continents. L'autonomie des marques, 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 :

- les sociétés du Groupe, dont la société mère LVMH SE, sont responsables de leurs propres systèmes de gestion des risques et de contrôle interne ; LVMH SE assure en outre un rôle de coordination et d'impulsion couvrant l'ensemble du Groupe ;

elle met à disposition une méthodologie et un référentiel communs, et une plateforme applicative d'évaluation des risques et du contrôle interne ; par ailleurs, une sensibilisation sur des thématiques en lien avec le contrôle interne est assurée tout au long de l'année ;

- Le Président d'une Maison est responsable de la gestion des risques et du contrôle interne de l'ensemble des filiales qui contribuent, au plan mondial, à l'activité de la marque ; par délégation, chaque Président de filiale l'est pour ses activités propres.

### 3.1.3 Organisation et acteurs propres à l'information financière et comptable

#### Au niveau de Financière Agache

La direction Financière du Groupe supervise la production des comptes sociaux et consolidés de Financière Agache. Ces derniers intègrent Christian Dior (avec un pourcentage de 96 %) et donc LVMH.

#### Au niveau de Christian Dior

Comme indiqué précédemment, Christian Dior est une société holding qui détient directement une participation de 42 % dans le capital de LVMH. Société cotée, LVMH est dotée d'une gouvernance qui contrôle elle-même l'intégrité et la pertinence de son information financière. Son organisation est décrite en détails ci-après. Au niveau de la société Christian Dior, l'information financière destinée aux marchés financiers (analystes financiers, investisseurs, actionnaires individuels, autorités de marché) est assurée sous le contrôle de la direction Financière de la Société, qui supervise également la production des comptes sociaux et consolidés, ainsi que la publication du Rapport annuel et du Rapport financier semestriel. Cette information est strictement encadrée par les règles de marché en vigueur, et notamment le principe d'égalité de traitement des investisseurs.

#### Au niveau de LVMH

La gestion des risques et le contrôle interne relatifs à l'information comptable et financière sont sous la responsabilité des directions suivantes de la direction Financière de LVMH : Comptabilité et Consolidation, Contrôle de gestion, Financement et Trésorerie, Fiscalité et Communication financière. L'information comptable et financière repose sur les Systèmes d'information rattachés à la Direction générale de LVMH, qui participe à une gestion appropriée du risque inhérent à cette fonction.

La **fonction comptable et consolidation** est responsable de la production et de l'établissement des comptes sociaux de LVMH SE et des sociétés des holdings de contrôle des participations de LVMH, des comptes consolidés et des publications trimestrielles, semestrielles et annuelles, en particulier le Rapport financier semestriel et le Document d'enregistrement universel. Dans ce cadre, la fonction normes et pratiques comptables définit les normes comptables du Groupe, veille à leur diffusion et à leur application et met en place les formations nécessaires. La fonction

consolidation coordonne également la mission des Commissaires aux comptes de LVMH.

La **fonction contrôle de gestion** est responsable de la coordination du processus budgétaire, de ses ré-estimés établis en cours d'année, du plan stratégique à cinq ans ainsi que des tests de perte de valeur des actifs immobilisés. La fonction contrôle de gestion produit le reporting mensuel de gestion, ainsi que toutes les analyses nécessaires à la Direction générale ; elle assure également le suivi des investissements et du cash-flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques. La fonction contrôle de gestion est, de par ses attributions et la structure du reporting qu'elle produit, un acteur essentiel du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques financiers.

La **direction des Financements et de la Trésorerie** est responsable de l'application de la politique financière de LVMH qui comprend la gestion optimisée du bilan, la stratégie de financement, la maîtrise des frais financiers, le placement des excédents de trésorerie et la gestion des risques de liquidité, de marchés (taux et change) et de contrepartie (voir *Commentaires sur les résultats et la situation financière de l'exercice – Le Groupe*, § 4. Éléments de politique financière et § 1.3.1 Risques liés au change, à la liquidité et à l'évolution des taux d'intérêt ci-dessus). Plus particulièrement, cette direction assure la centralisation des disponibilités excédentaires des sociétés, et les financements court et moyen terme des filiales. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change. Une organisation et des procédures spécifiques ont été mises en place pour mesurer, gérer, consolider et contrôler ces risques de marché. Ainsi, la distinction entre front office, back office et middle office ainsi que l'existence d'une cellule de contrôle indépendante rapportant au à la directrice Contrôle de gestion, Reporting et Consolidation, sont les garants du respect de la séparation des tâches. Cette organisation s'appuie sur un système d'informations intégré qui permet un contrôle efficace des opérations de couverture. Le dispositif de couverture est présenté régulièrement au Comité exécutif de LVMH ainsi qu'au Comité d'audit de la performance de LVMH.

La **direction Fiscale** veille au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, assiste les différents groupes d'activités et sociétés du Groupe, et propose des solutions fiscales adaptées à leurs transactions commerciales et à leur activité économique. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale et assure le reporting unifié des données fiscales.

La **direction de la Communication financière** est responsable de la transmission et de la coordination des informations financières de LVMH. Elle assure notamment la relation avec la communauté financière (analystes financiers et extra-financiers, actionnaires institutionnels et individuels) visant à donner à celle-ci une compréhension claire, transparente et précise de la performance et des perspectives de LVMH. 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, Club des Actionnaires...). Elle a aussi pour rôle de fournir à la

Direction générale et au Comité d'audit de LVMH les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel.

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, opère et maintient des réseaux et systèmes de télécommunications globaux, des centres d'hébergement informatiques et des applications transversales partagées par l'ensemble du Groupe. Elle supervise, en coopération avec les filiales, la création d'un plan à trois ans des Systèmes d'information par groupe d'activités et société. Elle définit des orientations stratégiques en matière de cybersécurité, élabore et publie des politiques de sécurité internes et des plans d'action communs, intègre et instruit un volet sécurité dans tous les nouveaux projets (sécurité «by design»), assure des actions de sensibilisation, opère des services communs de cyberdéfense à travers des plateformes de sécurité, des systèmes de collecte de traces et de détection d'alertes de sécurité, des dispositifs de réponse à incidents et gestion de crise, et des opérations d'audit (audits de conformité aux politiques de sécurité et tests d'intrusion par exemple).

Chacune de ces directions veille à la qualité du contrôle interne dans son domaine respectif via les **directions Financières et la direction des Systèmes d'information des groupes d'activités, des Maisons 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.

## 3.2 Systèmes d'information et de communication

Les plans stratégiques de développement des Systèmes d'information et de communication au sein du Groupe sont coordonnés par la direction des Systèmes d'information de LVMH 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 puis revus régulièrement.

Les Systèmes d'information et télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font 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 et testés au niveau des sociétés holdings françaises.

## Normes et procédures internes

La direction Éthique et Conformité met à disposition de l'ensemble des collaborateurs les règles et politiques du Groupe en matière de Conformité. Elle partage avec son réseau de correspondants Éthique et Conformité un ensemble de ressources documentaires (documents de synthèse, exemples de bonnes pratiques, vidéos de sensibilisation, guides, etc.) via un **Intranet « Éthique et Conformité »**.

L'ensemble des règles et procédures concourant à l'information comptable et financière, et applicables à chacune des filiales sont mises à disposition via un Intranet dédié au reporting financier du Groupe, dont notamment le manuel des normes comptables du Groupe, les instructions et procédures de la consolidation, de la fiscalité, du contrôle de gestion (investissement, reporting budget et plan stratégique), de la trésorerie et du financement (centralisation de trésorerie, couvertures de change et de taux...); ces procédures précisent, en outre, les formats, contenus et fréquences des reportings financiers.

La diffusion des **principes et bonnes pratiques de contrôle interne** s'effectue également via un socle minimal de contrôle interne, « IC Base », composé de 68 contrôles. Ce référentiel « IC Base » fait l'objet d'une revue et d'une mise à jour annuelle pour intégrer de nouveaux standards ou nouvelles exigences réglementaires.

L'**Intranet Finance** dispose d'une section « Contrôle interne » et « Risques majeurs » regroupant l'ensemble des règles, procédures et outils dédiés à l'évaluation du contrôle interne et à la prévention et à la couverture des risques majeurs.

Les entités significatives sont dotées d'une équipe cybersécurité, pilotée par un CISO (Chief Information Security Officer). Un CISO Groupe assure le pilotage de la politique, des projets et des services communs, ainsi que la coordination de la communauté des CISO des entités. Le CISO Groupe assure également un support en cybersécurité auprès des petites entités qui n'ont pas d'équipe cybersécurité en propre. Les CISO sont en charge du traitement des cyber-risques. Ils mettent en place des dispositifs pour traiter ces risques, sur différents axes de prévention, détection, réponse et reconstruction, en fonction des types de risque, de leur probabilité et de leur impact potentiel.

Des campagnes d'audit, de tests d'intrusion et audits de vulnérabilités sont menées par les entités et par la direction des Systèmes d'information du Groupe. En outre, LVMH dispose d'un centre opérationnel de cyber-défense (SOC/CERT/solutions de cyber-sécurité) au service des Maisons du Groupe, assurant des fonctions opérationnelles de surveillance, détection, et réponse aux incidents de sécurité.

### 3.3 Procédures de contrôles comptables, internes et externes

#### 3.3.1 Principes comptables et de gestion

Les filiales appliquent les principes comptables et de gestion communiqués par le Groupe pour les besoins des comptes consolidés publiés et du reporting interne ; elles utilisent toutes le même référentiel (plan de comptes et manuel des principes comptables LVMH) et le système de reporting comptable et de gestion administré par le Groupe, garantissant ainsi la cohérence des données internes et publiées.

#### 3.3.2 Processus de consolidation

La consolidation des comptes fait l'objet d'instructions régulières et précises ; un système de remontées d'information adapté permet de traiter une information homogène, exhaustive et fiable 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.

Cette lettre comporte également des paragraphes dédiés aux données extra-financières (notamment sociales et environnementales) visant ainsi à étayer la qualité des données dans le cadre du Rapport de durabilité.

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

Au niveau de LVMH, les équipes responsables de la consolidation sont organisées 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.

#### 3.3.3 Reporting de gestion

Toutes les entités consolidées du palier de sous-consolidation LVMH 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 leur maison-mère, élément indispensable au dispositif de contrôle interne financier.

Une équipe de contrôleurs de gestion, au sein de LVMH, 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 des Directions concernées de la direction Financière ; durant ces réunions, 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.

### 3.4 Formalisation et pilotage des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne

#### 3.4.1 La démarche ERICA « Enterprise Risk and Internal Control Assessment »

Répondant aux directives européennes, le Groupe a mis en place, chez LVMH, une démarche, dénommée ERICA « Enterprise Risk and Internal Control Assessment », démarche globale d'amélioration et d'intégration des dispositifs de gestion des risques majeurs, et de contrôle interne liés à ses activités courantes.

Cette démarche est déployée par l'ensemble des Maisons du Groupe ; elle comprend notamment un volet cartographie annuelle des risques majeurs réalisée par chaque Maison et l'évaluation de certains contrôles clés extraits du référentiel de contrôle interne.

Ainsi, au 30 juin 2024, l'évaluation du contrôle interne de l'ensemble des entités du Groupe générant plus de 20 millions d'euros de chiffre d'affaires s'est concentrée sur l'évaluation du design et de l'efficacité de 28 contrôles : dix contrôles clé de *back office* (« LVMH 10 IC Essentials »), sept contrôles opérationnels portant sur les stocks et ventes et onze contrôles d'éthique et conformité.

Les résultats de la campagne ERICA sont partagés avec l'ensemble du réseau des contrôleurs internes, des directeurs financiers et des correspondants éthique et conformité du Groupe.

À noter qu'un délai de deux ans est accordé aux nouvelles acquisitions pour entrer dans cette démarche une fois le processus d'intégration mené à son terme.

La responsabilité des Maisons et groupes d'activités dans cette démarche est attestée annuellement par la signature de deux lettres de représentation :

- une lettre d'affirmation «ERICA», portant sur les dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne, signée au 30 juin. Le Président, le Directeur financier et/ou les membres du Comité de direction confirment par leur signature leur responsabilité sur ces dispositifs, et décrivent leur évaluation, les insuffisances majeures et les plans de remédiation correspondants. Cette lettre intègre aussi un paragraphe dédié aux incidents de cyber-sécurité et fraude. Ces lettres font l'objet d'une présentation par chaque Maison à la direction de l'Audit et du contrôle interne de LVMH ;
- la lettre annuelle d'affirmation sur le reporting financier, comprenant un paragraphe dédié au contrôle interne.

Selon les circonstances, les présidents de Maisons sont amenés à présenter au Comité d'audit de la performance de LVMH, sur leur périmètre de responsabilités, les réalisations, les plans d'action en cours et les perspectives, en termes de contrôle interne et de maîtrise des risques.

### 3.4.2 Le pilotage des risques majeurs et du dispositif de contrôle interne

Les **risques majeurs** sur nos marques et activités sont gérés au niveau des Maisons.

Une fois le niveau de risque acceptable déterminé et validé, le traitement des risques se fait à travers des actions de prévention et des actions de protection ; ce dernier volet intègre par exemple les plans de continuité d'activités (PCA) et de gestion de crise

## 3.5 Prévention et détection de la fraude

Depuis quelques années, le risque de fraude a subi de fortes mutations notamment avec l'accélération de la digitalisation : recrudescence des fraudes par usurpation d'identité, intensification du recours au «social engineering» avec tentatives d'intrusion et récupération de données, déploiement du Deep fake/deep voice, etc.

Le Groupe et les Maisons ont intensifié leur vigilance, adapté leurs procédures internes et leurs campagnes de sensibilisation et formation à l'évolution des scénarios rencontrés ou raisonnablement prévisibles.

Le référentiel de contrôle interne est, par le nombre important des contrôles préventifs et détectifs associés à ce risque, le socle premier du dispositif anti-fraude.

L'obligation faite à toute entité de rendre compte au directeur de l'Audit et du Contrôle interne de LVMH de toute tentative de fraude ou fraude avérée constitue une autre composante essentielle de ce dispositif : au-delà de la supervision des actions et décisions de traitement de chaque cas remonté, le Directeur s'attache à tirer les enseignements et à redescendre, après

afin d'organiser la meilleure réponse au risque une fois survenu. Enfin, en fonction de la typologie des risques d'une marque ou d'une entité et du montant du risque résiduel, celle-ci peut, en coordination avec le Groupe, décider de faire appel au marché de l'assurance pour transférer une part ou la totalité de ce risque résiduel et/ou arbitrer en faveur de sa rétention.

La **surveillance continue du dispositif de contrôle interne** et l'examen périodique de son fonctionnement sont assurés à plusieurs niveaux :

- une forte responsabilisation du management des Maisons et des opérationnels, avec le support des contrôleurs internes, de façon à apprécier le niveau de contrôle interne sur la base de contrôles clés, identifier les faiblesses et engager les actions correctives. Des rapports d'exceptions ou d'anomalies permettent de travailler sur les contrôles détectifs en complément des contrôles préventifs ;
- un processus formalisé d'évaluation annuelle d'une liste de contrôles clés extraits du référentiel de contrôle interne, processus intégré au dispositif ERICA ;
- les Commissaires aux comptes, tenus informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'audit de la performance de LVMH et celui de Christian Dior, via des comptes rendus périodiques ;
- les travaux de revue effectués par l'Audit interne LVMH et les Commissaires aux comptes, dont les résultats et les recommandations sont transmis au management des entités et à la Direction générale de LVMH ;
- la revue du dispositif ERICA et de la qualité des évaluations, partie intégrante de la mission de l'Audit interne sur les entités auditées.

anonymisation, cette information aux directeurs financiers de toutes les Maisons.

La direction de l'Audit et du Contrôle interne de LVMH a ainsi mis en place un programme de sensibilisation aux risques de fraude, par le biais de communiqués périodiques, qui recensent les scénarios de tentatives et cas avérés de fraude au sein du Groupe. Pour chaque scénario est présenté un dispositif de prévention, dont l'existence doit être vérifiée par les Maisons et filiales. Ces communiqués sont diffusés très largement dans le Groupe pour une sensibilisation soutenue des personnels les plus exposés.

Au cours de l'année 2024, des actions de sensibilisation à la fraude ont été menées via la poursuite du déploiement du module de e-learning dédié à la fraude et des actions de sensibilisation auprès des Maisons du Groupe.

Par ailleurs, dans le cadre de l'Académie du contrôle interne LVMH «the Fundamentals», un module spécifique est dédié au sujet de la fraude.

# Rapport de durabilité et plan de vigilance

<b>Informations Générales</b> .....	<b>53</b>
1. Cadre général de préparation du rapport de durabilité .....	54
2. Gouvernance .....	56
3. Stratégie .....	63
4. Méthode d'identification des impacts, des risques et des opportunités .....	76
<b>Environnement</b> .....	<b>91</b>
1. Politique générale en matière d'environnement .....	92
2. Changement climatique (LIFE 360 Climat) .....	98
3. Pollution .....	128
4. Ressources hydriques et marines (LIFE 360 Eau) .....	139
5. Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité) .....	143
6. Utilisation des ressources et économie circulaire (LIFE 360 Circularité créative) .....	156
7. Taxonomie environnementale .....	170
<b>Social</b> .....	<b>181</b>
1. Effectifs de l'entreprise .....	182
2. Travailleurs de la chaîne de valeur .....	206
3. Communautés impactées .....	212
4. Clients et utilisateurs finaux .....	218
<b>Gouvernance</b> .....	<b>225</b>
1. Conduite des affaires .....	226
<b>Rapport de certification des informations en matière de durabilité et de Taxonomie environnementale</b> .....	<b>241</b>
<b>Plan de vigilance</b> .....	<b>247</b>
1. Introduction .....	248
2. Gouvernance .....	248
3. Présentation de la méthodologie de cartographie des risques .....	250
4. Risques et plans d'action associés .....	254
5. Suivi et pilotage .....	258
6. Dispositif d'alerte .....	259
7. Indicateurs et résultats .....	260



# Rapport de durabilité

## Informations Générales

<b>1.</b>	<b>Cadre général de préparation du rapport de durabilité</b>	<b>54</b>
1.1	Base de préparation du rapport de durabilité .....	54
1.2	Publication d'informations relatives à des circonstances particulières .....	55
<b>2.</b>	<b>Gouvernance</b>	<b>56</b>
2.1	Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance .....	56
2.2	Informations transmises aux organes d'administration, de direction, de surveillance du Groupe et les questions de durabilité traitées par ces instances .....	56
2.3	Intégration des résultats en matière de durabilité dans les systèmes d'incitation .....	58
2.4	Déclaration sur la vigilance raisonnable .....	59
2.5	Gestion des risques et contrôles internes concernant le rapport de durabilité .....	62
<b>3.</b>	<b>Stratégie</b>	<b>63</b>
3.1	Stratégie, présentation du Groupe et de ses activités .....	63
3.2	L'association des parties prenantes .....	66
3.3	Impacts, risques et opportunités liés au modèle d'affaires .....	67
<b>4.</b>	<b>Méthode d'identification des impacts, des risques et des opportunités</b>	<b>76</b>
4.1	Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités significatifs .....	76
4.2	Exigences de publication au titre des ESRS couverts par la déclaration de durabilité de la Société .....	80
4.3	Points de données requis par d'autres actes législatifs européens .....	85

Compte tenu de la structure et de l'organisation du groupe Financière Agache, la mise en œuvre de la politique du Groupe en matière de durabilité est conduite par LVMH et ses Maisons, qui rassemblent toutes les activités opérationnelles et emploient l'intégralité des effectifs du Groupe.

## 1. Cadre général de préparation du rapport de durabilité

### 1.1 Base de préparation du rapport de durabilité

Le rapport de durabilité de l'exercice 2024 est établi en conformité avec la directive de l'Union européenne (directive 2022/2464) sur l'état de durabilité des entreprises (CSRD) telle que transposée en France selon l'ordonnance de transposition n° 2023-1143 du 6 décembre 2023.

Les informations annuelles de durabilité présentent l'information du Groupe consolidée au 31 décembre 2024 en conformité avec les normes européennes applicables en matière de rapport de durabilité (ci-après les normes ESRS), l'article L. 233-28-4 du Code de commerce et au règlement Taxonomie.

#### Premier exercice d'application

Le rapport de durabilité se base sur les connaissances par le Groupe des normes ESRS et des diverses recommandations de l'ESMA et l'EFRAG à sa date d'établissement. Ces informations ont été établies dans un contexte de première application des normes ESRS caractérisé par des incertitudes sur l'interprétation des textes, le recours à des estimations, l'absence de pratiques et de cadre établis, notamment pour l'analyse de double matérialité ainsi que par un dispositif de contrôle interne évolutif.

En particulier, certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement, ainsi qu'à la qualité des données externes utilisées. Il s'agit notamment des informations relatives à la prise en compte de la chaîne de valeur et à l'empreinte Climat (scope 3) et Eau liée aux activités du Groupe. Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou de situations existant à la date d'établissement du rapport de durabilité, peuvent se révéler, ultérieurement, différentes de la réalité. En conséquence, les cibles, objectifs, les leviers d'action et résultats qui figurent dans les chapitres relatifs aux ESRS thématiques sont issus d'indicateurs dépendants d'hypothèses et d'estimations liées aux évolutions méthodologiques et à l'état des connaissances scientifiques.

D'autres informations ne peuvent être estimées compte tenu de la complexité des réglementations européennes, de l'état des connaissances scientifiques et de l'accès restreint à des données fiabilisées provenant de multiples sources internes et externes. C'est le cas des informations quantitatives relatives aux substances préoccupantes et aux rejets de polluants.

Comme précisé ci-après, le périmètre de consolidation de la déclaration de durabilité est le même que celui des états financiers consolidés du Groupe, à l'exception des acquisitions de l'exercice. Le Groupe travaille à élargir ce périmètre aux activités sous contrôle opérationnel, précisé dans les normes ESRS E1, E2 et E4 (e.g., émissions de GES, quantités de polluants, et sites associés à des enjeux de biodiversité matériels), dans l'attente de guide d'application de la part des autorités normatives et des pratiques de place.

#### Périmètre de consolidation

Les opérations du Groupe, couvertes par le présent rapport de durabilité, correspondent ainsi aux activités de la société mère et des filiales consolidées en intégration globale, à l'exception des acquisitions effectuées durant l'année pour lesquelles l'intégration au reporting consolidé du Groupe des informations en matière de durabilité peut prendre jusqu'à 12 mois. Les acquisitions de la période sont présentées dans les états financiers consolidés du Groupe (voir *Comptes consolidés*, Note 2). L'effet de ces acquisitions sur les données du Groupe en 2024, calculé au prorata à partir de la date d'acquisition, est jugé non significatif. Les sociétés sous contrôle conjoint et les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable et consolidées selon la méthode de la mise en équivalence sont considérées comme faisant partie de la chaîne de valeur du Groupe.

Certains chapitres du rapport de durabilité traitent plus spécifiquement d'informations de durabilité des chaînes de valeur du Groupe, que ce soit en amont (fournisseurs du Groupe particulièrement) ou en aval avec les clients (voir ci-après § 4. Méthode d'identification des impacts, des risques et des opportunités).

En préparant le rapport de durabilité, le Groupe n'a pas eu recours aux options visées par la norme ESRS 2 BP-1 § 5. d & e.

Concernant les sociétés du Groupe qui remplissent les critères d'assujettissement à la DPEF (déclaration de performance extra-financière) en 2024 mais n'entrant pas encore dans le champ d'application de la CSRD, celles-ci sont dispensées de DPEF car incluses dans le rapport de durabilité du Groupe.

## 1.2 Publication d'informations relatives à des circonstances particulières

Dans le cadre du processus d'établissement du rapport de durabilité, certaines informations nécessitent l'utilisation d'horizons temporels, d'hypothèses, d'estimations et/ou appréciations.

### Horizons temporels

En conformité avec la norme ESRS 1, le Groupe applique les horizons temporels suivants :

- un an, pour le court terme, en cohérence avec les états financiers du Groupe ;
- de deux à cinq ans, pour le moyen terme ;
- au-delà de cinq ans, pour le long terme.

### Utilisation des dispositions transitoires

Dans le cadre de la première application des normes de durabilité européennes, le Groupe a choisi d'adopter les mesures suivantes prévues par la norme ESRS 1 dans les dispositions transitoires :

- chaîne de valeur : le Groupe a, en partie, recours aux mesures de progressivité permises concernant les informations quantitatives et qualitatives sur sa chaîne de valeur. Pour autant, cette déclaration de durabilité peut s'appuyer sur des estimations pour la publication d'informations concernant la chaîne de valeur amont ou aval du Groupe. Ces estimations sont détaillées dans les ESRS thématiques avec leur définition, leur mode de calcul, leur périmètre, leur niveau de précision et éventuellement, les moyens envisagés pour leur amélioration ;
- exigences de publication introduites progressivement : le Groupe adopte l'ensemble des mesures de progressivité liées aux incidences financières escomptées des risques et opportunités relatives aux cinq normes ESRS environnementales (tel que présenté dans le tableau ci-dessous) ainsi que celles relatives à la norme ESRS S1 Effectif de l'entreprise, uniquement pour la population des non-salariés et seulement l'information relative au pourcentage de salariés participant à des bilans de carrière, pour l'ensemble des salariés (tel que présenté dans le tableau ci-dessous).

ESRS	Exigence de publication	Intitulé de l'exigence de publication
ESRS E1	E1-9	Incidences financières escomptées des risques physiques et de transition importants et des opportunités potentielles liées au changement climatique
ESRS E2	E2-6	Incidences financières escomptées des risques et opportunités liés à la pollution
ESRS E3	E3-5	Incidences financières escomptées des risques et opportunités liés aux ressources aquatiques et marines
ESRS E4	E4-6	Incidences financières escomptées des risques et opportunités liés à la biodiversité et aux écosystèmes
ESRS E5	E5-6	Incidences financières escomptées des risques et opportunités liés à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire
ESRS S1	S1-7	Caractéristiques des travailleurs extérieurs faisant partie des effectifs de l'entreprise
ESRS S1	S1-8	Négociation collective et dialogue social
ESRS S1	S1-11	Protection sociale
ESRS S1	S1-13	Formation et développement des compétences (y compris le pourcentage de salariés participant à des bilans de carrière)
ESRS S1	S1-14	Santé et sécurité
ESRS S1	S1-15	Équilibre entre vie professionnelle et vie privée

### Changements dans la présentation des informations

S'agissant du premier rapport de durabilité du Groupe, les indicateurs sont fournis pour l'exercice 2024 et l'année de référence, si applicable. Ces informations sont indiquées dans chaque chapitre thématique concerné, le cas échéant.

### Publication d'informations issues d'autres actes législatifs ou standards en matière d'informations relatives à la durabilité

La présente déclaration de durabilité précise, lorsqu'applicable, les recommandations suivies relatives aux référentiels TCFD (Task force on Climate-Related Financial Disclosures) et TNFD (Task force on Nature-Related Financial Disclosures).

## 2. Gouvernance

### 2.1 Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance

Le Conseil d'administration est l'instance stratégique de la société Financière Agache. Il a pour objectifs prioritaires la création de valeur à long terme de l'entreprise et la défense de l'intérêt social, en prêtant une attention particulière aux enjeux sociaux, environnementaux et climatiques de son activité. La composition du Conseil d'administration figure dans le *Rapport du Conseil d'administration sur le Gouvernement d'entreprise*.

Il a pour missions essentielles de :

- déterminer les grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et assurer le suivi de leur mise en œuvre et, notamment, sur proposition de la Direction générale, celles en matière de responsabilité sociale et environnementale en prenant en compte les enjeux climatiques de leurs activités ;
- 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 ;
- prendre connaissance de l'évolution des marchés, de l'environnement concurrentiel et des principaux enjeux auxquels le Groupe est confronté ;
- s'assurer que les risques majeurs encourus par la Société au regard de sa structure et de ses objectifs sont pris en compte dans sa gestion ;
- veiller à la mise en œuvre de dispositifs de prévention des risques, notamment de corruption et de trafic d'influence ;
- veiller à la mise en œuvre d'une politique de non-discrimination et de diversité ;
- 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 ;
- veiller au maintien de l'adéquation du Groupe avec l'évolution de l'environnement, ainsi qu'à la définition des responsabilités et délégations de pouvoirs des dirigeants.

### 2.2 Informations transmises aux organes d'administration, de direction, de surveillance du Groupe et les questions de durabilité traitées par ces instances

#### Au niveau de Financière Agache

Le Conseil d'administration a désigné en son sein un Comité d'audit impliqué dans le processus d'élaboration et de suivi de la stratégie extra-financière de la Société et du Groupe, pour les sujets relevant de son domaine d'expertise.

Les missions essentielles du Comité d'audit sont les suivantes :

- suivre le processus d'élaboration et de contrôle de l'information en matière de durabilité ainsi que le processus mis en œuvre pour déterminer les informations à publier conformément à la réglementation ;
- présenter au Conseil d'administration le compte-rendu de la mission de certification des informations en matière de durabilité ;
- veiller à l'existence, l'adéquation, l'application et s'assurer du suivi des procédures de contrôle interne, de gestion des risques y compris ceux de nature sociale et environnementale et d'Audit interne, et adresser des recommandations à la Direction générale sur les priorités et les orientations générales de l'Audit interne, analyser l'exposition de la Société et du Groupe aux risques, y compris ceux de nature sociale et environnementale ;
- vérifier l'indépendance du cabinet en charge de la certification des informations en matière de durabilité et suivre la réalisation de sa mission ;
- examiner les informations environnementales, sociales et sociétales contenues dans le Rapport de gestion du Conseil d'administration et transmettre au Conseil un avis sur ces informations.

## Au niveau de LVMH

Le Conseil d'administration a désigné en son sein plusieurs comités, chacun spécialisé sur un sujet d'importance : un comité en charge de l'audit de la performance, un comité en charge des rémunérations des mandataires sociaux et un comité en charge de la durabilité et de la gouvernance.

Chacun des comités institués au sein du Conseil est impliqué dans le processus d'élaboration et de suivi de la stratégie extra-financière de la Société et du Groupe, pour les sujets relevant de son domaine d'expertise.

L'implication des organes d'administration et de direction en matière de durabilité ainsi que leurs travaux relatifs à ces questions figurent dans le chapitre *Rapport du Conseil d'administration sur le Gouvernement d'entreprise* au paragraphe 1.2.2.5.

Ces trois comités peuvent interagir entre eux en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Les comités ont pour missions essentielles de :

### Comité d'audit de la performance

- suivre le processus d'élaboration et de contrôle de l'information en matière de durabilité ainsi que le processus mis en œuvre pour déterminer les informations à publier conformément à la réglementation ;
- présenter au Conseil d'administration le compte-rendu de la mission de certification des informations en matière de durabilité ;
- veiller à l'existence, l'adéquation, l'application et s'assurer du suivi des procédures de contrôle interne, de gestion des risques y compris ceux de nature sociale et environnementale et d'Audit interne, et adresser des recommandations à la Direction générale sur les priorités et les orientations générales de l'Audit interne, analyser l'exposition de la Société et du Groupe aux risques, y compris ceux de nature sociale et environnementale ;
- vérifier l'indépendance du cabinet en charge de la certification des informations en matière de durabilité et suivre la réalisation de sa mission.

### Comité des rémunérations

- faire des recommandations quant aux critères qualitatifs et quantifiables appliqués à la partie variable de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux qui prendront en compte divers aspects de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. Au moins un de ces critères sera directement lié aux objectifs climatiques de l'entreprise ;

- évaluer périodiquement l'atteinte de ces critères ; ces évaluations serviront ensuite à déterminer la part variable de la rémunération des dirigeants et à définir les conditions à remplir pour qu'ils puissent exercer leurs options d'achat d'actions et recevoir définitivement les actions gratuites qui leur sont attribuées.

## Comité durabilité et gouvernance

### *Durabilité*

- assister le Conseil d'administration dans la définition des grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe en matière éthique, sociale, environnementale et climatique et assurer le suivi de leur mise en œuvre ;
- contribuer à la définition et au respect des règles et des valeurs définies par le Code de conduite de LVMH qui doivent inspirer le comportement des dirigeants et collaborateurs ainsi que par les codes et chartes en découlant ;
- examiner le suivi des dispositifs relatifs (i) au respect de la vie privée des clients et collaborateurs, (ii) à l'éthique et la compliance ;
- assurer le suivi du fonctionnement des dispositifs d'alerte mis en place au sein du Groupe et s'assurer de la mise en place et du suivi des dispositifs relatifs au devoir de vigilance et de respect des droits humains ;
- examiner les informations environnementales, sociales et sociétales contenues dans le Rapport de gestion du Conseil d'administration et transmettre au Conseil un avis sur ces informations.

### *Gouvernance*

- identifier dans le cadre de la procédure de sélection des Administrateurs et en conformité avec sa politique de diversité les compétences et les expertises notamment financières et extra-financières recherchées chez les Administrateurs potentiels et estimées prioritaires pour la Société ;
- émettre des avis sur la politique de diversité appliquée aux membres du Conseil d'administration, la politique de mixité appliquée aux instances dirigeantes au sein du Groupe, la description des objectifs de ces politiques, les modalités de leur mise en œuvre et les résultats obtenus au cours de l'exercice concerné dans le cadre de la préparation du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise ;
- débattre, de manière générale, de toute question relative à la gouvernance et émettre un avis sur la politique générale d'attribution d'options et d'actions gratuites au sein du Groupe, ainsi que sur la politique du Groupe en matière d'épargne salariale et d'actionnariat salarié.

## 2.3 Intégration des résultats en matière de durabilité dans les systèmes d'incitation

Pour rappel, compte tenu de la structure et de l'organisation du groupe Financière Agache, l'intégration des résultats en matière de durabilité dans les systèmes d'incitation est conduite par LVMH et ses Maisons qui emploient l'intégralité des effectifs du Groupe.

Il est rappelé que les mandataires sociaux de Financière Agache ne perçoivent aucune rémunération variable qui intégrerait un système d'incitation en matière de durabilité.

Chez LVMH, la rémunération versée aux dirigeants mandataires sociaux comprend, outre la rémunération fixe, une partie variable annuelle qui repose sur l'atteinte d'objectifs financiers (quantifiables), stratégiques (qualitatifs) et ESG (quantifiables et qualitatifs).

Le Conseil d'administration de LVMH, sur recommandations du Comité des rémunérations fixe les conditions d'attribution de la rémunération variable annuelle des Dirigeants mandataires sociaux.

Concernant l'exercice clos le 31 décembre 2024, les critères financiers (quantifiables) portent sur l'évolution du chiffre d'affaires du Groupe, de son résultat opérationnel et de la génération de fonds (cash-flow) par rapport au budget de l'année concernée, chacun de ces trois éléments comptant pour un tiers et représentant 50 % de la rémunération variable totale du Président-directeur général et 65 % de celle du Directeur général délégué dont le mandat a pris fin le 18 avril 2024.

Les critères ESG (quantifiables et qualitatifs) représentent 10 % de la rémunération variable totale du Président-directeur général et 15 % de la rémunération variable totale du Directeur général délégué.

Pour l'année 2024, ces critères mettaient l'accent sur :

- la poursuite et l'accélération de la mise en œuvre du programme LIFE 360 dans chacun de ses quatre axes (voir section Environnement, § 1.2.2) à hauteur de 50 % ainsi que sur l'accompagnement de la communication en matière d'éthique à hauteur de 50 % pour le Président-directeur général ;
- la poursuite et l'accélération de la mise en œuvre du programme LIFE 360 dans chacun de ses quatre axes, la préparation du Groupe à la mise en œuvre des exigences de la CSRD et le développement d'une politique en matière de droits humains (renforcement de la démarche de vigilance au niveau du Groupe) pour le Directeur général délégué.

L'appréciation de la performance a fait l'objet d'une évaluation par le Comité des rémunérations du Conseil d'administration. Sur la base de cette évaluation, le Conseil d'administration a considéré que ces objectifs avaient été atteints.

Les objectifs sont arrêtés annuellement par le Comité des rémunérations composé exclusivement de membres indépendants, dont un Administrateur représentant les salariés, et publiés lors de l'attribution de ladite rémunération.

En outre, les dirigeants mandataires sociaux de la Société sont éligibles aux plans d'attribution gratuite d'actions mis en place par le Conseil d'administration au bénéfice des salariés de la Société et/ou salariés et dirigeants mandataires sociaux des sociétés qui lui sont liées et sont soumis aux mêmes règles régissant ces plans, étant précisé (i) qu'ils ne peuvent se voir attribuer que des actions gratuites soumises à des conditions de performance, (ii) que le nombre total d'actions gratuites attribuées au cours d'un exercice social au bénéfice des dirigeants mandataires sociaux de la Société ne peut représenter plus de 15 % des actions octroyées au cours de ce même exercice par le Conseil d'administration. Les critères de performance des plans d'attribution gratuites d'actions au bénéfice des salariés de la Société et/ou salariés et dirigeants mandataires sociaux des sociétés qui lui sont liées sont fixés par le Conseil d'administration et portent sur le périmètre du Groupe. Pour les plans mis en place à compter de 2022, ces critères sont (i) de nature financière à hauteur de 85 % et (ii) de nature extra-financière à hauteur de 15 %, liée à la réalisation du programme LIFE 360 adopté en 2021 par le Groupe et comportant des objectifs précis en matière de protection de la biodiversité, de lutte contre le dérèglement climatique, d'économie circulaire et de traçabilité des produits, à atteindre en 2030 avec des étapes à franchir dans l'intervalle (2023, 2026 et 2030) et un suivi annuel. Pour le plan mis en place le 28 octobre 2021 dont l'attribution définitive est intervenue le 28 octobre 2024, l'atteinte des conditions liées à la performance du groupe LVMH portait à hauteur (i) de 90 % des attributions provisoires pour la condition financière et (ii) de 10 % pour la condition extra-financière.

Un Comité *ad hoc* composé du Président de chacun des trois Comités constitués au sein du Conseil d'administration se réunit pour apprécier concrètement la trajectoire et la progression du Groupe au regard des objectifs à atteindre et déterminer en conséquence le pourcentage d'actions attribuables définitivement au titre des critères extra-financiers.

## 2.4 Déclaration sur la vigilance raisonnable

Éléments essentiels de la vigilance raisonnable	Paragraphe dans le rapport de durabilité
<b>Intégrer la vigilance raisonnable dans la gouvernance, la stratégie et le modèle économique</b>	<b>Informations générales</b>
	§ 2.1 Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance
	§ 2.2 Informations transmises aux organes d'administration, de direction, de surveillance du Groupe et les questions de durabilité traitées par ces instances
	§ 2.3 Intégration des résultats en matière de durabilité dans les systèmes d'incitation
	<b>Environnement</b>
	§ 1.1.1 Gouvernance de la stratégie environnementale
	§ 1.1.2 Modalités de déploiement de la stratégie environnementale au sein des Maisons
	§ 1.2 Le programme LIFE
	§ 1.2.1 Genèse de la démarche
	§ 2.2.8 Alignement et intégration dans la stratégie opérationnelle globale et la planification financière
	§ 2.2.9 Gouvernance et processus d'approbation du plan de transition
	§ 5.1.1 Plan de transition et prise en compte de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique
	§ 5.1.2 Interaction entre les impacts biodiversité et la stratégie et le modèle économique du Groupe
	<b>Social</b>
§ 1.1.1 Engagement pour les talents et leur épanouissement	
§ 1.1.4 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe	
§ 2.1.1 Stratégie et modèle économique	
§ 2.1.3 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe	
§ 3.1.2 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe	
§ 4.1.2 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe	
<b>Dialoguer avec les parties prenantes affectées à toutes les étapes du processus de vigilance raisonnable</b>	<b>Informations générales</b>
	§ 3.2 L'association des parties prenantes
	<b>Environnement</b>
	§ 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360
	<b>Social</b>
	§ 1.1.3 Consultation des parties prenantes
	§ 1.1.5 Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux travailleurs de l'entreprise de faire part de leurs préoccupations
	§ 1.4.4 Favoriser le dialogue social et garantir la liberté d'expression
	§ 2.1.2 Consultation des parties prenantes
	§ 2.2.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur
	§ 2.3.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur
	§ 3.1.1 Consultation des parties prenantes
	§ 3.2.2 Description du processus d'interaction avec les communautés impactées
	§ 4.1.1 Consultation des parties prenantes
§ 4.2 Qualité des produits et sécurité des clients	
§ 4.4.2 Description du processus d'interaction avec les consommateurs	
§ 4.6.2 Description du processus d'interaction avec les consommateurs	
<b>Identifier et évaluer les impacts négatifs</b>	<b>Informations générales</b>
	§ 3.3.1 Un modèle de création de valeur responsable et durable
	§ 3.3.2 Principaux impacts, risques et opportunités
	§ 4.1 Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités significatifs
	§ 4.1.1 Approche générale
§ 4.1.2 Évaluations des IROs	

Éléments essentiels de la vigilance raisonnable	Paragraphe dans le rapport de durabilité
<b>Identifier et évaluer les impacts négatifs (suite)</b>	<p><b>Environnement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 2.1.1 Méthodologie de l'analyse des impacts, risques et opportunités</li> <li>§ 2.1.2 Résultats de l'analyse des impacts, risques et opportunités</li> <li>§ 2.1.3 Synthèse de l'analyse des impacts, risques et opportunités</li> <li>§ 3.2.1 Politique liée à la pollution potentielle des sols</li> <li>§ 3.3.1 Politique liée à la pollution de l'eau</li> <li>§ 3.4.1 Politique liée aux substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes</li> <li>§ 4.1 La prise en compte des enjeux liés à l'eau</li> <li>§ 5.1.1 Plan de transition et prise en compte de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique</li> <li>§ 6. Utilisation des ressources et économie circulaire (LIFE 360 Circularité Créative)</li> </ul>
<b>Agir et remédier à ces impacts négatifs</b>	<p><b>Informations générales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 3.3.3 Politiques de gestion des impacts, risques et opportunités</li> </ul> <p><b>Environnement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360</li> <li>§ 1.3 Formation et LIFE Academy</li> <li>§ 2.2.1 Cibles de réduction des émissions de GES</li> <li>§ 2.2.2 Actions de décarbonation</li> <li>§ 2.2.3 Investissements et financements pour la mise en œuvre du plan de transition</li> <li>§ 2.2.4 Évaluation des émissions de GES potentielles verrouillées</li> <li>§ 2.3.1 Politique liée au Climat</li> <li>§ 2.3.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 3.1 La prise en compte des enjeux de pollution</li> <li>§ 3.2.1 Politique liée à la pollution potentielle des sols</li> <li>§ 3.2.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 3.3.1 Politique liée à la pollution de l'eau</li> <li>§ 3.3.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 3.4.1 Politique liée aux substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes</li> <li>§ 3.4.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 4.1 La prise en compte des enjeux liés à l'eau</li> <li>§ 4.2.1 Politique liée à l'eau</li> <li>§ 4.2.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 5.1.1 Plan de transition et prise en compte de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique</li> <li>§ 5.2.1 Politique liée aux impacts sur les écosystèmes et les sols</li> <li>§ 5.2.2 Actions et ressources liées</li> <li>§ 6.1.1 Politique liée à l'éco-conception</li> <li>§ 6.1.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 6.2.1 Politique liée à la longévité accrue des produits</li> <li>§ 6.2.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 6.3.1 Politique liée à la gestion des déchets</li> <li>§ 6.3.2 Actions et ressources mobilisées</li> <li>§ 7. Taxonomie environnementale</li> </ul> <p><b>Social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 1.1.5 Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux travailleurs de l'entreprise de faire part de leurs préoccupations</li> <li>§ 1.4.1 Respects des droits humains</li> <li>§ 1.4.2 Stabilité financière &amp; Insertion Professionnelle</li> <li>§ 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs</li> <li>§ 1.4.4 Favoriser le dialogue social et garantir la liberté d'expression</li> <li>§ 1.4.5 Équilibre de vie, bien-être au travail et LVMH Heart Fund</li> <li>§ 1.4.6 Assurer un logement décent</li> <li>§ 1.5.1 Déployer une politique employeur attractive</li> <li>§ 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs</li> </ul>

Éléments essentiels de la vigilance raisonnable	Paragraphe dans le rapport de durabilité	
<b>Agir et remédier à ces impacts négatifs (suite)</b>	§ 1.6.1 Promouvoir la diversité et l'inclusion	
	§ 1.6.2 Être ouvert à tous les talents	
	§ 1.6.3 Des programmes ciblés pour l'inclusion et la représentativité de tous	
	§ 1.6.4 Un engagement continu et transversal pour tous les talents	
	§ 2.2.1 Description de la politique liée	
	§ 2.2.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur	
	§ 2.2.3 Actions et ressources liées	
	§ 2.3.1 Description de la politique liée	
	§ 2.3.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur	
	§ 2.3.3 Actions et ressources liées	
	§ 3.2.1 Description de la politique liée	
	§ 3.2.3 Actions et ressources liées	
	§ 3.4.1 Description de la politique	
	§ 3.4.2 Actions et ressources liées	
	§ 4.2 Qualité des produits et sécurité des clients	
	§ 4.3.1 Promouvoir une consommation responsable	
	§ 4.3.2 Prévenir les comportements à risque	
	§ 4.4.1 Description de la politique liée	
	§ 4.4.3 Actions et ressources liées	
	§ 4.5.1 Politiques et actions concernant la promotion de vins et spiritueux	
	§ 4.6.1 Description de la politique liée	
	§ 4.6.3 Actions et ressources liées	
		<b>Gouvernance</b>
	§ 1.6.1 Description de la politique liée	
	§ 1.6.2 Actions et ressources mobilisées	
	§ 1.7.1 Description de la politique liée	
	§ 1.7.2 Actions et ressources mobilisées	
<b>Suivre l'efficacité de ces efforts et communiquer</b>	<b>Informations générales</b>	
	§ 2.2 Informations transmises aux organes d'administration, de direction, de surveillance du Groupe et les questions de durabilité traitées par ces instances	
	§ 2.5 Gestion des risques et contrôles internes concernant le rapport de durabilité	
		<b>Environnement</b>
		§ 1.1.1 Gouvernance de la stratégie environnementale
		§ 1.1.2 Modalités de déploiement de la stratégie environnementale au sein des Maisons
		§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360
		§ 1.4.1 Périmètre et règles de reporting
		§ 1.4.2 Méthodologie de reporting
		§ 2.2.1 Cibles de réduction des émissions de GES
		§ 2.2.2 Actions de décarbonation
		§ 2.2.5 Plan d'alignement à la Taxonomie environnementale
		§ 2.2.1 Cibles de réduction des émissions de GES
		§ 2.2.10 Description des progrès réalisés
		§ 2.3.3 Objectifs associés
		§ 2.3.4 Indicateurs et résultats
		§ 2.4.3 Objectifs associés
		§ 2.4.4 Indicateurs et résultats
		§ 3.2.3 Objectifs associés
		§ 3.2.4 Indicateurs et résultats
		§ 3.3.3 Objectifs associés
		§ 3.3.4 Indicateurs et résultats
		§ 3.4.3 Objectifs associés
		§ 3.4.4 Indicateurs et résultats

Éléments essentiels de la vigilance raisonnable	Paragraphes dans le rapport de durabilité
<b>Suivre l'efficacité de ces efforts et communiquer (suite)</b>	§ 4.2.3 Objectifs associés
	§ 4.2.4 Indicateurs et résultats
	§ 5.2.3 Objectifs associés
	§ 5.2.4 Métriques liées
	§ 6.1.3 Objectifs associés
	§ 6.1.4 Indicateurs et résultats
	§ 6.2.3 Objectifs associés
	§ 6.2.4 Indicateurs et résultats
	§ 6.3.3 Objectifs associés
	§ 6.3.4 Indicateurs et résultats
	§ 7. Taxonomie environnementale
	§ 7.1.1 Synthèse de l'analyse au titre de l'objectif d'atténuation du changement climatique
	§ 7.1.2 Précisions sur l'analyse menée pour les autres Objectifs environnementaux
	<b>Social</b>
§ 1.1.2 Organisation et qualité du reporting social et RSE	
§ 1.3 Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités	
§ 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs	
§ 1.4.4 Favoriser le dialogue social et garantir la liberté d'expression	
§ 1.4.5 Équilibre de vie, bien-être au travail et LVMH Heart Fund	
§ 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs	
§ 1.6.1 Promouvoir la diversité et l'inclusion	
§ 2.2.4 Objectifs liés	
§ 2.2.5 Métriques liées	
§ 3.2.4 Objectifs et métriques liés	
§ 3.4.3 Objectif 2025	
§ 3.4.4 Métriques pour l'année 2024	
§ 4.4.4 Objectifs liés	
§ 4.6.4 Objectifs liés	
§ 4.6.5 Métriques liées	
<b>Gouvernance</b>	
§ 1.6.3 Objectifs associés	
§ 1.7.3 Objectifs associés	
§ 1.7.4 Indicateurs et résultats	

## 2.5 Gestion des risques et contrôles internes concernant le rapport de durabilité

Les principaux risques identifiés à date par les différentes Directions de LVMH impliquées en lien avec l'information en matière de durabilité sont l'exhaustivité et l'intégrité des données, l'exactitude des résultats des estimations, la disponibilité de données sur la chaîne de valeur en amont et/ou en aval.

Pour assurer la qualité des données extra-financières, des protocoles de reporting sont établis par les Directions de LVMH impliquées. Ils sont mis à jour annuellement et communiqués aux différents contributeurs, dans les Maisons, lors du lancement de la collecte des données. Par ailleurs, la méthodologie de calcul des différents indicateurs et les règles de consolidation sont définies, assurant ainsi une application uniforme des processus de reporting fixés par chaque Direction et leurs continuités.

Le traitement des estimations y est également précisé. En complément, des formations spécifiques peuvent être organisées pour les personnes participant à la collecte et/ou à la production des données.

Enfin, des contrôles permettant de détecter et résoudre d'éventuelles incohérences sont effectués par chaque Direction de LVMH impliquée (Environnement, Ressources Humaines...) dans les Maisons et au niveau du Groupe. Ils complètent ceux intégrés directement dans les outils de reporting.

La direction du Contrôle interne du groupe LVMH sera mobilisée au cours des prochaines années afin d'analyser la maturité des processus de reporting et les contrôles associés au niveau du Groupe et des Maisons.

## 3. Stratégie

### 3.1 Stratégie, présentation du Groupe et de ses activités

Dans ce chapitre sont présentés les secteurs d'activités du Groupe, ses valeurs et son modèle opérationnel, pour mieux appréhender la manière dont la durabilité est intégrée dans sa stratégie, ainsi que les modes de gestion des impacts, risques et opportunités qu'elle peut générer.

Le groupe Financière Agache s'est constitué 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.

La société Christian Dior, filiale de Financière Agache, a pour origine la création en 1946, par Monsieur Christian Dior, d'une Maison de haute couture dans un hôtel particulier au 30, avenue Montaigne à Paris, où la Société maintient toujours son siège social. Le groupe Boussac, dont la société Christian Dior faisait alors partie, fut repris en 1984 par Monsieur Bernard Arnault associé à un groupe d'investisseurs. En 1988, la société Christian Dior prit, à travers l'une de ses filiales, une participation de 32% dans le capital de LVMH, participation qui s'accrut au fil des ans.

Aujourd'hui, le Groupe fonde sa position de leader sur un patrimoine unique constitué de 75 Maisons d'exception réparties dans six secteurs d'activités. Chacune d'entre elles crée des produits porteurs d'un savoir-faire maîtrisé, d'un héritage préservé, et puise son dynamisme dans son esprit d'innovation et d'ouverture au monde.

Le Groupe développe ses Maisons sur le long terme, dans le respect de leur force et de leur singularité mais aussi selon des valeurs et un modèle commun. Il met à leur disposition toutes les ressources nécessaires à leur développement en matière de création, de fabrication et de distribution sélective de leurs produits et services.

#### Présentation des secteurs d'activités

Au travers des Maisons de LVMH, le groupe Financière Agache est le seul acteur simultanément présent dans les secteurs majeurs du luxe :

**Vins et Spiritueux :** situées en Champagne, dans le Bordelais, le Cognçais ou dans les régions viticoles les plus renommées, les Maisons du Groupe, souvent séculaires, cultivent un caractère unique et partagent une forte culture de l'excellence. Les activités du Groupe dans les Vins et Spiritueux se répartissent entre Champagne, Vins et Spiritueux. S'appuyant sur un réseau de distribution international agile et puissant, ce groupe d'activités axe son développement sur les segments haut de gamme du marché. Numéro un mondial du cognac avec Hennessy et du champagne avec le premier portefeuille de marques rassemblant des gammes complémentaires, le Groupe détient également une activité de vins pétillants et tranquilles haut de gamme implantée à travers le monde.

**Mode et Maroquinerie :** le Groupe réunit à la fois des Maisons à l'héritage unique et des marques plus récentes. Maisons de haute couture ou de mode de luxe, les Maisons fondent leur réussite sur la qualité, l'authenticité et l'originalité de leurs créations, portées par des créateurs au talent reconnu. Les Maisons du Groupe se concentrent sur la créativité de leurs collections, le développement de produits iconiques et intemporels, l'excellence de leur distribution et le renforcement de leur présence en ligne, tout en préservant leur identité.

**Parfums et Cosmétiques :** acteur majeur du secteur des parfums, du maquillage et des soins, le Groupe regroupe des Maisons mondialement établies et des jeunes marques à l'avenir prometteur. L'activité Parfums et Cosmétiques bénéficie d'une dynamique exceptionnelle qui repose aussi bien sur la pérennisation et le développement de lignes phares que sur l'audace de nouvelles créations. Les Maisons entretiennent ce qui fait leur singularité, gage de différenciation pour leurs adeptes sur un marché mondial très concurrentiel. Toutes sont animées par les mêmes valeurs : quête d'excellence, créativité, innovation et parfaite maîtrise de leur image.

**Montres et Joaillerie :** au sein de ce groupe d'activités le plus récemment mis en place, les Maisons du Groupe opèrent dans l'horlogerie haut de gamme, la joaillerie et la haute joaillerie. Le groupe Financière Agache rassemble des marques aux positionnements complémentaires. Fortes d'un savoir-faire parfaitement maîtrisé, ces Maisons déploient créativité et innovation pour surprendre leurs clients à travers le monde et répondre à leurs désirs.

**Distribution sélective :** les enseignes de distribution sélective du Groupe poursuivent un seul et même objectif : transformer le shopping en une expérience unique. Architecture d'intérieur élégante, sélection pointue de produits et services avec une personnalisation de la relation : les clients sont au cœur de leurs attentions au quotidien. Opérant aux quatre coins du monde, les Maisons sont présentes à travers deux concepts, la distribution sélective et la vente de produits de luxe à la clientèle des voyageurs internationaux (*travel retail*).

**Autres activités :** les Maisons de ce groupe d'activités ont en commun d'être les ambassadrices de la culture et d'un art de vivre chers au groupe Financière Agache. Toutes privilégient une logique d'intégration verticale afin d'offrir des produits et services de haute qualité à leurs clients. Une approche qui s'inscrit dans la quête d'excellence poursuivie par chacune de ces Maisons : du groupe Les Echos qui réunit des titres de référence de la presse économique et culturelle à Royal Van Lent qui commercialise, sous la bannière Feadship, des yachts sur mesure en passant par Cheval Blanc et Belmond qui développent une collection d'hôtels d'exception.

### Chiffres clés

(au 31 décembre 2024)

75 Maisons

31 Maisons séculaires

81 pays à travers le monde

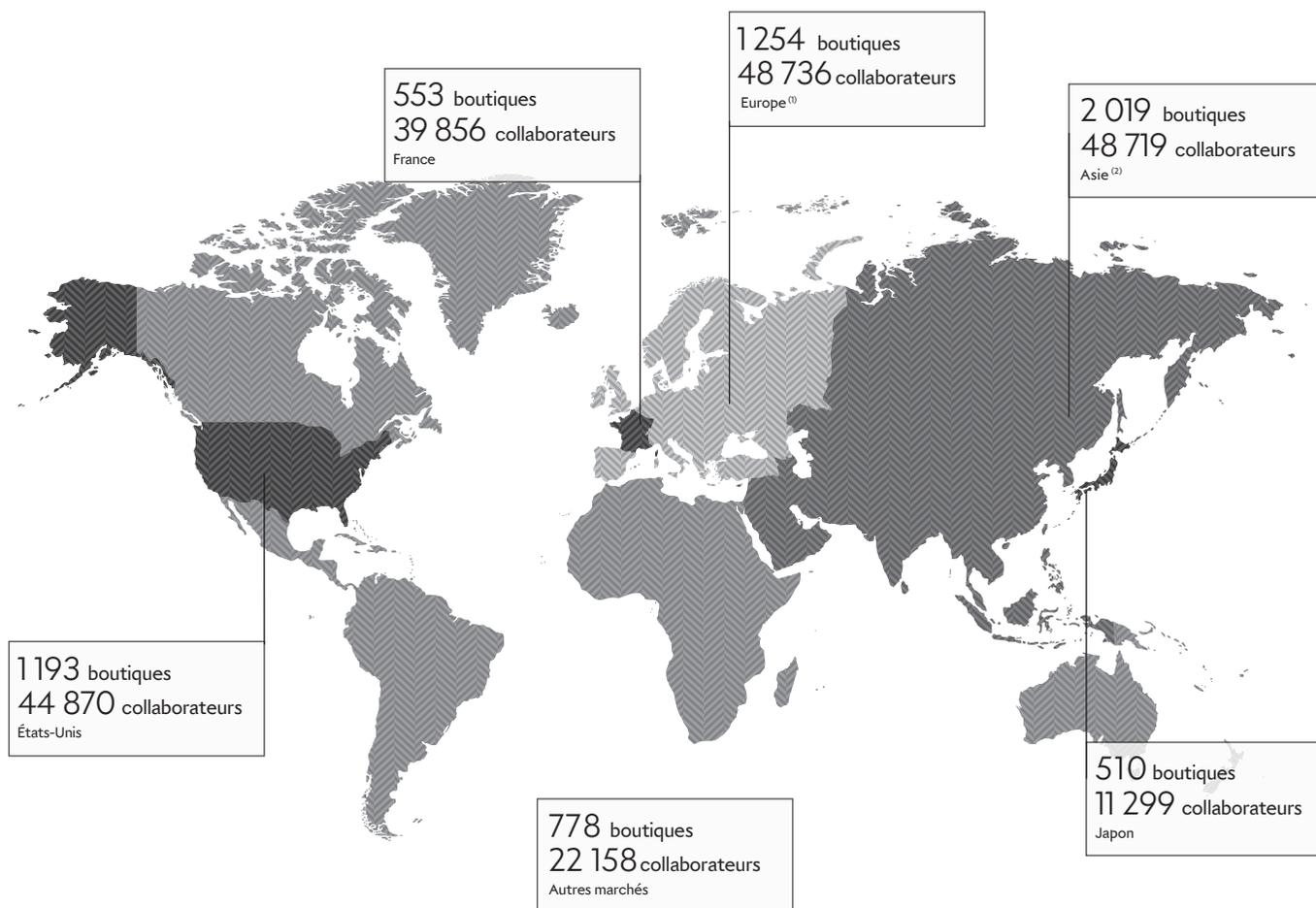
84,7 milliards d'euros de ventes

215 637 collaborateurs dans le monde

6 307 boutiques dans le monde

### Présence géographique

(au 31 décembre 2024)



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

## Les valeurs d'un Groupe engagé

Portée par la mission de LVMH et de ses Maisons, celle de savoir-faire rêver, l'âme du groupe Financière Agache s'exprime dans tout ce qu'il entreprend. Elle repose sur les valeurs fondamentales qui l'irriguent et qui sont partagées par tous.

**Être créatifs et innovants** : socle des Maisons, le tandem créativité-innovation est au cœur d'une délicate équation : renouveler l'offre et être résolument tournés vers l'avenir tout en inscrivant le Groupe dans le respect de son patrimoine, de ses racines, afin de créer des produits qui traversent les décennies. La créativité et l'innovation, inscrites dans l'ADN du Groupe, ont assuré au fil du temps le succès de ses Maisons. Elles laissent libre champ à l'exploration infinie des possibles qu'ouvrent les nouvelles technologies, axe de développement majeur du Groupe.

**Offrir l'excellence** : au sein du Groupe, aucun compromis n'est possible sur la qualité. Parce que les Maisons incarnent l'univers de l'artisanat en ce qu'il a de plus noble et de plus abouti, une attention minutieuse est portée aux détails et à la perfection : du produit au service, c'est dans cette quête d'excellence que le Groupe cultive sa différence.

**Cultiver l'esprit d'entreprise** : agile, l'organisation décentralisée du Groupe favorise l'efficacité et la réactivité. Elle stimule les initiatives individuelles en confiant des responsabilités importantes à chacun. L'esprit d'entreprise promu par le Groupe facilite la prise de risque et encourage la persévérance ; il nécessite un esprit pragmatique et une capacité à mobiliser des équipes en les entraînant vers des objectifs ambitieux.

**S'engager pour un impact positif** : chacune des actions du Groupe et de ses collaborateurs est porteuse de ses engagements en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de respect de l'environnement. Ils sont le fondement de la performance et de la pérennité de ses Maisons. Convaincu qu'il n'y a pas de produit désirable sans société durable, le Groupe a à cœur d'assurer que ses produits et la façon dont ils sont fabriqués impactent positivement l'ensemble de son écosystème et les territoires dans lesquels il est implanté, et qu'il contribue activement à un avenir meilleur.

## Modèle opérationnel

Le Groupe a mis en place un modèle unique afin d'assurer le développement et l'autonomie de chacune de ses Maisons dans le respect de leur identité. Le Groupe met à leur disposition toutes les ressources nécessaires à la création, à la fabrication et à la distribution de produits et de services visant toujours l'excellence de la qualité et les plus hauts standards éthiques, sociaux et environnementaux.

**Une organisation décentralisée** : le mode de fonctionnement adopté par le Groupe garantit autonomie et forte réactivité aux Maisons. Cela leur permet d'être au plus près des clients, d'assurer une prise de décision rapide, efficace, juste et de motiver durablement les collaborateurs du Groupe en les incitant à exercer leur esprit entrepreneurial.

**La croissance interne** : le Groupe donne la priorité à la croissance interne et s'attache à tout mettre en œuvre pour développer ses Maisons et y encourager et protéger la créativité. Les collaborateurs sont clés dans un tel modèle et les accompagner dans leur carrière, les inciter à toujours se dépasser est primordial.

**L'intégration verticale** : pour cultiver l'excellence d'amont en aval, l'intégration verticale permet de maîtriser tous les aspects de la chaîne de valeur, depuis les sources d'approvisionnement jusqu'à la distribution sélective, en passant par l'outil de fabrication. Cette maîtrise garantit le contrôle rigoureux de l'image des Maisons.

**La mise en place de synergies** : la mise en commun à l'échelle du Groupe de moyens pour créer des synergies intelligentes se fait dans le respect de l'identité et de l'autonomie des Maisons. La puissance mutualisée que représente le Groupe doit pouvoir bénéficier à chacune d'entre elles.

**La pérennisation des savoir-faire** : les Maisons composant le Groupe s'inscrivent dans un temps long. Pour préserver leur identité et leur excellence, le Groupe et ses Maisons ont mis en place de nombreux dispositifs de transmission de savoir-faire et de valorisation des métiers de l'artisanat et de la création auprès des jeunes générations.

**Un équilibre des activités et des implantations géographiques** : le Groupe s'est donné les moyens de progresser régulièrement grâce à l'équilibre entre ses activités et une présence répartie géographiquement. Cet équilibre lui permet de mieux résister aux aléas de l'économie.

**L'innovation au service de l'excellence** : le Groupe doit sa pérennité et son succès à sa quête d'excellence. Dans un monde en perpétuelle évolution, l'innovation est un formidable levier pour l'atteindre et rendre les produits du Groupe toujours plus désirables et les expériences qu'il offre à ses clients toujours plus inoubliables. Portée par ses collaborateurs, l'innovation repose sur plusieurs axes : les centres de R&D internes du Groupe, son écosystème de startups, ses partenariats avec le monde académique ainsi qu'avec de nombreuses entreprises expertes.

## 3.2 L'association des parties prenantes

Penser la création, la préservation et le développement des savoir-faire, la production, l'usage et le réemploi pour engendrer des impacts positifs sur le plan social et environnemental et réduire les impacts négatifs du Groupe nécessite concertation et engagement collectif. C'est donc en agissant en synergie avec son écosystème, grâce au dialogue et à la coopération avec leurs parties prenantes, que le Groupe et ses Maisons se mobilisent pour bâtir le luxe de demain.

Le groupe Financière Agache mobilise et s'appuie sur ses parties prenantes, tant internes qu'externes, au premier rang desquelles ses collaborateurs. À chaque étape de sa chaîne de valeur, le Groupe cultive un véritable esprit de partenariat. Il consulte, soutient et s'appuie sur ses parties prenantes afin de déployer ses programmes d'action, de progresser et d'atteindre ses objectifs stratégiques. En particulier, le Groupe étudie les avis et retours émis par celles-ci afin d'orienter plus finement le déploiement de ses programmes en matière de responsabilité sociale et environnementale. Guidé par ses engagements, LVMH souhaite créer un cercle vertueux favorisant une dynamique de progrès conjointe et le bénéfice mutuel des accomplissements de chacun, sur l'ensemble des territoires où il est présent. C'est pourquoi, au-delà du respect des lois et réglementations applicables, le Groupe promeut des standards d'éthique et de conformité élevés (Code de conduite, Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux, Charte Anticorruption, Charte Lobbying Responsable, etc.), afin de préserver la confiance qui le lie à ses clients, ses fournisseurs, aux institutions, aux collectivités locales, aux organisations

internationales comme aux organisations non gouvernementales et à l'ensemble de ses parties prenantes.

LVMH participe également tout au long de l'année aux réflexions et engagements multilatéraux menés par les États, les institutions et les collectivités, mais aussi par de nombreux laboratoires, universités, écoles, fondations ou prestataires. Ensemble, ils élaborent des initiatives et des programmes d'action autour d'objectifs partagés.

En 2024, LVMH a ainsi participé à plusieurs temps forts internationaux dont la Climate Week de New York, le salon Future Fabrics Expo à Londres ou encore la COP 15 sur la Désertification. Le Groupe est également à l'initiative de coalitions comme celle mise en œuvre en octobre 2024 par Moët Hennessy, une coalition en faveur des sols (World Living Soils Forum). À la suite du LIFE 360 Summit qui s'est tenu à l'Unesco en décembre 2023, le Groupe a mis en œuvre son nouveau programme d'action, LIFE 360 Business Partners, en rencontrant des échantillons de fournisseurs pour concevoir un programme ajusté d'accompagnement de leur transition environnementale.

La gestion responsable des ressources humaines s'organise autour de quatre piliers, définis à partir d'une concertation avec les parties prenantes et d'une cartographie des enjeux et des risques :

- développer la diversité par le respect de la dignité et de la singularité de chacun ;
- agir pour la santé, la sécurité et le bien-être des collaborateurs ;
- transmettre les savoir-faire du patrimoine de l'Humanité ;
- s'engager pour une société meilleure.

### 3.3 Impacts, risques et opportunités liés au modèle d'affaires

#### 3.3.1 Un modèle de création de valeur responsable et durable

Porté par la mission de créer des produits et des services de haute qualité, le modèle de LVMH mobilise un capital à la fois humain, créatif et financier, ainsi que des matières naturelles pour créer des biens d'exception durables dans le temps, selon différentes étapes de création de valeur :

**La conception :** LVMH s'appuie sur la créativité des ses collaborateurs, qu'ils soient directeurs artistiques, chefs de cave (Vins et Spiritueux), parfumeurs-créateurs (Parfums et Cosmétiques) ou architectes. Visionnaires créatifs, ils sont les gardiens de l'héritage de chaque Maison. Un héritage sur lequel chacun s'appuie pour concevoir des produits, des lieux qui renouvellent l'offre proposée par les Maisons dans le respect de leur patrimoine, tout en étant résolument ouverts sur le monde, inscrits dans une perspective de durabilité, d'innovation et de transmission.

**L'approvisionnement :** LVMH cultive l'excellence dès l'amont de ses chaînes de valeur en favorisant l'approvisionnement en matières premières qui limitent l'impact environnemental et en associant les communautés locales. Pour certaines chaînes d'approvisionnement, LVMH favorise l'adoption de pratiques régénératrices pour créer un impact positif, à la fois au service de la Nature et des communautés locales.

**La production :** L'inscription dans le temps long s'exprime également par la pérennisation des savoir-faire pour préserver l'identité tout comme l'excellence des Maisons. De nombreux dispositifs de valorisation des métiers de l'artisanat et de transmission des savoir-faire sont mis en place. LVMH privilégie la sobriété des modes de production en veillant à la réduction

de la consommation des ressources naturelles sans qu'aucun compromis ne soit possible sur la qualité des produits.

**Le transport et la logistique :** Le Groupe et ses Maisons fabriquent essentiellement en France et en Italie des produits qui sont acheminés dans 81 pays à travers le monde. L'optimisation de la logistique par zone géographique est une préoccupation constante des Maisons de LVMH pour en limiter l'impact environnemental. De la même façon, le recours à des transports de proximité et moins émetteurs de gaz à effet de serre s'inscrit dans une démarche de progrès continu.

**La distribution et l'expérience client :** La maîtrise de la distribution de ses produits est un axe stratégique essentiel pour LVMH. Le Groupe dispose du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques, avec la volonté d'assurer la continuité de l'excellence de l'expérience au plus près du client. Pour l'ensemble de ses secteurs d'activité, LVMH vise un management environnemental optimal de son réseau de magasins, qui est également une composante essentielle de la proximité avec chaque clientèle, et permet d'offrir des expériences d'achat unique.

**La circularité :** LVMH et ses Maisons inscrivent leur démarche de création de valeur dans une perspective d'économie circulaire, qui se traduit à la fois par la généralisation de l'éco-conception et de la réparation, et la mise en place de synergies. La mise en commun à l'échelle du Groupe de moyens pour créer des synergies intelligentes se fait dans le respect de l'autonomie des Maisons et vise à renforcer la durabilité des produits et de leurs composants. LVMH et ses Maisons sont également très attachés au rayonnement de leurs activités dans leurs territoires et en démultiplient l'impact positif, en collaboration avec ses parties prenantes locales.

Modèle d'affaires – groupe LVMH (75 maisons, 81 pays) – Chiffres 2024

**Activités**  
*(en % du CA)*

Vins et Spiritueux

7 %

Mode et Maroquinerie

48 %

**Enjeux, risques et opportunités**

Adaptation au changement climatique

Utilisation des ressources naturelles

**Capitaux et ressources**

**Capital humain**

- > 215 000 collaborateurs, 190 nationalités
- 18 % en France, 23 % en Europe (hors France), 21 % aux États-Unis, 5 % au Japon, 23 % en Asie (hors Japon), 10 % Autres marchés
- 33 % de postes CDI pourvus en interne
- 71 % de femmes, 65 % de femmes Executive et Managers, 48 % des postes clés occupés par des femmes, 17 femmes Présidentes de Maison ou de division
- Moyenne d'âge : 37 ans
- 43 millions d'euros dédiés à la santé et à la sécurité des équipes

**Capital Créativité et Innovation**

- Prix LVMH des jeunes créateurs
- LVMH Open Innovation
- LVMH Innovation Award
- LVMH Métiers d'Art
- LVMH Gaïa, moteur de recherche et d'innovation scientifique du Groupe

**Capital financier**

- 10,5 milliards d'euros de cash flow disponible
- 69,3 milliards d'euros de capitaux propres
- Actionnariat stable : 49 % détenu par Groupe familial Arnault

**Partenaires**

- Voir Informations générales 3. Stratégie § 3.2 – L'association des parties prenantes

**Formation et transmission des savoir-faire**

- 216,3 millions d'euros investis pour la formation des collaborateurs
- Plus de 280 métiers dans la Création, l'Artisanat et l'Expérience client
- + de 3 300 apprentis formés par l'Institut des Métiers d'Excellence présent dans 8 pays (France, Suisse, Italie, Espagne, Japon, Allemagne, Chine et États-Unis) depuis sa création en 2014

**Capital nature/naturel**

- 20 matières naturelles stratégiques
- Programme d'engagement environnemental LIFE 360
- Charte relative à l'approvisionnement responsable des matières premières animales
- Participation au reporting SBTN et TNFD
- Trajectoire climat validée par SBTi

**Ancrage territorial**

- Présence dans 81 pays
- 119 ateliers de production et d'artisanat en France, 66 en Italie
- 6 307 boutiques dans le monde

**Un modèle de gestion des risques et de création de valeur**

- Roadmap Talent Development
- Politique Fair Wages
- LIFE 360

**Conception**

- Intégration de l'exigence de recyclabilité dans la conception
- Soutien à un écosystème innovant (Maison des Startups LVMH)
- Formation des équipes créatives à l'éco-conception
- Directions artistiques internalisées

**Circularité**

- Développement des métiers et services de réparation
- Gestion des déchets
- Développement de filières innovantes de revalorisation des matières au sein de LVMH Circularity
- Innovation pour créer des matières alternatives et durables

**Vente et expérience Client**

- Mise en œuvre de l'affichage environnemental
- Certification du management environnemental des boutiques
- Partenariats exclusifs avec les bailleurs
- Réduction de l'empreinte environnementale des événements marketing et des actions publicitaires
- Développement de services de réparation en boutiques
- Communication responsable et inclusive dans les actions publicitaires et les événements
- Charte pour le bien-être des modèles et mannequins

LA VOCATION DU GROUPE : SAVOIR FAIRE RÊVER GRÂCE



Parfums et  
Cosmétiques

10 %

Montres et  
Joannerie

12 %

Distribution sélective  
et autres activités

23 %



### Transmission des savoir-faire

### Évolutions sociétales

- Politique Diversité et Inclusion
- Charte Santé/Sécurité
- Politique Éthique & Compliance

#### Approvisionnement

- Certification des filières d'approvisionnement selon les standards les plus robustes « chain of custody »
- Code de conduite fournisseurs et partenaires commerciaux et audits
- 30% des achats réalisés en France ; 65% en Europe (chiffres 2023)
- Recours au secteur protégé
- Accompagnement des fournisseurs dans leur transition environnementale
- Approche One Welfare des économies locales
- Développement des pratiques d'agriculture régénératrice
- Charte relative à l'approvisionnement responsable des matières premières animales

#### Production

- Transmission et maintien des métiers et savoir-faire d'excellence
- Certification du management environnemental des sites
- Plan LVMH de sobriété énergétique
- Contrôle strict de l'utilisation des substances chimiques dangereuses lors des process de transformation (Mode et Maroquinerie)
- Création et/ou maintien d'emplois dans les territoires

#### Transport et logistique

- Optimisation des chaînes logistiques globales et par zones géographiques
- Développement des transports décarbonés pour les livraisons de proximité
- Recours aux transports modaux alternatifs les moins émetteurs de CO<sub>2</sub>
- Réduction de la consommation (eau, énergie et packaging) des sites logistiques et recours à des énergies renouvelables

AUX PRODUITS  
D'EXCEPTION  
DE SES MAISONS

### Création de valeur

#### Valeur pour les collaborateurs

- **14,2 milliards** d'euros versés : salaires, primes, régimes spéciaux
- Prime de partage de la valeur pour un montant de **600 à 1 000 euros** (en France) versée fin 2024
- Près de **11 000** demandes reçues depuis 2021 dans le cadre du programme d'aide financière du LVMH Heart Fund
- Lancement du premier plan d'actionnariat salarié Groupe fin 2024, LVMH Shares

#### Valeur financière

- **5,5 milliards** d'euros d'investissements d'exploitation
- **7,3 milliards** d'euros de dividendes versés
- **13,3 %** de gearing (dette/fonds propres)

#### Formation et transmission des savoir-faire

- + **de 10 000** personnes ont visité le salon de l'artisanat, de la création et de l'expérience client You and ME
- **5 300** collégiens sensibilisés aux Métiers d'Excellence LVMH
- + **de 331 000** membres actifs sur la plateforme INSIDE LVMH, + **de 125 000** personnes certifiées depuis 2021

#### Valeur sociétale

- **76 604** recrutements dont **39 578** CDI
- **6** campus LIVE (L'Institut des Vocations pour l'Emploi)
- **6 milliards** d'euros d'impôts sur les sociétés payés (1<sup>er</sup> contributeur fiscal français)
- Plus de **910** associations et fondations agissant pour l'intérêt général
- **53,3 millions** d'euros de dons financiers
- **1,9 million** de personnes aidées à travers les partenariats de LVMH et de ses Maisons

#### Valeur nature

- Réduction de **55,1 %** des émissions liées aux scopes 1 et 2 (*market-based*)
- Réduction de **32,8 %** des émissions liées au scope 3
- **71 %** de la consommation énergétique provient des énergies renouvelables
- **3,8 millions** d'hectares d'habitat de faune et de flore préservés ou réhabilités

WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES



PRINCIPES DIRECTEURS  
DE L'OCDE À L'INTENTION  
DES ENTREPRISES MULTINATIONALES

Les données financières figurent au chapitre *États financiers*, section Comptes consolidés du présent Rapport annuel.

### 3.3.2 Principaux impacts, risques et opportunités

Les activités du Groupe impliquent une exposition à différents risques qui font l'objet d'un travail régulier d'identification et de gestion dans le contexte des évolutions notamment réglementaires dont il est rendu compte chaque année dans le chapitre *Facteurs et gestion des risques*.

Le modèle d'affaires peut générer des impacts, risques et opportunités, identifiés et évalués selon une méthodologie et des horizons temporels dédiés (voir également ci-après § 4.) que l'on peut résumer ainsi :

- **Impacts, risques et opportunités liés aux enjeux environnementaux :**

- contribution au changement climatique liée aux émissions de GES (ESRS E1);
- risques liés à la tension sur les matières premières due au changement climatique et à la disponibilité de l'eau (ESRS E1);
- impacts environnementaux en termes de prélèvements d'eau, de pollution et de biodiversité concentrés sur l'amont des chaînes minières et agricoles, en particulier lors de l'extraction des matières premières (ESRS E2, E3 et E4);
- génération de déchets et d'inventus (ESRS E5);
- fabrication de biens d'exception, durables dans le temps, s'inscrivant dans une démarche d'éco-conception donnant lieu à la création de nouveaux services circulaires (ESRS E5).

- **Impacts, risques et opportunités liés aux enjeux sociaux :**

- impacts en termes d'insertion sociale et d'épanouissement par le travail (ESRS S1 et S2);
- préservation et transmission de savoir-faire d'excellence (renforcement de l'employabilité) (ESRS S1 et S2);
- impacts sur les conditions de travail, notamment pour les travailleurs plus vulnérables (risques physiques, sécuritaires liés aux spécificités des métiers, activités saisonnières, etc.) (ESRS S1 et S2);

- risque réputationnel en termes de non-respect des droits des travailleurs (ESRS S1 et S2);
  - risque de perte de savoir-faire et de compétences rares sur les métiers de l'artisanat (ESRS S1 et S2);
  - opportunité de rayonnement et de croissance (attractivité du Groupe) (ESRS S1);
  - contribution à l'égalité des chances par l'insertion professionnelle et la dynamisation des territoires (création d'emplois) (ESRS S3);
  - conflits d'usage en amont des chaînes agricoles et minières (accès/pollution eau et sols) (ESRS S3);
  - impacts en termes d'utilisation d'éléments/codes culturels appartenant à des communautés (ESRS S3);
  - impact en termes d'accès à la culture pour le plus grand nombre (ESRS S4);
  - impact sur la santé pour les activités de Parfums et Cosmétiques, Vins et Spiritueux (ESRS S4);
  - impact via le biais des pratiques marketing et publicitaires (diffusion de stéréotypes) (ESRS S4);
  - opportunités de développement de produits et services prenant en considération toutes les singularités (ESRS S4).
- **Impacts, risques et opportunités liés aux enjeux de gouvernance :**
  - contribution au respect du bien-être animal;
  - risque de sanctions ou de réputation liés au non-respect des standards éthiques promus par le Groupe.

### 3.3.3 Politiques de gestion des impacts, risques et opportunités

Pour gérer les impacts, risques et opportunités et renforcer la résilience et la compétitivité, LVMH s'est doté de plans d'action dédiés (LIFE 360, la roadmap CSR et le programme Convergence) mis en œuvre par l'ensemble des Maisons. Un processus d'amélioration continue est défini qui vise à couvrir l'ensemble de ses chaînes de valeur.

## Tableau de présentation de la contribution des objectifs de la stratégie environnementale LIFE 360 aux IROs environnementaux matériels

IROs environnementaux matériels	Objectifs de la stratégie environnementale LIFE 360 en lien avec les IROs environnementaux matériels
<b>ESRS Climat</b>	
<b>Impacts</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Émissions de gaz à effet de serre liées aux émissions directes et indirectes du Groupe (scopes 1,2,3)</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Climat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de 50 % des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) liées à la consommation énergétique des sites et boutiques en propre, en valeur absolue, d'ici 2026 (base 2019) grâce à une politique de 100 % d'énergie renouvelable ou bas carbone</li> <li>Réduction ou évitement des émissions de GES du scope 3 (matières premières, achats, transport, déchets, usage et fin de vie du produit) de 55 % par unité de valeur ajoutée d'ici 2030 (base 2019)</li> </ul>
<b>Risques</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tension sur l'approvisionnement en matières premières (dégradation de la qualité/quantité) stratégiques</li> <li>Baisse de rendement des commodités et tension sur la quantité des approvisionnements disponibles</li> <li>Diminution ou augmentation du rendement et modification de la qualité des raisins</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Biodiversité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Préservation, restauration ou régénération de 5 millions d'hectares d'écosystèmes en 2030 notamment via le déploiement de l'agriculture régénératrice au sein des filières d'approvisionnement</li> </ul> <p><b>LIFE 360 Traçabilité et transparence</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Intégration de clauses contractuelles RSE et leur vérification pour 100 % des fournisseurs stratégiques d'ici 2030</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentation du coût des matières premières, de l'énergie et des transports</li> <li>Perte de revenus ou hausse des coûts liées aux événements extrêmes affectant les sites du Groupe</li> </ul>	/
<b>ESRS Pollution</b>	
<b>Impacts</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Pollution de l'eau et des sols liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles, minérales et d'élevage ainsi que lors de leur transformation</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Biodiversité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Certification de 100 % des matières premières stratégiques en 2026</li> <li>Déploiement du programme ZDHC (Zéro Discharge of Hazardous Chemicals) dans la filière Mode et Maroquinerie</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Pollution des écosystèmes en raison de l'utilisation ou de la gestion de la fin de vie de produits contenant des substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Biodiversité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Déploiement du programme ZDHC dans la filière Mode et Maroquinerie</li> </ul>
<b>Risques</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Risque réputationnel en cas de controverse liée à la pollution chimique issue de substances préoccupantes au sein de ses opérations ou celles de sa chaîne de valeur</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Biodiversité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Déploiement du programme ZDHC dans la filière Mode et Maroquinerie</li> <li>Arrêt de l'utilisation des herbicides dans les vignobles LVMH</li> <li>LIFE 360 Traçabilité et transparence</li> <li>Intégration de clauses contractuelles RSE et leur vérification pour 100 % des fournisseurs stratégiques d'ici 2030</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sanctions et pénalités en cas de non-respect des réglementations en matière de substances préoccupantes</li> </ul>	/

**IROs environnementaux matériels****Objectifs de la stratégie environnementale LIFE 360 en lien avec les IROs environnementaux matériels****ESRS Eau et ressources marines****Impacts**

- Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements dans les opérations et la chaîne d'approvisionnement du Groupe, a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques

**LIFE 360 Biodiversité**

- Réduction de 30 % d'ici 2030 des prélèvements d'eau liés aux opérations (base 2019) LVMH ainsi qu'à sa chaîne de valeur (base 2021)

**Risques**

- Baisse des rendements agricoles affectant l'approvisionnement des matières premières nécessaires à la fabrication des produits du Groupe en cas d'amointrissement des ressources en eau ou des restrictions d'usage

**LIFE 360 Biodiversité**

- Préservation, restauration ou régénération de 5 millions d'hectares d'écosystèmes en 2030 notamment via le déploiement de l'agriculture régénératrice au sein des filières d'approvisionnement

**ESRS Biodiversité****Impacts**

- Fragmentation/dégradation/perte d'habitats terrestres/déforestation dues aux opérations en propre et aux opérations d'approvisionnement

**LIFE 360 Biodiversité**

- Zéro déforestation et conversion d'écosystèmes naturels au sein de ses opérations et chaînes d'approvisionnement d'ici 2025

**LIFE 360 Traçabilité et transparence**

- 100 % des chaînes d'approvisionnement stratégiques avec un système de traçabilité dédié en 2030
- Intégration de clauses contractuelles RSE et leur vérification pour 100 % des fournisseurs stratégiques d'ici 2030

- Contribution à la dégradation des sols

**LIFE 360 Biodiversité**

- Certification de 100 % des matières premières stratégiques en 2026
- Préservation, restauration ou régénération de 5 millions d'hectares d'écosystèmes en 2030 notamment via le déploiement de l'agriculture régénératrice au sein des filières d'approvisionnement

**LIFE 360 Traçabilité et transparence**

- 100 % des chaînes d'approvisionnement stratégiques avec un système de traçabilité dédié en 2030
- Intégration de clauses contractuelles RSE et leur vérification pour 100 % des fournisseurs stratégiques d'ici 2030

- Dégradation d'écosystèmes sensibles du fait des activités touristiques et de l'utilisation de bateaux

**LIFE 360 Biodiversité**

- 100 % des sites industriels et hôteliers avec un système de management de l'environnement certifié en 2026

## IROs environnementaux matériels

Objectifs de la stratégie environnementale LIFE 360  
en lien avec les IROs environnementaux matériels

## ESRS Ressources utilisées et économie circulaire

## Impacts

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impact lié à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes (incl. emballages)</li> <li>- Impact lié à la production de déchets, emballages et PLV tout au long du cycle de vie des produits (incl. production, commercialisation, utilisation)</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Circularité Créative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100 % de produits issus d'une démarche d'éco-conception d'ici 2030</li> <li>- Zéro plastique fossile vierge dans les emballages clients en 2026</li> <li>- 70 % de matières premières recyclées dans les emballages clients en 2030</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tension autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Circularité Créative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100 % de produits issus d'une démarche d'éco-conception d'ici 2030</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destruction potentielle des invendus/produits obsolètes</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Circularité Créative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déploiement de nouveaux services circulaires</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimisation de l'utilisation des ressources par la longévité des produits (qualité, cycle de vie long, réparabilité, rechargeabilité, etc.)</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Circularité Créative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100 % de produits issus d'une démarche d'éco-conception d'ici 2030</li> </ul>

## Opportunités

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement de nouvelles gammes de produits/services éco-conçus et utilisation de matériaux plus durables</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Circularité Créative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100 % de produits issus d'une démarche d'éco-conception d'ici 2030</li> <li>- Programme d'innovation dédié au luxe nouveau</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement de nouveaux modèles économiques fondés sur la réutilisation, la recharge, la reprise et la revente des produits</li> </ul>	<p><b>LIFE 360 Circularité Créative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déploiement de nouveaux services circulaires</li> </ul>

## Tableau de présentation de la contribution des objectifs de la stratégie de responsabilité sociale aux IRO sociaux matériels

IROs sociaux matériels (S1, S2 et S3)	Objectifs de la stratégie de responsabilité sociale en lien avec les IROs sociaux matériels
<b>ESRS Effectifs de l'entreprise</b>	
<b>Impacts</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stabilité financière et insertion sociale des salariés grâce à l'emploi et au paiement d'un salaire adéquat</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Politique d'équité salariale</li> <li>– Paiement d'un salaire adéquat pour 100 % des collaborateurs LVMH</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Exposition des salariés à des risques physiques, psychologiques, ou sécuritaires liés aux spécificités du secteur et ses cadences de travail</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Atteinte des cinq objectifs de la Charte Santé &amp; Sécurité</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Exposition potentielle à la discrimination et au harcèlement tout au long de la vie professionnelle (femmes, handicap, etc.)</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 100 % des recruteurs formés à la non-discrimination, tous les trois ans</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Renforcement de l'employabilité des salariés de LVMH liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 750 nouveaux apprentis pour la rentrée 2024 de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH dans 8 pays</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Exposition des salariés à des événements climatiques</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Atteinte des objectifs de la Charte Santé &amp; Sécurité</li> </ul>
<b>Risques &amp; Opportunités</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Risque réputationnel en cas de non-respect des droits des travailleurs et de non-maîtrise des risques santé et sécurité</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Atteinte des objectifs de la Charte Santé &amp; Sécurité</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Risque de perte de savoir-faire et de compétences rares sur les métiers de l'artisanat</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 750 nouveaux apprentis pour la rentrée 2024 de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH dans 8 pays</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Opportunité de rétention et de mobilisation de tous les talents par le développement d'une culture inclusive</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Atteindre 50 % de femmes aux postes clés du Groupe d'ici 2025</li> <li>– 2 % de collaborateurs en situation de handicap d'ici 2025</li> </ul>
<b>ESRS Travailleurs de la chaîne de valeur</b>	
<b>Impacts</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stabilité économique et insertion sociale des travailleurs de la chaîne de valeur</li> </ul>	<b>LVMH Achats Responsables</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Signature et respect du Code de conduite Fournisseurs</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Impact potentiel sur les conditions de travail (santé &amp; sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement)</li> </ul>	<b>LVMH Programme Convergence</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Analyse risque brut, audit on-line, audit sur site, plan de remédiation</li> <li>– Formation des fournisseurs</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Renforcement de l'employabilité des travailleurs de la chaîne de valeur liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux</li> </ul>	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Métiers d'Excellence</li> </ul>

IROs sociaux matériels (S1, S2 et S3)	Objectifs de la stratégie de responsabilité sociale en lien avec les IROs sociaux matériels
– Conditions de travail	<b>LVMH Programme Convergence</b> – Audit sur site pour les fournisseurs identifiés à risque et des fournisseurs dans les pays à risque
– Logements décents et accès à l'eau et à l'assainissement	<b>LVMH Achats Responsables</b> – Paiement d'un salaire adéquat
– Travail des enfants dans les pays à risque	<b>LVMH Programme Convergence</b> – Audit sur site pour les fournisseurs présents dans les pays à risque
<b>Risques &amp; Opportunités</b>	
– Risque réputationnel en cas de non-respect des droits des travailleurs de la chaîne de valeur et de non-maîtrise des risques santé et sécurité	<b>LVMH Programme Convergence</b> – Analyse risque brut, audit on-line, audit sur site, plan de remédiation
– Risque de disparition de savoir-faire des métiers rares de l'artisanat	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> – Métiers d'Excellence
– Continuité opérationnelle grâce à la préservation de relations pérennes avec fournisseurs clés et de l'amélioration des conditions de travail	<b>LVMH Achats Responsables</b>
<b>ESRS Communautés impactées</b>	
<b>Impacts</b>	
– Contribution à l'égalité des chances par l'insertion dans le monde professionnel des jeunes et des populations vulnérables – Contribution à l'accès à la culture pour le plus grand nombre	<b>LVMH Roadmap RSE 2025</b> – 100 % des collaborateurs auront la possibilité de s'engager au bénéfice de l'intérêt général

Ces plans d'action contribuent pleinement à la démarche de vigilance du Groupe à travers laquelle LVMH veille à identifier, prévenir et atténuer les risques d'atteintes aux droits humains et aux libertés fondamentales, à la santé et à la sécurité de personnes, ainsi qu'à l'environnement, et ce à chacune des étapes des chaînes de valeur des activités du Groupe.

En 2024, LVMH a renforcé le pilotage de sa démarche de vigilance à travers la mise en place d'une gouvernance dédiée impliquant tous les niveaux du groupe LVMH, du Conseil d'administration aux communautés opérationnelles en Maisons, ainsi qu'une nouvelle direction exclusivement dédiée au Devoir de vigilance qui rend également régulièrement compte de son action auprès du Comité durabilité et gouvernance du Conseil d'administration de LVMH.

La démarche de vigilance du groupe LVMH est décrite dans la section Plan de vigilance du présent document.

Par ailleurs, sur les enjeux de conduite des affaires, le Groupe déploie des politiques et dispositifs de conformité afin de prévenir les potentiels impacts que pourraient avoir les pratiques suivantes sur la société et les parties prenantes du Groupe :

- incidents de corruption ;
- blanchiment de capitaux ;
- incidents liés au respect des sanctions économiques ;
- atteintes aux droits des lanceurs d'alerte.

Ces politiques et dispositifs, qui sont intégrés à la stratégie et au modèle économique du Groupe, visent également à adresser les risques matériels auxquels le Groupe serait exposé en cas d'actes de corruption, de pratiques anti-concurrentielles ou contrevenant aux sanctions internationales, eu égard aux sanctions financières encourues, ou encore au regard de l'atteinte portée alors à l'image du Groupe en cas de profusion non contenue de contrefaçons sur le marché.

## 4. Méthode d'identification des impacts, des risques et des opportunités

### 4.1 Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités significatifs

Pour le pilotage et la mise en œuvre opérationnelle de la CSRD au sein du Groupe, une gouvernance dédiée sous l'égide du Comité exécutif de LVMH a été instaurée avec la création d'organes spécifiques : un Comité de direction animé par le Directeur Administration Générale & Affaires Juridiques et la Directrice financière qui informent la Direction générale et un Comité de pilotage. Ces organes sont composés de représentants des Directions Achats, Éthique et Compliance, Controlling, Reporting & Consolidation Groupe, Développement Environnement, Développement Social, Devoir de Vigilance, IT & Technologie, Juridique, Opérations, Responsabilité Sociale et Ressources Humaines.

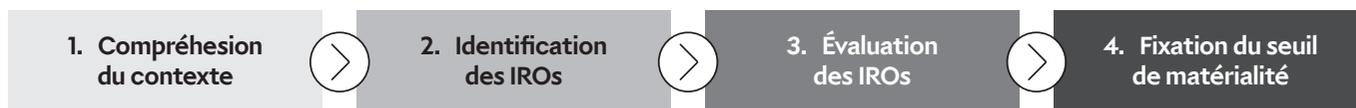
En accord avec les exigences de la CSRD, le groupe LVMH a réalisé pour la première année, en 2024, une analyse de double matérialité avec l'appui d'un cabinet externe. Cette analyse a été menée conformément aux attentes des European Sustainability Reporting Standards (ESRS), acte délégué publié en juillet 2023, et des recommandations de la Materiality Assessment Implementation Guidance de l'EFRAG, le Groupe consultatif européen sur l'information financière dont la version définitive a été publiée en mai 2024.

Pierre angulaire de la CSRD, l'analyse de « double matérialité » a pour but d'identifier les thématiques de durabilité reflétant :

- les impacts positifs et négatifs potentiels ou actuels matériels sur les personnes et l'environnement liés aux activités de l'entreprise et de sa chaîne de valeur (matérialité d'impact – perspective *inside-out*);
- les effets financiers positifs (opportunités) et négatifs (risques) matériels liés aux sujets de durabilité qui affectent ou pourraient affecter les performances financières du Groupe (matérialité financière – perspective *outside-in*).

Le Groupe prévoit une revue annuelle de l'analyse de matérialité par le Comité de pilotage en charge des sujets de durabilité,

Le processus d'identification des impacts, risques et opportunités (IROs) matériels s'est décomposé en quatre grandes étapes :



La première étape a consisté à identifier les enjeux de durabilité en se basant sur (1) les sujets précédemment identifiés par le Groupe, (2) les informations spécifiques aux différentes activités du Groupe, (3) le modèle économique et la chaîne de valeur du Groupe, et (4) les enjeux ESG, sous-enjeux et sous-sous-enjeux listés par les ESRS.

ainsi qu'une mise à jour tous les trois ans, ou dès lors qu'un changement de périmètre majeur est constaté.

L'ensemble des parti-pris méthodologiques sont décrits dans les paragraphes ci-dessous et les résultats de l'analyse validés par ces organes.

Ce processus d'identification, d'évaluation et de gestion des impacts, risques et opportunités est une procédure spécifique. Elle n'est pas, à ce jour, intégrée au processus global de gestion des risques au niveau du Groupe.

Les risques de durabilité sont considérés au même titre que les autres types de risques.

#### 4.1.1 Approche générale

##### Périmètre, étapes et principales hypothèses

Afin de couvrir l'ensemble des activités du Groupe tout en prenant en compte leurs spécificités, l'analyse de double matérialité a été effectuée en distinguant onze chaînes de valeur : « Vins et Spiritueux », « Mode », « Maroquinerie », « Montres », « Joaillerie », « Parfums et Cosmétiques », « Distribution sélective », « Médias, communication, événementiel et défilés », « Hôtellerie, tourisme de luxe et parcs », « Restauration et pâtisserie », et « Construction de yachts ».

Une cartographie de la chaîne de valeur propre à chaque activité susmentionnée a été établie, permettant d'obtenir une vision d'ensemble du Groupe et de mettre en lumière les différents modèles d'affaires, les secteurs d'activités, les étapes des chaînes de valeur amont et aval ainsi que les parties prenantes impactées. Les impacts liés aux opérations propres et à la chaîne de valeur, incluant ceux relatifs aux relations d'affaires, sur l'ensemble des géographies ont été considérés.

L'identification et l'évaluation des impacts, risques et opportunités se sont fondés sur :

- des sources d'information sectorielles : études, pratiques de pairs, référentiels, etc. (ex : SASB, questionnaires agences de notation, etc.);
- des sources d'information internes sur l'analyse des activités et produits du Groupe, notamment des analyses d'impact et de risques existantes;
- la consolidation du point de vue et de l'intérêt des parties prenantes externes (consommateurs, communautés locales, société civile, nature, etc.) via une analyse bibliographique approfondie et des entretiens.

Conformément aux prescriptions des ESRS, les partis pris suivants ont été adoptés lors de la constitution de la liste d'IROs :

- les impacts, risques et opportunités identifiés et évalués sont considérés au niveau « brut », c'est-à-dire sans prendre en considération des plans d'action mis en œuvre;
- les risques et opportunités découlent souvent d'impact. Ainsi, pour chaque impact, la question de la « contrepartie » en termes de risque ou opportunité s'est posée.

Enfin, outre l'intégration des résultats des échanges réguliers avec les parties prenantes (cf. ci-dessus § 3.2) qui ont permis de prendre en considération l'intérêt et le point de vue des parties prenantes dans l'évaluation des IROs, le Groupe a mené une consultation spécifique auprès de huit parties prenantes externes via des entretiens, incluant (i) des représentants d'organisations non gouvernementales (ONG) expertes des thématiques environnementales sociales et de gouvernance et (ii) des investisseurs. Ces parties prenantes ont été identifiées et hiérarchisées en se fondant sur leur expertise et connaissance des impacts des activités du Groupe et de sa chaîne de valeur. Cette consultation ciblée visait à renforcer l'opposabilité de l'analyse de double matérialité par une analyse qualitative et stratégique des parties prenantes/experts mobilisés.

## 4.1.2 Évaluation des IROs

### Évaluation des impacts

La matérialité des impacts a été évaluée en utilisant quatre variables requises par les normes ESRS, ESRS 1 et ESRS 2 : la gravité (l'ampleur, la portée, l'irréversibilité) et la probabilité. Concernant les impacts négatifs potentiels sur les droits humains, le critère de gravité prime sur le critère de probabilité. Chaque critère

de gravité et de probabilité a été évalué selon un score de 1 à 4. Plusieurs horizons temporels ont également été pris en compte : un horizon temporel de court terme correspondant à la période de référence des états financiers (soit un an), un horizon temporel de moyen terme correspondant à la période comprise entre l'échéance de court terme et cinq ans, et un horizon temporel de long terme correspondant aux échéances supérieures à cinq ans. La prise en considération des impacts à long terme a été intégrée via le principe de coefficient pour pondérer l'évaluation si l'impact était majoré à long terme (soit en termes d'aggravation d'un impact négatif ou de renforcement d'un impact positif). La combinaison de ces scores et coefficients a donné un score final allant de 1 à 4, qui a été utilisé pour prioriser les impacts.

### Évaluation des risques et opportunités

La matérialité financière a été évaluée en utilisant deux variables requises par les normes ESRS, ESRS 1 et ESRS 2 :

- la gravité, c'est-à-dire l'ampleur potentielle des effets financiers; et
- la probabilité d'occurrence.

La gravité a été évaluée selon un score de 1 à 5 et la probabilité de 1 à 4. Tout comme pour les impacts, plusieurs horizons temporels ont été pris en compte, notamment en incluant un coefficient en cas d'amélioration ou de détérioration de l'effet financier à long terme. Chaque variable a été associée à un score ou a servi de coefficient. La combinaison de ces scores et coefficients a donné un score final allant de 1 à 5, qui a été utilisé pour prioriser les risques et les opportunités.

### Fixation et revue des seuils

Chaque score a été revu et validé par les membres du Comité de pilotage de la CSRD (voir ci-dessus § 4.1).

Les seuils de matérialité ont été fixés sur la base des critères suivants et validés par le Comité de pilotage :

- l'alignement et la continuité avec la stratégie du Groupe et avec les analyses d'impacts et risques et opportunités précédentes;
- la matérialité de l'information pour les parties prenantes impactées et les utilisateurs des informations de durabilité.

Après la consolidation des résultats finaux, le Comité d'audit de la performance et le Comité durabilité et gouvernance de LVMH, ainsi que le Comité d'audit de Financière Agache, ont examiné respectivement les 26 novembre et 18 décembre 2024 la méthodologie et les résultats de l'analyse de double matérialité.

## Tableau récapitulatif des Impacts positifs et négatifs, Risques et Opportunités dans les domaines environnementaux, sociaux et de la gouvernance

### Environnement

	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres
<b>E1 – Changement Climatique</b>						
<b>Impacts</b>	– Émissions de gaz à effet de serre liées aux émissions directes et indirectes du Groupe (scopes 1, 2 et 3) (-)					
<b>Risques</b>	– Diminution ou augmentation du rendement et modification de la qualité des raisins	– Tension sur l'approvisionnement en matières premières (dégradation de la qualité/quantité) stratégiques : cuir, laine, cachemire, coton, pierres précieuses/métaux	– Baisse de rendement des commodités et tension sur la quantité des approvisionnements disponibles	– Tension sur l'approvisionnement en matières premières (dégradation de la qualité/quantité) stratégiques : cuir, laine, cachemire, coton, pierres précieuses/métaux	–	–
	– Augmentation du coût des matières premières – Augmentation du coût de l'énergie et des transports – Perte de revenus ou hausse des coûts liés aux événements extrêmes affectant les sites du Groupe					
<b>E2 – Pollution</b>						
<b>Impacts</b>	– Pollution potentielle de l'eau et des sols liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles et viticoles ainsi que lors de leur transformation (-)	– Pollution potentielle de l'eau et des sols liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles et d'élevage ainsi que lors de leur transformation (-) – Pollution potentielle liées aux substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes (-)	– Pollution potentielle des écosystèmes liée à des substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes (produits et fin de vie des produits) (-)	– Pollution potentielle de l'eau liée à l'extraction et la transformation des matières premières minérales (-)	–	–
<b>Risques</b>	– Risque réputationnel en cas de controverse liée à la pollution chimique issue de substances préoccupantes au sein de ses opérations ou celles de sa chaîne de valeur – Sanctions et pénalités en cas de non-respect des réglementations en matière de substances préoccupantes					
<b>E3 – Eau</b>						
<b>Impacts</b>	– Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements liés aux opérations du Groupe et à sa chaîne d'approvisionnement, a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques (-)	– Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements dans la chaîne d'approvisionnement du Groupe, a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques (-)	–	–	–	– Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements liés aux activités hôtelières a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques (-)
<b>Risques</b>	– Baisse des rendements agricoles affectant l'approvisionnement des matières premières nécessaires à la fabrication des produits du Groupe en cas d'amoinissement des ressources en eau ou des restrictions d'usage					
<b>E4 – Biodiversité</b>						
<b>Impacts</b>	– Fragmentation/dégradation/perte d'habitats terrestres dues aux opérations d'approvisionnement et aux opérations propres au Groupe (-) – Contribution à la dégradation des sols sur la chaîne de valeur amont et aux opérations propres au Groupe (-)	– Fragmentation/dégradation/perte d'habitats terrestres/déforestation dues aux opérations d'approvisionnement (-) – Contribution à la dégradation des sols sur la chaîne de valeur amont (-)		–	–	– Hôtellerie : Contribution à la dégradation des sols (-) – Hôtellerie & Yachts : Dégradation d'écosystèmes sensibles (récifs coralliens, forêts tropicales, savanes, zones montagneuses, zones insulaires, etc.) du fait des activités touristiques et de l'utilisation de bateaux dans ces zones (-) – Impacts directs et indirects des activités de restauration sur l'état des écosystèmes (-)
<b>E5 – Ressources utilisées et Économie Circulaire</b>						
<b>Impacts</b>	– Impact lié à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes (incl. emballages) (-) – Impact lié à la production de déchets, emballages et PLV tout au long du cycle de vie des produits (incl. production, commercialisation, utilisation) (-)					
	–	– Tension autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs (-) – Destruction potentielle des invendus/produits obsolètes (-) – Optimisation de l'utilisation des ressources par la longévité des produits (qualité, cycle de vie long, réparabilité, rechargeabilité, etc.) (+)	– Destruction potentielle des invendus/produits obsolètes (-)	– Optimisation de l'utilisation des ressources par la longévité des produits (qualité, cycle de vie long, réparabilité, rechargeabilité, etc.) (+) – Tension autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs (-)	–	–
<b>Opportunités</b>	– Développement de nouvelles gammes de produits/services éco-conçus et utilisation de matériaux plus durables – Développement de nouveaux modèles économiques fondés sur la réutilisation, la recharge, la reprise et la vente des produits					

## Social

	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres
<b>S1 - Effectifs de l'entreprise</b>						
<b>Impacts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stabilité financière et insertion sociale des salariés grâce à l'emploi et au paiement d'un salaire adéquat (+)</li> <li>- Épanouissement par le travail et contribution au bien-être (+)</li> <li>- Développement de l'employabilité par les carrières et la mobilité (+)</li> <li>- Implantation mondiale nécessitant une attention au respect de la liberté d'association et du droit syndical (-)</li> <li>- Exposition des salariés à des risques physiques, psychologiques ou sécuritaires liés aux spécificités du secteur et ses cadences de travail (-)</li> <li>- Saisonnalité de l'activité pouvant entraîner un recours au travail à durée déterminée (auto-entrepreneurs, intérimaires et contrats à durée déterminée) (-)</li> <li>- Exposition potentielle à la discrimination et au harcèlement tout au long de la vie professionnelle (femmes, handicap, etc.) (-)</li> </ul>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès à un logement décent pour les salariés temporaires/saisonniers (-)</li> <li>- Exposition des salariés à des événements climatiques (-)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de l'employabilité des salariés de LVMH liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux (+)</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de l'employabilité des salariés de LVMH liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux (+)</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hôtellerie : accès à un logement décent pour les salariés temporaires/saisonniers (-)</li> </ul>
<b>Risques &amp; Opportunités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risque réputationnel en cas de non-respect des droits des travailleurs et de non-maîtrise des risques santé et sécurité</li> <li>- Risque de perte de savoir-faire et de compétences rares sur les métiers de l'artisanat</li> <li>- Opportunité de rayonnement et de croissance à travers les savoir-faire artisanaux et les talents créatifs</li> <li>- Opportunité de mobilisation de tous les talents par le développement d'une culture inclusive</li> </ul>					
<b>S2 - Travailleurs de la chaîne de valeur</b>						
<b>Impacts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stabilité économique et insertion sociale des travailleurs de la chaîne de valeur (+)</li> <li>- Impact potentiel sur les conditions de travail (santé &amp; sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) (-)</li> </ul>					
	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de l'employabilité des travailleurs de la chaîne de valeur liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux (+)</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de l'employabilité des travailleurs de la chaîne de valeur liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux (+)</li> </ul>	-	-
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conditions de travail (logements décents et accès à l'eau et à l'assainissement, travail des enfants dans les pays à risque) (-)</li> </ul>				-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hôtellerie, restauration : conditions de travail (-)</li> <li>- Logements décents et accès à l'eau et l'assainissement</li> <li>- Travail des enfants dans les pays à risque</li> </ul>
<b>Risques &amp; Opportunités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risque réputationnel en cas de non-respect des droits des travailleurs de la chaîne de valeur et de non-maîtrise des risques santé et sécurité</li> <li>- Risque de disparition de savoir-faire des métiers rares de l'artisanat</li> <li>- Continuité opérationnelle grâce à la préservation de relations pérennes avec les fournisseurs clés et à l'amélioration des conditions de travail</li> </ul>					
<b>S3 - Communautés impactées</b>						
<b>Impacts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dynamisation des territoires par la création d'emplois et l'empreinte économique du Groupe (<i>spécifique LVMH</i>) (+)</li> <li>- Contribution à l'égalité des chances par l'insertion dans le monde professionnel des jeunes et des populations vulnérables (<i>spécifique LVMH</i>) (+)</li> <li>- Contribution à l'accès à la culture pour le plus grand nombre (+)</li> </ul>					
	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préservation du savoir-faire et de l'artisanat d'art (<i>spécifique LVMH</i>) (+)</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préservation du savoir-faire et de l'artisanat d'art (<i>spécifique LVMH</i>) (+)</li> </ul>	-	-
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conflit d'usage (accès à l'eau et aux sols) et pollution de l'eau et des sols en amont des chaînes de valeur minières et agricoles (-)</li> </ul>				-	-
	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilisation de codes/éléments culturels appartenant à des communautés (-)</li> </ul>	-	-	-	-
<b>Oppor-tunités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amélioration de l'image de marque liée à la valorisation de savoir-faire artisanaux (<i>spécifique LVMH</i>)</li> </ul>					
<b>S4 - Clients &amp; Utilisateurs Finaux</b>						
<b>Impacts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atteinte potentielle à la vie privée liée à la gestion des données personnelles des clients (-)</li> </ul>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Santé liée à la consommation nocive d'alcool (adultes/mineurs) (-)</li> <li>- Accès à des produits inappropriés à un public mineur (-)</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Santé des enfants et adolescents par l'utilisation de produits cosmétiques à un jeune âge (-)</li> <li>- Atteinte potentielle à la santé des consommateurs et à l'utilisation de substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes dans les produits cosmétiques (-)</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Santé des enfants et adolescents par l'utilisation de produits cosmétiques à un jeune âge (-)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restauration, hôtellerie : accès à des contenus inappropriés à un public mineur (-)</li> </ul>
<b>Risques &amp; Oppor-tunités</b>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffusion de stéréotypes au sein de la société par le biais de pratiques publicitaires et de communication</li> </ul>		-	-	-
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement de l'image de marque et de l'attractivité commerciale liées à la prise en considération des attentes croissantes des clients et des consommateurs sur les sujets de durabilité (qualité, santé/sécurité, etc.)</li> <li>- Développement de produits et services prenant en considération toutes les singularités</li> </ul>					

## Gouvernance

Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres
<b>G1 - Conduite des affaires</b>					
<b>Impacts</b>					
- Implication directe ou indirecte dans des pratiques de corruption, de blanchiment d'argent ou contrevenant aux sanctions économiques en vigueur, ou dans toute autre atteinte à l'éthique des affaires (-)					
- Implication directe ou indirecte dans des incidents de blanchiment d'argent ou liés au respect des sanctions économiques en vigueur ( <i>spécifique LVMH</i> ) (-)					
-	- Impact sur le bien-être animal (-)	-	-	-	- Restauration : impact sur le bien-être animal (-)
<b>Risques</b>					
- Atteinte à l'image du Groupe en cas de controverse liée aux conditions d'élevage ou au mauvais traitement des animaux					
- Atteinte à l'image du Groupe en cas de controverse atteignant l'image des marques ou la protection de la propriété intellectuelle du Groupe (profusion non contenue de contrefaçons sur le marché) ( <i>spécifique LVMH</i> )					
- Sanctions et pénalités liées à l'implication dans des pratiques de corruption ou toute autre atteinte à l'éthique des affaires, ou dans des pratiques contrevenant aux sanctions économiques en vigueur ( <i>spécifique LVMH</i> )					

## 4.2 Exigences de publication au titre des ESRS couverts par la déclaration de durabilité de la Société

Exigences de publication (selon les résultats de l'analyse de la matérialité)		Sections	Pages
<b>ESRS 2 - Informations générales à publier</b>			
BP-1	Base générale pour la préparation des états de durabilité	INFOS 1.1	54
BP-2	Publication d'informations relatives à des circonstances particulières	INFOS 1.2	55
GOV-1	Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance	INFOS 2.1	56
GOV-2	Informations transmises aux organes d'administration, de direction et de surveillance de l'entreprise et enjeux de durabilité traités par ces organes	INFOS 2.2	56
GOV-3	Intégration des performances en matière de durabilité dans les mécanismes d'incitation	INFOS 2.3	58
GOV-4	Déclaration sur la vigilance raisonnable	INFOS 2.4	59
GOV-5	Gestion des risques et contrôles internes concernant l'information en matière de durabilité	INFOS 2.5	62
SBM-1	Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur	INFOS 3.1	63
SBM-2	Intérêts et points de vue des parties prenantes	INFOS 3.2	66
SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et leur lien avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3	67
IRO-1	Description du processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels	INFOS 4.1	76
IRO-2	Exigences de publication au titre des ESRS couvertes par l'état de durabilité de l'entreprise	INFOS 4.2	80
<b>ESRS E1 - Changement climatique</b>			
ESRS 2 GOV-3	Intégration des performances en matière de durabilité dans les mécanismes d'incitation	INFOS 2.3 ENV 2.2.9	58 111
E1-1	Plan de transition pour l'atténuation du changement climatique	ENV 2.2	102
ESRS 2 SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3 ENV 2.1	67 98
ESRS 2 IRO-1	Description des processus permettant d'identifier et d'évaluer les impacts, risques et opportunités matériels liés au climat	ENV 2.1.1	98
E1-2	Politiques liées à l'atténuation du changement climatique et à l'adaptation à celui-ci	ENV 2.3.1	113
E1-3	Actions et ressources en rapport avec les politiques en matière de changement climatique	ENV 2.3.2	114

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Exigences de publication (selon les résultats de l'analyse de la matérialité)		Sections	Pages
E1-4	Cibles liées à l'atténuation du changement climatique et à l'adaptation à celui-ci	ENV 2.2.1	102
E1-5	Consommation d'énergie et mix énergétique	ENV 2.4.4	123
E1-6	Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES	ENV 2.3.4	117
E1-7	Projets d'absorption et d'atténuation des GES financés au moyen de crédits carbone	ENV 2.3.2	114
E1-8	Tarification interne du carbone	ENV 2.2.8	110
E1-9	Effets financiers attendus des risques physiques et de transition matériels et opportunités potentielles liées au climat	MDP	-
<b>ESRS E2 - Pollution</b>			
ESRS 2 IRO-1	Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels liés à la pollution	INFOS 4.1 ENV 3.1	76 128
E2-1	Politiques en matière de pollution	ENV 3.2.1/ 3.3.1/3.4.1	128/ 131/136
E2-2	Actions et ressources relatives à la pollution	ENV 3.2.2/ 3.3.2/3.4.2	129/ 132/137
E2-3	Cibles en matière de pollution	ENV 3.2.3/ 3.3.3/3.4.3	130/ 132/137
E2-4	Pollution de l'air, de l'eau et des sols	ENV 3.2/3.3	128/131
E2-5	Substances préoccupantes et substances extrêmement préoccupantes	ENV 3.4	136
E2-6	Effets financiers attendus des risques et opportunités liés à la pollution	MDP	-
<b>ESRS E3 - Ressources hydriques et marines</b>			
ESRS 2 IRO-1	Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels liés aux ressources hydriques et marines	INFOS 4.1	76
E3-1	Politiques en matière de ressources hydriques et marines	ENV 4.1/4.2	139/140
E3-2	Actions et ressources relatives aux ressources hydriques et marines	ENV 4.2.2	141
E3-3	Cibles en matière de ressources hydriques et marines	ENV 4.2.3	141
E3-4	Consommation d'eau	ENV 4.2.4	142
E3-5	Effets financiers attendus des risques et opportunités liés aux ressources hydriques et marines	MDP	-
<b>ESRS E4 - Biodiversité et écosystèmes</b>			
E4-1	Plan de transition et prise en considération de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique	ENV 5.1.1	143
ESRS 2 SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3 ENV 5.1.1	67 143
ESRS 2 IRO-1	Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels liés à la biodiversité et aux écosystèmes	INFOS 4.1	76
E4-2	Politiques relatives à la biodiversité et aux écosystèmes	ENV 5.2	147
E4-3	Actions et ressources liées à la biodiversité et aux écosystèmes	ENV 5.2	147
E4-4	Cibles liées à la biodiversité et aux écosystèmes	ENV 5.2.3	151
E4-5	Indicateurs d'impact concernant l'altération de la biodiversité et des écosystèmes	ENV 5.2.4	153
E4-6	Effets financiers attendus des risques et opportunités liés à la biodiversité et aux écosystèmes	MDP	-

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Exigences de publication (selon les résultats de l'analyse de la matérialité)		Sections	Pages
<b>ESRS E5 – Utilisation des ressources et économie circulaire</b>			
ESRS 2 IRO-1	Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels liés à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	INFOS 4.1	76
E5-1	Politiques en matière d'utilisation des ressources et d'économie circulaire	ENV 6.1.1/ 6.2.1/6.3.1	156/ 161/166
E5-2	Actions et ressources relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	ENV 6.1.2/ 6.2.2/6.3.2	157/ 162/166
E5-3	Cibles relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	ENV 6.1.3/ 6.2.3/6.3.3	158/ 164/167
E5-4	Flux de ressources entrantes	ENV 6.1.4	159
E5-5	Flux de ressources sortantes	ENV 6.2.4/6.3.4	165/168
E5-6	Effets financiers attendus des risques et opportunités liés à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	MDP	-
<b>ESRS S1 – Personnel de l'entreprise</b>			
ESRS 2 SBM - 2	Intérêts et points de vue des parties prenantes	INFOS 3.2 SOC 1.1.3	66 182
ESRS 2 SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3 SOC 1.1.4	67 183
S1-1	Politiques concernant le personnel de l'entreprise	SOC 1.1.1	182
S1-2	Processus de dialogue avec le personnel de l'entreprise et ses représentants au sujet des impacts	SOC 1.1.5	183
S1-3	Processus de réparation des impacts négatifs et canaux permettant au personnel de l'entreprise de faire part de ses préoccupations	SOC 1.1.5	183
S1-4	Actions concernant les impacts matériels sur le personnel de l'entreprise, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant le personnel de l'entreprise, et efficacité de ces actions	SOC 1.3	186
S1-5	Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	SOC 1.3	186
S1-6	Caractéristiques des salariés de l'entreprise	SOC 1.2	184
S1-7	Caractéristiques des non-salariés assimilés au personnel de l'entreprise	MDP	-
S1-8	Couverture des négociations collectives et dialogue social	SOC 1.4.4	202
S1-9	Indicateurs de diversité	SOC 1.6	200
S1-10	Salaires décents	SOC 1.4.6	194
S1-11	Protection sociale	MDP	-
S1-12	Personnes handicapées	SOC 1.6.3	203
S1-13	Indicateurs de formation et de développement des compétences	SOC 1.5.4	199
S1-14	Indicateurs de santé et de sécurité	SOC 1.4.3	189
S1-15	Indicateurs d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée	SOC 1.4.5	193
S1-16	Indicateurs de rémunération (écart de rémunération et rémunération totale)	NM/SOC 1.4.2	187
S1-17	Cas, plaintes et impacts graves sur les droits de l'Homme	SOC 1.4.1	187

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Exigences de publication (selon les résultats de l'analyse de la matérialité)		Sections	Pages
<b>ESRS S2 - Travailleurs de la chaîne de valeur</b>			
ESRS 2 SBM - 2	Intérêts et points de vue des parties prenantes	INFOS 3.2 SOC 2.1.2	66 206
ESRS 2 SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et interactions avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3 SOC 2.1.3	67 206
S2-1	Politiques relatives aux travailleurs de la chaîne de valeur	SOC 2.2.1	207
S2-2	Processus de dialogue avec les travailleurs de la chaîne de valeur au sujet des impacts	SOC 2.2.2	207
S2-3	Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux travailleurs de la chaîne de valeur de faire part de leurs préoccupations	SOC 2.2.3	208
S2-4	Actions concernant les impacts matériels sur les travailleurs de la chaîne de valeur, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant les travailleurs de la chaîne de valeur, et efficacité de ces actions	SOC 2.2.3	208
S2-5	Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	SOC 2.2.4	210
<b>ESRS S3 - Communautés affectées</b>			
ESRS 2 SBM - 2	Intérêts et points de vue des parties prenantes	INFOS 3.2 SOC 3.1.1	66 212
ESRS 2 SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et interactions avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3 SOC 3.1.2	67 212
S3-1	Politiques relatives aux communautés affectées	SOC 3.2.1/3.3.1/ 3.4.1/3.5.1	213/214/ 215/217
S3-2	Processus de dialogue avec les communautés affectées au sujet des impacts	SOC 3.2.1	213
S3-3	Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux communautés affectées de faire part de leurs préoccupations	SOC 3.2.1	213
S3-4	Actions concernant les impacts matériels sur les communautés affectées, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant les communautés affectées, et efficacité de ces actions	SOC 3.2.3/3.3.2/ 3.4.2/3.5.2	214/ 215/217
S3-5	Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	SOC 3.2.4/3.3.3/ 3.4.3/3.4.4	214/215/ 216
<b>ESRS S4 - Consommateurs et utilisateurs finaux</b>			
ESRS 2 SBM - 2	Intérêts et points de vue des parties	INFOS 3.2 SOC 4.1.1	66 218
ESRS 2 SBM-3	Impacts, risques et opportunités matériels et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	INFOS 3.3 SOC 4.1.2	67 218
S4-1	Politiques relatives aux consommateurs et utilisateurs finaux	SOC 4.2/4.3.1/ 4.4.1/4.5.1/4.6.1	219/ 220/222/223
S4-2	Processus de dialogue avec les consommateurs et utilisateurs finaux au sujet des impacts	SOC 4.2/4.3.2/ 4.4.2/4.5.1/4.6.2	219/220/ 221/222/224
S4-3	Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux consommateurs et utilisateurs finaux de faire part de leurs préoccupations	SOC 4.2/4.3.1/4.3.2/ 4.4.3/4.5.1/4.6.3	219/220/ 221/222/224
S4-4	Actions concernant les impacts matériels sur les consommateurs et utilisateurs finaux, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant les consommateurs et utilisateurs finaux, et efficacité de ces actions	SOC 4.2/4.3.1/4.3.2/ 4.4.3/4.5.1/4.6.3	219/220/ 221/222/224
S4-5	Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	SOC 4.2/4.3.2/4.4.4/ 4.4.5/4.6.4/4.6.5	219/220/ 222/224

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Exigences de publication (selon les résultats de l'analyse de la matérialité)		Sections	Pages
<b>ESRS G1 – Conduite des affaires</b>			
ESRS 2 GOV-1	Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance	INFOS 2.1 GOUV 1.1	56 226
ESRS 2 IRO-1	Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels	INFOS 4.1 GOUV 1.2	76 226
G1-1	Politiques en matière de conduite des affaires et culture d'entreprise	GOUV 1.3	227
G1-2	Gestion des relations avec les fournisseurs	GOUV 1.6	235
G1-3	Prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin	GOUV 1.4	231
G1-4	Cas de corruption ou de versement de pots-de-vin	GOUV 1.4.3	232
G1-5	Influence politique et activité de lobbying	NM	–
G1-6	Pratiques en matière de paiement	NM	–

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

### 4.3 Points de données requis par d'autres actes législatifs européens

Points de données		Autres actes législatifs Européens		Sections	Pages
<b>ESRS 2 - Informations générales à publier</b>					
GOV-1 § 21 (d)	Mixité au sein des organes de gouvernance	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 13, tableau 1, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission	INFOS 2.1	56
GOV-1 § 21 (e)	Pourcentage d'Administrateurs indépendants	Règlement sur les indices de référence	Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission	INFOS 2.1	56
GOV-4 § 30	Déclaration sur la vigilance raisonnable	SFDR	Indicateur n° 10, tableau 3, annexe I	INFOS 2.4	59
SBM-1 § 40 (d) i.	Participation à des activités liées aux combustibles fossiles	SFDR Pilier 3 Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 4, tableau 1, annexe I Article 449 bis du règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, tableau 1 : Informations qualitatives sur le risque environnemental et tableau 2 : Informations qualitatives sur le risque social Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission	NA	NA
SBM-1 § 40 (d) ii.	Participation à des activités liées à la fabrication de produits chimiques	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 9, tableau 2, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission	NA	NA
SBM-1 § 40 (d) iii.	Participation à des activités liées à des armes controversées	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 14, tableau 1, annexe I Article 12, paragraphe 1, du règlement délégué (UE) 2020/1818, annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816	NA	NA
SBM-1 § 40 (d) iv.	Participation à des activités liées à la culture et à la production de tabac	Règlement sur les indices de référence	Règlement délégué (UE) 2020/1818, article 12, paragraphe 1, du règlement délégué (UE) 2020/1816, annexe II	NA	NA
<b>ESRS E1 - Changement climatique</b>					
E1-1 § 14	Plan de transition pour atteindre la neutralité climatique d'ici à 2050	Loi européenne sur le climat	Article 2, paragraphe 1, du règlement (UE) 2021/1119	ENV 2.2	102
E1-1 § 16 (g)	Entreprises exclues des indices de référence « Accord de Paris »	Pilier 3 Règlement sur les indices de référence	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, modèle 1 : Portefeuille bancaire – risque de transition lié au changement climatique : Qualité de crédit des expositions par secteur, émissions et échéance résiduelle Article 12, paragraphe 1, points d) à g) et article 12, paragraphe 2 du règlement délégué (UE) 2020/1818	ENV 2.2.7	110

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Points de données		Autres actes législatifs Européens		Sections	Pages
E1-4 § 34	Objectifs de réduction des émissions de GES	SFDR	Indicateur n° 4, tableau 2, annexe I	ENV 2.2.1	102
		Pilier 3	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, modèle 3 : Portefeuille bancaire – Risque de transition lié au changement climatique : indicateurs d'alignement		
		Règlement sur les indices de référence	Article 6 du règlement délégué (UE) 2020/1818		
E1-5 § 38	Consommation d'énergie produite à partir de combustibles fossiles ventilée par source d'énergie (uniquement les secteurs ayant une forte incidence sur le climat)	SFDR	Indicateur n° 5, tableau 1, et indicateur n° 5, tableau 2, annexe I	ENV 2.4.4	123
E1-5 § 37	Consommation d'énergie et mix énergétique	SFDR	Indicateur n° 5, tableau 1, annexe I	ENV 2.4.4	123
E1-5 § 40 à 43	Intensité énergétique des activités dans les secteurs à fort impact climatique	SFDR	Indicateur n° 6, tableau 1, annexe I	ENV 2.4.4	123
E1-6 § 44	Émissions brutes de GES de périmètre 1, 2 ou 3 et émissions totales de GES	SFDR	Indicateur n° 1 et n° 2, tableau 1, annexe I	ENV 2.3.4	117
		Pilier 3	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, modèle 1 : Portefeuille bancaire – risque de transition lié au changement climatique : Qualité de crédit des expositions par secteur, émissions et échéance résiduelle		
		Règlement sur les indices de référence	Article 5, paragraphe 1, article 6 et article 8, paragraphe 1, du règlement délégué (UE) 2020/1818		
E1-6 § 53 à 55	Intensité des émissions de GES brutes	SFDR	Indicateur n° 3, tableau 1, annexe I	ENV 2.3.4	117
		Pilier 3	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, modèle 3 : Portefeuille bancaire – Risque de transition lié au changement climatique : indicateurs d'alignement		
		Règlement sur les indices de référence	Article 8, paragraphe 1 du règlement délégué (UE) 2020/1818		
E1-7 § 56	Absorption de GES et crédits carbone	Loi européenne sur le climat	Article 2, paragraphe 1, du règlement (UE) 2021/1119	ENV 2.3.2	114
E1-9 § 66	Exposition du portefeuille de l'indice de référence à des risques physiques liés au climat	Règlement sur les indices de référence	Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1818 Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816	MDP	–

NM : non-matériel.

MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).

NA : non applicable.

Points de données		Autres actes législatifs Européens		Sections	Pages
E1-9 § 66 (a)	Désagrégation des montants monétaires par risques physique aigu et chronique	Pilier 3	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, paragraphes 46 et 47, modèle 5 : Portefeuille bancaire – Risque physique lié au changement climatique : expositions soumises à un risque physique	MDP	-
E1-9 § 66 (c)	Localisation des actifs importants exposés à un risque physique matériel	Pilier 3	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, paragraphes 46 et 47, modèle 5 : Portefeuille bancaire – Risque physique lié au changement climatique : expositions soumises à un risque physique	MDP	-
E1-9 § 67	Ventilation de la valeur comptable des actifs immobiliers de l'entreprise par classe d'efficacité énergétique	Pilier 3	Article 449 bis Règlement (UE) n° 575/2013 Règlement d'exécution (UE) 2022/2453 de la Commission, paragraphe 34, modèle 2 : Portefeuille bancaire – Risque de transition lié au changement climatique : Prêts garantis par des biens immobiliers – Efficacité énergétique des sûretés	MDP	-
E1-9 § 69	Degré d'exposition du portefeuille aux opportunités liées au climat	Règlement sur les indices de référence	Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1818 de la Commission	MDP	-
<b>ESRS E2 - Pollution</b>					
E2-4 § 28	Quantité de chaque polluant énuméré dans l'annexe II du règlement E-PRTR (registre européen des rejets et des transferts de polluants) rejetés dans l'air, l'eau et le sol	SFDR	Indicateur n° 8, tableau 1, annexe I Indicateur n° 1, n° 2 et n° 3, tableau 2, annexe I	ENV 3.3.4	134
<b>ESRS E3 - Ressources hydriques et marines</b>					
E3-1 § 9	Ressources hydriques et marines	SFDR	Indicateur n° 7, tableau 2, annexe I	ENV 4.1	139
E3-1 § 13	Politique en la matière	SFDR	Indicateur n° 8, tableau 2, annexe I	ENV 4.2	140
E3-1 § 14	Pratiques durables en ce qui concerne les océans et les mers	SFDR	Indicateur n° 12, tableau 2, annexe I	NM	-
E3-4 § 28 (c)	Pourcentage total d'eau recyclée et réutilisée	SFDR	Indicateur n° 6.2, tableau 2, annexe I	ENV 4.2.4	142
E3-4 § 29	Consommation d'eau totale en m <sup>3</sup> par rapport au chiffre d'affaires généré par les activités propres	SFDR	Indicateur n° 6.1, tableau 2, annexe I	ENV 4.2.4	142

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Points de données		Autres actes législatifs Européens		Sections	Pages
<b>ESRS E4 - Biodiversité et écosystèmes</b>					
ESRS 2 SBM-3 § 16 (a) i.	Zones sensibles à la biodiversité	SFDR	Indicateur n° 7, tableau 1, annexe I	ENV 5.1.2	145
ESRS 2 SBM-3 § 16 (b)	Dégradation des terres, désertification ou artificialisation des sols	SFDR	Indicateur n° 10, tableau 2, annexe I	ENV 5.2.1/ 5.2.4	147/ 153
ESRS 2 SBM-3 § 16 (c)	Opérations affectant les espèces menacées	SFDR	Indicateur n° 14, tableau 2, annexe I	ENV 5.1.2	145
E4-2 § 24 (b)	Pratiques ou politiques foncières/agricoles durables	SFDR	Indicateur n° 11, tableau 2, annexe I	ENV 5.2.1	147
E4-2 § 24 (c)	Pratiques ou politiques durables en ce qui concerne les océans/mers	SFDR	Indicateur n° 12, tableau 2, annexe I	NM	-
E4-2 § 24 (d)	Politiques de lutte contre la déforestation	SFDR	Indicateur n° 15, tableau 2, annexe I	ENV 5.2.1	147
<b>ESRS E5 - Utilisation des ressources et économique circulaire</b>					
E5-5 § 37 (d)	Déchets non recyclés	SFDR	Indicateur n° 13, tableau 2, annexe I	ENV 6.3.4	168
E5-5 § 39	Déchets dangereux et déchets radioactifs	SFDR	Indicateur n° 9, tableau 1, annexe I	ENV 6.3.4	168
<b>ESRS S1 - Personnel de l'entreprise</b>					
ESRS 2 SBM-3 § 14 (f)	Risque de travail forcé	SFDR	Indicateur n° 13, tableau 3, annexe I	SOC 2.1.3	206
ESRS 2 SBM-3 § 14 (g)	Risque d'exploitation d'enfants par le travail	SFDR	Indicateur n° 12, tableau 3, annexe I	SOC 2.1.3	206
S1-1 § 20	Engagements à mener une politique en matière des droits de l'Homme	SFDR	Indicateur n° 9, tableau 3 et indicateur n° 11, tableau de l'annexe I	SOC 1.4.1	187
S1-1 § 21	Politique de vigilance raisonnable sur les questions visées par les conventions fondamentales 1 à 8 de l'OIT	Règlement sur les indices de référence	Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission	SOC 1.4.1	187
S1-1 § 22	Processus et mesures de prévention de la traite des êtres humains	SFDR	Indicateur n° 11, tableau 3, annexe I	SOC 1.4.1	187
S1-1 § 23	Politique de prévention ou système de gestion des accidents du travail	SFDR	Indicateur n° 1, tableau 3, annexe I	SOC 1.4.3	189
S1-3 § 32 (c)	Mécanismes de traitement des différends ou des plaintes	SFDR	Indicateur n° 5, tableau 3, annexe I	SOC 1.4.1	187

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

Points de données		Autres actes législatifs Européens		Sections	Pages
S1-14 § 88 (b) et (c)	Nombre de décès et nombre et taux d'accidents liés au travail	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 2, tableau 3, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission	SOC 1.4.3	189
S1-14 § 88 (e)	Nombre de jours perdus pour cause de blessures, d'accidents, de décès ou de maladies	SFDR	Indicateur n° 3, tableau 3, annexe I	SOC 1.4.3	189
S1-16 § 97 (a)	Écart de rémunération entre hommes et femmes non corrigé	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 12, tableau 1, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816	MDP	-
S1-16 § 97 (b)	Ratio de rémunération du directeur général	SFDR	Indicateur n° 8, tableau 1, annexe I	SOC 1.4.2	187
S1-17 § 103 (a)	Cas de discrimination	SFDR	Indicateur n° 7, tableau 3, annexe I	SOC 1.4.1	187
S1-17 § 104 (b)	Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme et principes directeurs de l'OCDE	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 10, tableau 1, annexe I Indicateur n° 14, tableau 3, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission, article 12, paragraphe 1 du règlement délégué (UE) 2020/1818	SOC 1.4.1	187
<b>ESRS S2 - Travailleurs de la chaîne de valeur</b>					
ESRS 2 SBM-3 § 11 (b)	Risque important d'exploitation d'enfants par le travail ou de travail forcé dans la chaîne de valeur	SFDR	Indicateurs n° 12 et n° 13, tableau 3, annexe I	INFOS 3.3 SOC 2.1.3	67 206
S2-1 § 17	Engagements à mener une politique en matière des droits de l'Homme	SFDR	Indicateur n° 9, tableau 3 et indicateur n° 11, tableau 1 de l'annexe I	SOC 2.2.1	207
S2-1 § 18	Politiques relatives aux travailleurs de la chaîne de valeur	SFDR	Indicateurs n° 11 et n° 4, tableau 3, annexe I	SOC 2.2.1	207
S2-1 § 19	Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme et des principes directeurs de l'OCDE	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 10, tableau 1, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission, article 12, paragraphe 1 du règlement délégué (UE) 2020/1818	SOC 2.2.1	207
S2-1 § 19	Politique de vigilance raisonnable sur les questions visées par les conventions fondamentales 1 à 8 de l'OIT	Règlement sur les indices de référence	Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816	SOC 2.2.1	207
S2-4 § 36	Problèmes et incidents en matière de droits de l'Homme liés à la chaîne de valeur en amont ou en aval	SFDR	Indicateur n° 14, tableau 3, annexe I	SOC 2.2.3	208

NM : non-matériel.

MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).

NA : non applicable.

Points de données		Autres actes législatifs Européens		Sections	Pages
<b>ESRS S3 - Communautés affectées</b>					
S3-1 § 16	Engagements à mener une politique en matière de droits de l'Homme	SFDR	Indicateur n° 9, tableau 3, annexe I Indicateur n° 11, tableau 1, annexe I	SOC 3.2	213
S3-1 § 17	Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, des principes de l'OIT ou des principes directeurs de l'OCDE	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 10, tableau 1, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission, article 12, paragraphe 1 du règlement délégué (UE) 2020/1818	SOC 2.2.1	207
S3-4 § 36	Problèmes et incidents en matière de droits de l'Homme	SFDR	Indicateur n° 14, tableau 3, annexe I	SOC 3.2.3	214
<b>ESRS S4 - Consommateurs et utilisateurs finaux</b>					
S4-1 § 16	Politiques en matière de consommateurs et d'utilisateurs finaux	SFDR	Indicateur n° 9, tableau 3 et indicateur n° 11, tableau 1 de l'annexe I	SOC 4.2/4.3.1/ 4.3.2/4.4.1/ 4.5.1/4.6.1	219/ 220/ 222/223
S4-1 § 17	Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme et des principes directeurs de l'OCDE	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 10, tableau 1, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816 de la Commission, article 12, paragraphe 1 du règlement délégué (UE) 2020/1818	SOC 4.1	218
S4-4 § 35	Problèmes et incidents en matière de droits de l'Homme	SFDR	Indicateur n° 14, tableau 3, annexe I	SOC 2.2.3	208
<b>ESRS G1 - Conduite des affaires</b>					
G1-1 § 10 (b)	Convention des Nations Unies contre la corruption	SFDR	Indicateur n° 15, tableau 3, annexe I	NA	-
G1-1 § 10 (d)	Protection des lanceurs d'alerte	SFDR	Indicateur n° 6, tableau 1, annexe I	GOUV 1.3	227
G1-4 § 24 (a)	Amendes pour infraction à la législation sur la lutte contre la corruption et les actes de corruption	SFDR Règlement sur les indices de référence	Indicateur n° 17, tableau 3, annexe I Annexe II du règlement délégué (UE) 2020/1816	GOUV 1.4.3	232
G1-4 § 24 (b)	Normes de lutte contre la corruption et les actes de corruption	SFDR	Indicateur n° 16, tableau 3, annexe I	GOUV 1.4	231

NM : non-matériel.  
MDP : mesures de progressivité (*phase-in*).  
NA : non applicable.

# Rapport de durabilité

## Environnement

<b>1.</b>	<b>Politique générale en matière d'environnement</b>	<b>92</b>
1.1	Organisation de la démarche environnementale	92
1.2	Le programme LIFE	93
1.3	Formation et LIFE Academy	96
1.4	Périmètre et méthodologie de reporting 2024	96
<b>2.</b>	<b>Changement climatique (LIFE 360 Climat)</b>	<b>98</b>
2.1	La prise en compte des enjeux liés au climat	98
2.2	Plan de transition climat	102
2.3	Atténuation et Adaptation au changement climatique	113
2.4	Énergie	122
2.5	Soutien des principes TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)	125
<b>3.</b>	<b>Pollution</b>	<b>128</b>
3.1	La prise en compte des enjeux de pollution	128
3.2	Modalités de prévention de la pollution des sols	128
3.3	Modalités de prévention de la pollution de l'eau	131
3.4	Modalités de prévention des substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes	136
<b>4.</b>	<b>Ressources hydriques et marines (LIFE 360 Eau)</b>	<b>139</b>
4.1	La prise en compte des enjeux liés à l'eau	139
4.2	Modalités de gestion des enjeux liés à l'eau	140
<b>5.</b>	<b>Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité)</b>	<b>143</b>
5.1	La prise en compte des enjeux liés à la biodiversité	143
5.2	Modalités de gestion de l'impact sur les écosystèmes, les sols et les espèces végétales et animales	147
<b>6.</b>	<b>Utilisation des ressources et économie circulaire (LIFE 360 Circularité créative)</b>	<b>156</b>
6.1	Modalités de gestion des ressources entrantes	156
6.2	Modalités de gestion des ressources sortantes	161
6.3	Modalités de gestion des déchets	166
<b>7.</b>	<b>Taxonomie environnementale</b>	<b>170</b>
7.1	KPI relatifs aux Investissements opérationnels (Capex)	171
7.2	Indicateurs relatifs aux ventes et aux charges de maintenance, R&D et location (Opex)	173

La mise en œuvre de la politique du Groupe en matière d'environnement est conduite par l'intermédiaire de LVMH et ses Maisons qui rassemblent toutes les activités opérationnelles du Groupe.

## 1. Politique générale en matière d'environnement

La politique environnementale du groupe LVMH, initiée dès 1992, est conçue pour répondre à trois finalités :

- éviter et/ou réduire les incidences sur l'environnement en s'appuyant sur une mesure précise de l'impact des activités du Groupe à la fois sur le climat, la biodiversité (sols et écosystèmes), et sur les ressources en eau, et cela sur les scopes 1, 2 et 3 ;
- renforcer les qualités intrinsèques des produits (durabilité des matières et transmissibilité des produits) en les inscrivant dans une trajectoire d'économie circulaire ;
- favoriser les impacts positifs sur l'environnement et la société, grâce à la créativité et à l'innovation qui permettent de faire évoluer les pratiques tout en entraînant les autres acteurs du luxe.

Elle se fonde sur une analyse régulièrement mise à jour de la matérialité des enjeux environnementaux auxquels elle prévoit de répondre ; cette analyse a été conduite en 2024 selon la méthodologie de double matérialité, conformément aux exigences de la CSRD.

La mesure des empreintes Climat, Eau et Biodiversité du Groupe a alimenté l'élaboration d'un programme d'action spécifique et proactif, LIFE 360 (LVMH Initiatives For the Environment - 360), lancé en 2021, qui définit des objectifs à horizon 2023, 2026 et 2030 sur les enjeux du climat, de la biodiversité, de la circularité et de la traçabilité. À l'occasion du bilan du niveau d'atteinte des objectifs à échéance 2023, lors du LIFE 360 Summit qui s'est tenu à l'UNESCO le 14 décembre 2023, l'ambition du programme de créer des produits en harmonie avec la nature, sans impact négatifs sur les ressources et le climat a été réaffirmée publiquement : « Nous initions un luxe nouveau à la confluence de la performance et de l'engagement, respectueux des grands équilibres environnementaux, et toujours créateur de rêve », a expliqué Monsieur Bernard Arnault, Président-directeur général du groupe LVMH, lors de son discours de clôture.

### 1.1 Organisation de la démarche environnementale

#### 1.1.1 Gouvernance de la stratégie environnementale

LVMH inscrit son action dans le cadre des dix Principes au Pacte mondial des Nations Unies auquel il a adhéré en 2003 et des objectifs du Développement Durable associés.

Au niveau de LVMH, le Conseil d'administration, qui est l'instance stratégique de la Société, veille à la mise en œuvre de la stratégie environnementale LIFE 360, sur la base des avis émis par le Comité Durabilité et Gouvernance qu'il a désigné en son sein et dont l'un des rôles est de l'assister dans la définition des grandes orientations stratégiques de la Société et du groupe LVMH en matière éthique, sociale et environnementale tel que décrit dans la section Informations générales, § 2. Gouvernance.

Le Conseil d'administration de LVMH, en application des recommandations formulées par le Comité des rémunérations fixe les conditions d'attribution de la rémunération variable annuelle du Président-directeur général et du Directeur général délégué (dont le mandat a pris fin le 18 avril 2024) : la mise en œuvre des engagements LIFE 360 fait partie des critères qui la déterminent.

Le déploiement de la stratégie environnementale LIFE 360 à l'échelle du Groupe et de tous les plans d'action environnementaux mentionnés dans le rapport de durabilité est l'un des rôles de la direction du Développement Environnement,

rattachée à Antoine Arnault, Image & Environnement, membre du Conseil d'administration de LVMH. Ce dernier rend compte de l'état d'avancement des quatre plans d'action de LIFE 360, annuellement depuis 2021, lors de l'Assemblée générale annuelle des actionnaires.

La direction du Développement Environnement a également pour missions :

- d'assurer le reporting des données environnementales sur un périmètre et selon des règles de consolidation précisément définis (cf. § 1.4). Le système de reporting, qui existe depuis 2001, est constitué de quatre types de questionnaires mis à jour en 2024 pour collecter les nouvelles informations correspondant aux exigences de la CSRD ;
- de rendre compte, à partir de ce reporting, de la stratégie environnementale du Groupe, et ainsi de contribuer à sa performance extra-financière. En 2024, le Groupe est sélectionné dans les principaux indices basés sur les critères de l'investissement responsable : FTSE4Good Global 100, Moody's ESG (X/100) et S&P Global ESG (X/100). En 2024, LVMH est membre de la A-List du CDP ;
- d'identifier les outils de mesure et méthodologies d'excellence et de conduire les analyses prospectives pour aider les Maisons à prévenir les risques et à saisir les opportunités pour chacun des principaux groupes d'activités ainsi que les activités hôtelières ;

- de former et sensibiliser les collaborateurs de tout niveau hiérarchique grâce notamment à la LIFE Academy ;
- de partager les expériences environnementales de LVMH lors des Sommets internationaux et construire les partenariats d'action susceptibles d'avoir un entraînement sur les autres acteurs du luxe.

### 1.1.2 Modalités de déploiement de la stratégie environnementale au sein des Maisons

La Direction Développement Environnement de LVMH a la charge de déployer les quatre plans d'action du programme LIFE 360 au sein de l'ensemble des Maisons du Groupe et d'en assurer le suivi selon les modalités suivantes :

- chaque Maison du Groupe intègre le programme LIFE 360 dans son plan stratégique et rend compte de ses avancées au sein de son Comité de direction. Certaines Maisons ont décliné LIFE 360 dans le cadre de démarches dédiées (avec des indicateurs ajustés à la spécificité de leurs enjeux), telles que : « Notre voyage engagé » pour Louis Vuitton, « Living Soils, Living Together » pour Moët Hennessy, « Au nom de la beauté » pour Guerlain ou encore Horizon pour Zenith ;
- chaque Maison s'appuie sur des Directions Développement Durable ou des compétences environnementales internes pour déployer son programme environnemental ; elles ont notamment la charge de collecter les données environnementales, de

les contrôler et les consolider sur leur propre périmètre ; les Maisons s'engagent sur la qualité et l'exhaustivité des données environnementales transmises au Groupe annuellement sur leur périmètre pour les besoins du présent rapport par le biais d'une lettre d'affirmation signée ;

- les politiques de rémunérations variables des Maisons peuvent inclure différents objectifs de performance liés au développement durable ;
- annuellement, la Direction Développement Environnement transmet le tableau de synthèse de l'état d'avancement du programme LIFE 360 à chacune des Maisons et organise, sur la base d'un échantillon aléatoire des 75 Maisons du Groupe représentatif des groupes d'activités, la revue des résultats LIFE 360, en présence du Président de la Maison et de son Directeur Développement Durable, du Directeur Image Environnement et de la Directrice Développement Environnement du groupe LVMH.

Les experts environnementaux de LVMH (Groupe et Maisons) constituent un réseau de près de 200 personnes qui se réunissent deux fois par an lors des Commissions Environnement, afin de :

- partager l'analyse des résultats de LIFE 360 pour chacun des groupes d'activités ;
- échanger sur les bonnes pratiques ;
- réaliser la revue des innovations environnementales implémentées dans les Maisons et identifier les synergies envisageables pour en amplifier la portée.

## 1.2 Le programme LIFE

### 1.2.1 Genèse de la démarche

Signée en 2001 par le Président-directeur général du groupe LVMH, la Charte Environnement (dont les principes sont désormais intégrés au Code de conduite LVMH) est le document fondateur des cinq grands principes environnementaux de LVMH :

- rechercher un haut niveau de performance environnementale ;
- susciter un engagement collectif ;
- maîtriser les risques environnementaux ;
- concevoir des produits en intégrant innovation et créativité environnementale ;
- s'engager au-delà de l'entreprise.

Le programme LIFE initié en 2011 est la traduction opérationnelle de ces ambitions. Il fut conçu pour renforcer l'intégration de l'Environnement dans la stratégie des marques et faciliter le développement de nouveaux outils de pilotage ; il s'est mis en œuvre sous forme de feuilles de route qui fixent des objectifs quantifiés et communs aux Maisons.

La feuille de route LIFE 360 couvre la période 2021-2030. Elle a été élaborée en 2020, avec la volonté partagée par les Maisons d'accélérer encore les progrès, sur la base des bilans des feuilles de route précédentes, de l'analyse des empreintes environnementales du Groupe ainsi que d'autres travaux préparatoires, tels que :

- la définition des enjeux en co-construction avec les Maisons et opérée dans différentes instances de dialogue : le Comité scientifique de LVMH ; la Commission Futur du Luxe (créée en juillet 2020 à cet effet et composée de personnalités externes représentant différentes disciplines) ; des sessions de travail avec des étudiants et de jeunes collaborateurs ;
- l'analyse de la contribution de la politique environnementale de LVMH aux Objectifs Développement Durable fixés par les Nations Unies, et notamment aux Objectifs de Développement Durable 3 (bonne santé et bien-être), 6 (eau propre et assainissement), 9 (industrie, innovation et infrastructure), 12 (consommation et production responsables), 15 (vie terrestre), et 17 (partenariats pour la réalisation des objectifs) ;
- la validation de la priorisation des objectifs ainsi que celle de leurs modalités de mise en œuvre lors de présentations à chacun des membres du Comité exécutif de LVMH et de ceux du Comité Durabilité et Gouvernance de LVMH.

## 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360

Issue de l'ensemble des travaux décrits ci-dessus, cette feuille de route a été dévoilée lors de l'Assemblée générale de LVMH 2021 et ses résultats au titre de l'exercice 2022 présentés lors de l'Assemblée générale du 20 avril 2023, tout comme ceux au titre de l'exercice 2023, lors de l'Assemblée générale du 18 avril 2024. Le programme LIFE 360 définit des objectifs à horizons 2023, 2026 et 2030 et se fixe le cap de créer des produits qui portent la signature de l'ambition environnementale du Groupe. Il est articulé autour de quatre plans d'action stratégiques :

- **Agir pour le Climat** : l'enjeu climatique est matériel pour le Groupe à double titre ; ses activités sont émettrices de gaz à effet de serre (GES), tandis qu'il est soumis à des risques tant physiques que d'augmentation du coût des matières premières compte tenu des conséquences de l'augmentation des températures. La prise en compte de cet enjeu passe par l'adoption d'un plan de transition qui s'appuie sur la définition d'une trajectoire carbone compatible avec l'Accord de Paris. Elle a été validée par SBTi (Science-Based Targets initiative) en décembre 2021. Elle vise à réduire les émissions de GES liées à la consommation énergétique du Groupe (scopes 1 et 2) de 50% d'ici 2026 (base 2019) et de 55% celles de son scope 3 d'ici à 2030 par unité de valeur ajoutée. Des leviers sont mobilisés pour réduire les émissions liées aux scopes 1 et 2 (sobriété et efficacité énergétiques) et avoir un impact positif en maximisant la part du renouvelable dans le mix énergétique du Groupe (objectif de 100% d'énergie renouvelable ou bas carbone dans les sites de production, les centres logistiques, les sites administratifs et les boutiques d'ici 2026). La réduction des émissions liées au scope 3 (dues essentiellement à l'achat des matières premières et au transport) mobilisent plusieurs plans d'action liés à l'éco-conception des produits, à l'agriculture régénératrice, au marketing responsable et à l'accompagnement des fournisseurs dans leur transition environnementale (LIFE 360 Business Partners lancé fin 2023). ESRS 1.
- **Préserver la biodiversité** : les activités de LVMH entretiennent un rapport très étroit avec la nature, ce qui conduit le Groupe à la mesure et l'évaluation régulières des impacts et des dépendances aux ressources naturelles. Les objectifs de ce plan d'action ont été construits pour éviter et/ou réduire les impacts (en termes d'artificialisation, de prélèvements et/ou de pollution sur les sols, les ressources en eau, et les écosystèmes) et pour rendre à la nature ce qui lui est emprunté : zéro déforestation et conversion d'écosystème au sein de ses opérations et chaînes d'approvisionnement d'ici 2025 ; 100% des filières stratégiques d'approvisionnement couvertes par les standards les plus rigoureux d'ici 2026 ; et mise en œuvre d'un plan d'agriculture régénératrice pour réhabiliter 5 millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore d'ici à 2030. Le Groupe continue de déployer la Charte sur le bien-être animal publiée en 2019. Le programme Biodiversité a été complété en 2023 par une politique dédiée à la protection des ressources en eau avec l'objectif de réduire de 30% les prélèvements en eau du Groupe d'ici à 2030. ESRS 2, 3 et 4.

- **Promouvoir la circularité créative** : l'adoption du modèle de l'économie circulaire dans les processus de production et de gestion est un moyen puissant de réduire la consommation des ressources naturelles et de réduire l'impact sur le climat. C'est l'ambition de ce plan d'action que de déployer les principes de l'économie circulaire, au niveau des produits, du packaging et des déchets opérationnels, et de contribuer aux plans de transition Climat et biodiversité. Au niveau des produits, l'objectif est à la fois le déploiement de l'éco-conception (atteindre 100% de nouveaux produits éco-conçus en 2030, avec une empreinte environnementale maîtrisée, de l'extraction des matières jusqu'à leur transformation) et des services de circularité (réparation et recharges) à l'échelle de chacune des Maisons : cet objectif a été atteint fin 2023 conformément aux attendus de LIFE 360. La spécificité des produits des Maisons de LVMH (qualité intrinsèque et transmissibilité) favorise la mise en œuvre des processus de revalorisation et de réparation et permettra à terme le déploiement de nouvelles gammes de produits ou services. La stratégie packaging obéit à la même trajectoire de circularité, avec un objectif de zéro plastique vierge d'origine fossile en 2026. En ce qui concerne les déchets opérationnels, les sites de production des Maisons font l'objet d'objectifs spécifiques comme le déploiement de systèmes de management environnemental certifiés sur la totalité des sites de production et de logistique d'ici 2026. ESRS 5.
- **Garantir la traçabilité et la transparence** : le plan d'action vise à déployer les meilleurs outils de traçabilité pour l'ensemble des matières premières stratégiques d'ici 2030 ainsi que des outils de partage d'informations environnementales et/ou sociales à l'échelle du produit. Il contribue aux plans d'action Climat, Biodiversité et Économie Circulaire en permettant de rendre compte de l'origine environnementale des produits et de leur niveau d'éco-conception. ESRS 4.

Ces quatre plans d'action stratégiques sont accompagnés d'objectifs qui visent à mobiliser les parties prenantes autour des enjeux de LIFE 360 et notamment :

- **les collaborateurs**, avec l'ambition de concevoir des programmes de formation environnementale ajustée aux **spécificités des métiers du Groupe et de former 100% des collaborateurs** aux enjeux de développement durable d'ici à 2026 ;
- **les clients**, avec l'objectif pour 2026 de doter les nouveaux produits d'un système d'information dédié ;
- **les fournisseurs stratégiques**, en prévoyant des clauses contractuelles RSE et leur vérification pour 100% d'entre eux d'ici 2030, tout en leur proposant un programme d'action pour les accompagner dans la réduction de leur empreinte carbone, eau et biodiversité (LIFE 360 Business Partners) ;
- **les chercheurs**, avec l'engagement de concevoir un programme de recherche et d'innovation dédié au luxe durable, engagement tenu en 2023, avec la création du centre de recherche et d'innovation scientifique, LVMH Gaïa. LVMH s'appuie également sur deux comités scientifiques constitués de chercheurs externes au Groupe qui enrichissent et aiguillent la politique et les plans d'action environnementaux. Le premier comité traite de l'approvisionnement des matières premières d'origine animales et le second de l'agriculture régénératrice.

## 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360

### Synthèse des résultats LIFE 360 Climat

	2024	2023	Objectif (année)
Émissions de GES des scopes 1 et 2 (base 2019)	-55,1%	-28,2%	-50% (2026)
Émissions de GES du scope 3 par unité de valeur ajoutée (base 2019)	-32,8%	-29,9%	-55% (2030)
Part des énergies renouvelables dans le mix énergétique	71%	63%	100% (2026)
Part des boutiques éclairées entièrement en LED	87%	79%	100% (2026)

### Synthèse des résultats LIFE 360 Biodiversité (dont eau)

	2024	2023	Objectif (année)
Intensité de déforestation et de conversion d'écosystèmes de la chaîne de valeur LVMH (en hectares)	200	200	0 (2026)
Surfaces régénérées, préservées ou restaurées (dont agriculture régénératrice au sein des filières) (en millions d'hectares)	3,8	3,1	5 (2030)
Réduction de 30% des prélèvements d'eau des opérations LVMH (besoins process) base 2019 (en pourcentage)	-10%	/	-30% (2030)
Réduction de 30% des prélèvements d'eau des opérations LVMH (besoins agricoles) base 2019 (en pourcentage)	31%	/	-30% (2030)

Les résultats 2024 des certifications des matières premières stratégiques figurent au § 5. Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité).

### Synthèse des résultats LIFE 360 Circularité créative

	2024	2023	Objectif (année)
Quantité de plastique vierge d'origine fossile dans les emballages remis aux clients (en tonnes)	7 224	7 942	0 (2026)
Pourcentage de matériaux recyclés dans les emballages clients pour le verre et le plastique (en pourcentage du poids)	41%	43%	70% (2030)
Niveau de déploiement de systèmes de management environnemental certifiés ISO 14001 (pour les sites de production et centres logistiques), EarthCheck (pour les hôtels...) (en pourcentage)	74%	66%	100% (2026)
Nouveaux produits résultant d'une démarche d'éco-conception – Mode et Maroquinerie Taux de conformité aux critères d'éco-conception LIFE 360 (en pourcentage)	33% (3 781 produits évalués)	61% (300 produits évalués)	100% (2030)

### Synthèse des résultats LIFE 360 Traçabilité et Transparence

(en pourcentage des quantités achetées en 2024)	2024	2023	Objectif
Cuir ovins et bovins – connaissance du pays d'origine	97,7%	96%	100%
Cuir exotiques – connaissance du pays d'abattage	99,3%	99,9%	100%
Fourrures – connaissance du pays d'élevage ou de la trappe	100%	99,9%	100%
Laines (mouton mérinos et autres races, et cachemire) – connaissance du pays d'élevage	88%	64%	100%
Diamants – connaissance du pays de la mine et/ou de la compagnie minière pour les diamants de plus de 0,2 carats certifiés par un laboratoire gemmologue	99,4%	96%	100%

## 1.3 Formation et LIFE Academy

L'amélioration continue de la démarche de LVMH en matière d'environnement est étroitement liée à la capacité du Groupe à faire de ses plus de 215 000 collaborateurs des acteurs de cette ambition. Le Groupe et ses Maisons s'attachent donc à sensibiliser et former les employés ainsi que les organes de direction sur la préservation des ressources naturelles, la biodiversité et le changement climatique, s'engageant à former 100 % des collaborateurs aux enjeux du développement durable d'ici à 2026.

La formation et la montée en compétences des collaborateurs sont des conditions essentielles à la mise en œuvre de LIFE 360 et donc à la gestion des impacts, risques et opportunités liés aux enjeux environnementaux.

Depuis 2023, le Groupe s'est doté d'un organe éducatif, la LIFE Academy, proposant un catalogue de formation environnementale conçu avec les experts des sujets autour de deux axes :

- « les Essentiels » : formations généralistes permettant le développement d'une vision globale des enjeux environnementaux (climat, biodiversité, ressources etc.) à destination de l'ensemble des collaborateurs ;
- « les Expertises » : formations spécialisées permettant la montée en compétences et la réinvention des pratiques professionnelles à destination de métiers spécifiques.

En 2024, LVMH renforce son dispositif de formation sur « les Essentiels » en lançant le nouveau module d'e-learning *Environment Essentials*. Cette formation constitue le socle commun de connaissances que tout collaborateur doit connaître et maîtriser.

« Les Expertises » comprennent des formations ajustées aux métiers telles que : la formation à l'éco-conception des produits et des packagings pour les stylistes, les développeurs et les fonctions marketing ; la formation au sourcing responsable et au bien-être animal pour les acheteurs ; la formation au management des produits chimiques pour les équipes qualité et conformité ; formation à l'écoconstruction des boutiques pour les architectes etc.

La singularité de la démarche de la LIFE Academy est de viser, au-delà de l'objectif d'apprentissage, celui du passage à l'action. Cette volonté se traduit par la conception de parcours de formation au sein desquels la réflexion sur des cas concrets en intelligence collective, le partage de bonnes pratiques entre pairs et la préparation de plans d'action ont toute leur place.

Le 1<sup>er</sup> octobre 2024, le Groupe a inauguré le premier campus de formation de la LIFE Academy sur le site de l'Association de la Vallée de la Millière, fondée par Yann Arthus-Bertrand. Avec l'ouverture de La Millière, havre de biodiversité dédié à la pédagogie situé à proximité de Paris, LVMH donne un coup d'accélérateur à ses ambitions en matière de formation. Le site de La Millière permettra aussi de sensibiliser un public plus large, notamment les écoles, associations et ONG. En ouvrant ce lieu, LVMH réaffirme sa volonté de partager ses connaissances et ses savoir-faire avec un plus grand nombre. Cette volonté fait partie intégrante de la philosophie « *Joining forces* » du Groupe, qui encourage une collaboration ouverte et inclusive avec l'ensemble des parties prenantes. La transmission des connaissances en matière d'environnement est une clé essentielle pour amplifier l'impact collectif des actions du Groupe et construire un avenir durable.

### Collaborateurs formés à l'Environnement

Indicateur	Performance 2024	Performance 2023	Objectif 2026
Nombre de personnes formées à l'Environnement <sup>(a)</sup>	38 %	-	100 %
Nombre d'heures de formation à l'Environnement <sup>(a)</sup>	73 917	68 140	-

(a) Base 2019. Indicateur calculé sur l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Le périmètre de reporting n'inclut pas les salariés ayant moins d'un an d'ancienneté et prend en compte tous les formats d'apprentissage.

## 1.4 Périmètre et méthodologie de reporting 2024

### 1.4.1 Périmètre et règles de reporting

Les données sont collectées soit au niveau de la Maison soit par site (boutiques, sites administratifs, sites de production ou centres logistiques) selon les règles suivantes :

- Maisons : une Maison est intégrée dans le reporting environnemental si elle est intégrée dans le reporting financier. Lors d'une acquisition, le reporting est mis en place un an après l'intégration dans le reporting financier ;
- sites : les nouveaux sites du Groupe sont intégrés dans le périmètre du reporting environnemental l'année suivant leur acquisition ou leur ouverture. Seuls les sites sous contrôle

opérationnel sont pris en compte dans le reporting environnemental. Le contrôle opérationnel tel qu'employé par le Groupe se définit par la pleine autorité d'au moins une filiale sur la mise en œuvre de la politique opérationnelle du site ;

- entités cédées (Maisons et sites) : les entités cédées durant l'exercice (entre le 01/01/N et le 31/12/N) sont exclues du périmètre de reporting de l'année N.

Les données collectées sont constituées à minima de dix mois de données réelles pour un maximum de deux mois de données extrapolées, par exemple à partir des données N-1 corrigées de l'activité.

En 2024, le reporting des indicateurs environnementaux couvre le périmètre suivant :

### Maisons

En 2024, dans le cadre du rapprochement des périmètres de reporting financier et environnemental, les Maisons couvertes par le reporting environnemental représentent plus de 99,5% du chiffre d'affaires du Groupe.

Les Maisons Ace of Spade, Minuty, Joseph Phelps, Patou, Buly, Perfumes Loewe, 24S, Kendo, LVMH Hotel Management et Cova ont été intégrées au reporting environnemental.

Les données monétaires et RH extraites et utilisées dans le calcul des émissions de gaz à effet de serre du scope 3 de certains postes du GHG Protocol couvrent 100% du périmètre de consolidation financière.

### Sites de production, sites logistiques et sites administratifs

En 2024, un effort considérable sur l'exhaustivité des sites pris en compte a été effectué et notamment sur le recensement des bureaux ainsi que la granularité des sites de production et logistiques.

Les sites de production et les sites logistiques sont couverts à 98%.

Les sites non couverts par le reporting environnemental sont essentiellement des bureaux hors France pour des raisons opérationnelles et ont un impact environnemental peu significatif.

Sites de production, sites logistiques, hôtels et sites administratifs <i>(en nombre)</i>	2024	2023
Sites couverts <sup>(a)</sup>	828	402
Sites non couverts <sup>(b)</sup>	84	244
<b>Nombre total de sites</b>	<b>912</b>	<b>646</b>

(a) Intégration des sites des Maisons Minuty, Joseph Phelps, Buly, Perfumes Loewe, 24S, LVMH Hotel Management...

(b) Dont principalement certains sites administratifs régionaux de Moët Hennessy, Louis Vuitton et Guerlain hébergeant moins de 20 personnes.

### Surfaces totales des boutiques

En 2024, 100% des surfaces totales des boutiques sont intégrées au périmètre de reporting, 90% des surfaces des boutiques couvertes pour le reporting de la consommation d'énergie reportent des données réelles :

	% des surfaces totales des boutiques du Groupe reportant des données réelles de consommation d'énergie <sup>(a)</sup>	
	2024	2023
<b>Total Groupe</b>	<b>90</b>	<b>83</b>

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

La consommation d'énergie, les prélèvements d'eau, la génération de déchets et le calcul des émissions de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2 des surfaces totales des boutiques sans données réelles associées sont estimés pour garantir l'exhaustivité du périmètre. La méthodologie d'estimation se base sur des coefficients calculés à partir des données réelles et projetés sur les surfaces sans données réelles associées.

## 1.4.2 Méthodologie de reporting

La collecte des données nécessaires aux calculs des indicateurs de la stratégie environnementale LVMH LIFE 360 est effectuée dans la plateforme environnementale du Groupe mise en place en 2010.

Le système utilisé pour le reporting environnemental est une plateforme Saas constituée de quatre types de questionnaires :

- un questionnaire LIFE 360 : indicateurs de suivi de la stratégie LIFE 360 ;
- un questionnaire transport amont et aval ;
- un questionnaire matières premières ;
- un questionnaire par site compilant des données spécifiques aux sites et aux boutiques : consommation d'eau et d'énergie, fuites de gaz réfrigérant, production de déchets (quantité, types et traitement des déchets), etc.

Au total, 1 614 typologies d'informations sont collectées dans chaque Maison.

L'ensemble des règles de calcul et de consolidation et des contrôles est défini dans le protocole de reporting environnemental LVMH.

Des données complémentaires nécessaires au calcul de l'empreinte carbone scope 3 du Groupe sont transmises par les Maisons dans le système de remontée de l'information financière (achats de services media, Immobilisations et Investissements) et RH (déplacements des employés).

Les données collectées sont contrôlées, consolidées et validées par les Maisons puis par le Groupe. Les contrôles (unités, vs N-1, vs activités...) ont été enrichis année après année afin de garantir la cohérence des données.

Des tableaux de bord présentant les indicateurs LIFE 360 sont mis à disposition des Maisons pour faciliter leur validation en amont de la consolidation Groupe.

## 2. Changement climatique (LIFE 360 Climat)

### 2.1 La prise en compte des enjeux liés au climat

#### 2.1.1 Méthodologie de l'analyse des impacts, risques et opportunités

Dans le cadre de l'analyse d'impacts, risques et opportunités et de l'évaluation de leur matérialité, l'ensemble de la chaîne de valeur de LVMH a été étudié (amont, propre et aval), ainsi que l'ensemble du périmètre organisationnel (six groupes d'activités représentant onze activités). Les impacts du changement climatique sont abordés dans le plan de transition climat (CTP) (voir ci-après § 2.2), à travers les émissions futures (*locked-in emissions*), l'identification des postes clés et l'orientation des activités pour les prochaines années. L'analyse des risques et opportunités est décrite ci-dessous. Cette évaluation s'appuie sur les standards les plus robustes en matière d'analyse des risques et des opportunités, comme la TCFD.

Dans le cadre de l'analyse des risques et opportunités, le Groupe a pris en compte l'ensemble des risques physiques (chroniques et extrêmes), les quatre catégories de risques de transition (légal, marché, technologie et réputation) ainsi que quatre catégories d'opportunités (circularité, pratiques régénératrices, énergie renouvelable et marketing responsable).

L'analyse, initiée en 2022, est mise à jour chaque année. Afin de déterminer si un risque ou une opportunité est matériel ou non, une méthodologie de *scoring* a été employée. Plusieurs critères sont pris en compte pour évaluer la matérialité d'un risque ou d'une opportunité, dont voici les principaux paramètres :

- la sévérité : représente la vulnérabilité au risque ou à l'opportunité, c'est-à-dire l'impact qu'il peut avoir sur le chiffre d'affaires ;
- la probabilité : évalue l'exposition au risque ou à l'opportunité et permet de déterminer le niveau de certitude quant à l'occurrence du risque ou de l'opportunité dans le futur ;
- l'aggravation : mesure l'évolution du risque ou de l'opportunité dans le temps.

Pour évaluer chaque critère, une analyse par scénario climatique est réalisée, notamment à moyen et long terme. Trois scénarii principaux ont été retenus. Ces scénarii s'appuient sur les travaux du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur le Climat) et des agences de références comme l'AIE (Agence Internationale de l'Énergie) :

- SSP 5 – 8.5 (+ 4°C) : les tendances de croissance actuelles se poursuivent, tandis que les cadres politiques, économiques et sociétaux restent inchangés. Le changement climatique s'accélère, entraînant des conflits sur la propriété des ressources ainsi qu'une instabilité politique et sociale ;
- SSP 1 – 1.9 (+ 1,5°C) – sobriété : les objectifs de l'Accord de Paris sont atteints principalement par l'intégration de la sensibilisation à l'environnement. La prise en compte des limites planétaires est au cœur des chaînes de valeur de la production et des modes de consommation ;
- SSP 1 – 1.9 (+ 1,5°C) – technologie : la capacité à atteindre les objectifs de l'Accord de Paris repose en grande partie sur les percées technologiques censées décarboner les processus de production. Des réglementations et une fiscalité drastique sont déterminantes pour réussir ce pari, alimentant les conflits sur les ressources.

Les effets financiers ont été qualifiés de manière qualitative et quantitative, en évaluant l'augmentation des coûts dans le temps au regard des projections d'activité du Groupe. Ces études ont porté à la fois sur des données géospatiales spécifiques (échelle d'un site) et sur des données régionales moyennes (échelle d'un bassin de sourcing matière). Il est prévu, également, d'intégrer les effets financiers de ces scénarios dans les projections financières à court, moyen et long terme du Groupe.

Des échanges ont eu lieu avec l'ensemble des parties prenantes de la chaîne de valeur incluant des représentants d'organisations non gouvernementales (ONG) expertes des thématiques environnementales sociales et de gouvernance et des investisseurs (voir section Informations générales § 4.1.2), ainsi qu'avec les différents départements du Groupe afin de faire une pré-sélection des risques et opportunités analysés de manière détaillée.

## 2.1.2 Résultats de l'analyse des impacts, risques et opportunités

### Risques

En ce qui concerne les risques pour les sites opérés par LVMH, l'ensemble des risques physiques chroniques et extrêmes a été analysé via une plateforme ECLR, spécialisée dans les analyses environnementales prospectives, basée sur des données

géospatiales d'une grande précision. Chacun des sites a fait l'objet d'un *scoring* de l'exposition à chaque catégorie de risque. Le niveau d'exposition global des sites du Groupe aux différentes catégories de risque est synthétisé dans le tableau ci-dessous :

Exposition moyenne des sites du Groupe par catégories de risque

	Risques liés à la température	Risques liés au vent	Risques liés à l'eau	Risques liés aux masses solides
Chroniques	Changement de température	Modification de la circulation du vent	Modification des régimes et du type de précipitations	Érosion côtière
	Stress thermique		Variabilité des précipitations	Dégradation des sols
	Variabilité de la température		Acidification des océans	Érosion des sols
	Dégel du permafrost		Intrusion saline	Solifluxion
			Augmentation du niveau de la mer	
			Stress hydrique	
Extrêmes	Vagues de chaleur	Cyclones, ouragans, typhons	Sécheresse	Avalanches
	Vagues de froid/gel	Tempêtes	Précipitations intenses	Glissements de terrain
	Feux de forêt	Tornades	Inondations	Affaissements
			Débordement de lacs glaciaires	

Chaque aléa climatique est coloré selon son niveau d'exposition sur un score de 0 à 100 :

■ 100-91 ■ 90-81 ■ 80-61 ■ 60-41 ■ 40-21 ■ 20-0 ■ Non exposé □ Indisponible

Chaque catégorie de risque a été évaluée selon plusieurs horizons temporels et scénarii climatiques. Les horizons temporels retenus sont cohérents avec la durée de vie des actifs telle que définie par la finance, permettant une aide à la décision précieuse dans le cadre de la stratégie d'investissement du Groupe.

Cette analyse a porté sur plus de 6 479 des sites et boutiques du Groupe soit plus de 90% du périmètre et sera mise à jour régulièrement. Elle permet également de répondre aux exigences

de la taxonomie environnementale en contribuant à l'évaluation de l'alignement (identification et analyse de vulnérabilité aux risques climatiques).

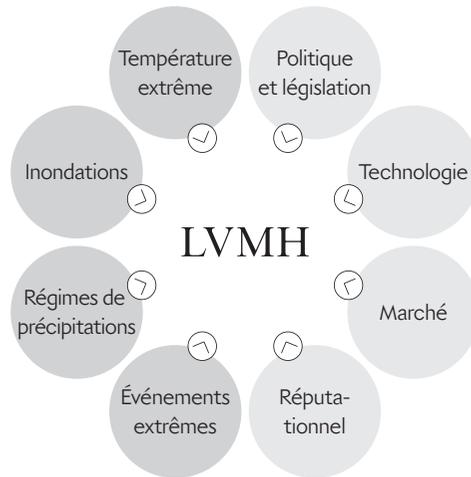
Pour les risques impliquant la chaîne de valeur et notamment les postes clés des émissions de gaz à effet de serre (transport et matières premières), les risques physiques (chroniques et extrêmes) et de transition (légal, marché, technologie et réputation) retenus et analysés de manière détaillée sont présentés ci-dessous.

Risques physiques et de transition dans la chaîne de valeur

**Risques physiques**

*(Accroissement de la fréquence et de l'intensité des aléas climatiques)*

- Température extrême**
  - Vagues de chaleur
- Inondations**
  - Stress hydrique
- Régimes de précipitations**
  - Crues de rivière
  - Précipitations extrêmes
- Événements climatiques extrêmes**
  - Ouragans/cyclones
  - Crues côtières
  - Feux de forêt



**Risques de transition**

*(Perturbations dues à la transition vers une économie à faibles émissions de carbone)*

- Politique et législation**
  - Mécanismes de prix du carbone
  - Réglementations
  - Exposition à des litiges
- Technologie**
  - Substitution des produits
  - Augmentation des prix des technologies bas-carbone
- Marché**
  - Changement de comportement des consommateurs
  - Incertitude dans les signaux de marché
  - Accroissement du coût des matières premières
- Réputationnel**
  - Pression accrue des investisseurs
  - Stigmatisation des activités

Les risques suivants ont été identifiés comme matériels :

**Nature de risque** Description du risque et implications pour LVMH

**Physique** Tension sur l'approvisionnement en matières premières stratégiques

Ce premier risque concerne la chaîne de valeur amont et est lié à la manifestation d'aléas climatiques perturbant l'extraction ou la production de certaines matières premières (coton, laine, cachemire, pierres précieuses et métaux, cuir, raisins). Les aléas climatiques peuvent affecter tout autant la qualité que la quantité des matières premières disponibles, et engendrer une hausse des coûts ou des tensions sur l'approvisionnement des matières concernées.

LVMH a classé ces principales matières premières en fonction de l'impact climatique et de l'importance de celles-ci dans l'activité et le revenu du Groupe. Cette analyse a permis de prioriser les matières suivantes :

- cuir ;
- cachemire et laine ;
- coton ;
- soie ;
- pierres et métaux précieux ;
- raisins ;
- ingrédients cosmétiques ;
- verre.

En utilisant le scénario SSP5 -8.5, il a été possible de modéliser selon l'approvisionnement actuel et futur, les potentiels surcoûts liés au sourcing à moyen et long terme (2030 et 2050). Les surcoûts liés à ce risque ont été classés comme majeurs et critiques par le Groupe.

<b>Nature de risque</b>	<b>Description du risque et implications pour LVMH</b>
	<p>Ces résultats ont permis d'adapter et d'aider la prise de décisions pour l'activité future ainsi que de mettre en place des actions de résilience concrètes tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'augmentation du sourcing en matières certifiées, permettant un traçage total et des pratiques plus durables ;</li> <li>- l'investissement dans le développement des matières recyclées afin d'augmenter la part du recyclé dans les produits ;</li> <li>- l'investissement dans la recherche de matières premières et produits alternatifs plus durables et plus résilients.</li> </ul> <p>Les coûts liés à la réponse à ces risques ont été quantifiés financièrement et sont pris en compte par les Maisons dans leur processus budgétaire et plan d'investissement futur.</p>
	<b>Perte de revenus ou hausse des coûts liés aux événements extrêmes affectant les sites du Groupe</b>
	<p>Ce risque est lié aux dommages causés par les phénomènes climatiques extrêmes affectant les sites du Groupe, perturbant la fabrication des produits, leur stockage (entrepôts) ou leur vente.</p> <p>Cette analyse a permis de mettre en exergue les sites situés dans des zones à risques et de quantifier la perte de revenu potentiel à moyen et long terme selon des scénarii d'évolution de l'activité du Groupe.</p> <p>Les actions d'adaptation des sites concernés ainsi que les investissements nécessaires à leur mise en œuvre sont intimement liées aux actions d'atténuation des scopes 1 et 2 et sont pleinement intégrées au plan de transition climat (voir ci-après § 2.3). De plus, des plans d'action d'adaptation sont clairement définis pour les sites alignés dans le cadre de la taxonomie environnementale (voir ci-après § 7).</p>
<b>Transition</b>	<b>Hausse des coûts de certaines matières premières en raison de l'intégration des mécanismes de tarification du carbone et de l'augmentation des prix de l'énergie</b>
	<p>Le risque identifié réside dans la potentialité d'une hausse significative des coûts de certaines matières premières cruciales pour les activités du Groupe en raison de l'intégration de mécanismes de tarification du carbone et de l'augmentation des prix de l'énergie à moyen et long terme. Ces mécanismes sont au cœur des stratégies de transition vers une économie décarbonée, visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre et à promouvoir l'utilisation d'énergie renouvelable mais pourraient tout de même entraîner une pression sur les coûts des matières premières utilisées dans les processus de production du Groupe. Les matières premières concernées sont celles dont la production est énergivore ou fortement liée aux combustibles fossiles telles que le verre, les métaux précieux ou encore les matières premières agricoles (augmentation du coût des intrants agricoles).</p> <p>Toutes les activités du groupe LVMH ont été identifiées comme compatibles avec une économie future bas carbone.</p> <p>Afin de réduire ce risque, le Groupe suit de près l'évolution de ces paramètres économiques et intègre des stratégies d'approvisionnement durable ainsi que des initiatives visant à optimiser l'efficacité énergétique et à diversifier les sources d'approvisionnement. Au travers du programme LIFE 360 Business Partners, la mise en place de contrats à long terme avec des fournisseurs d'énergie renouvelable et l'exploration de technologies visant à réduire l'empreinte carbone des matériaux utilisés seront également des leviers essentiels pour limiter les impacts négatifs de ces hausses de coûts chez les fournisseurs du Groupe.</p> <p>Le Groupe suit l'évolution de ce risque en collaboration avec les parties prenantes de la chaîne de valeur et ajuste la stratégie d'approvisionnement et d'innovation afin de garantir la résilience des opérations face à ces défis économiques liés à la transition énergétique.</p>
	<b>Hausse des coûts de l'énergie et du transport en raison de la raréfaction des énergies fossiles, de l'augmentation des besoins en systèmes de refroidissement, du prix des technologies bas carbone, etc.</b>
	<p>La raréfaction des énergies fossiles, combinée à la demande croissante d'énergie renouvelable et à l'essor des technologies de décarbonation, crée un environnement où l'accès à l'énergie et le coût de son utilisation pourraient devenir de plus en plus incertains et élevés. En outre, l'adoption de technologies bas carbone, bien qu'indispensables pour la réduction de l'empreinte carbone du Groupe, s'accompagne de coûts initiaux plus élevés, notamment pour l'acquisition et la mise en œuvre de solutions innovantes.</p> <p>Pour répondre à ce risque, le Groupe met en place une série de mesures visant à réduire la dépendance aux énergies fossiles et à optimiser les coûts énergétiques. Cela inclut le développement de solutions énergétiques alternatives telles que les énergies solaire et éolienne, ainsi que l'amélioration de l'efficacité énergétique dans tous les processus de production et de transport. Par ailleurs, une gestion proactive des besoins en systèmes de refroidissement et des investissements dans des technologies plus efficaces devraient permettre de réduire l'impact de la hausse des coûts énergétiques.</p> <p>Le Groupe reste vigilant face à l'évolution des prix de l'énergie et des technologies bas carbone et ajustera ses stratégies d'approvisionnement et d'investissement pour assurer sa compétitivité et sa résilience face à ces changements.</p>

**Opportunités**

L'analyse n'a pas mis en avant d'opportunités matérielles.

## 2.1.3 Synthèse de l'analyse des impacts, risques et opportunités

L'analyse de risque a révélé plusieurs zones d'incertitudes liées à l'impact des scénarii climatiques, notamment en ce qui concerne l'évolution des réglementations, les prix des matières premières, et la capacité d'adaptation des infrastructures face aux événements climatiques extrêmes. Ces incertitudes concernent principalement les actifs dans les régions à haut risque, ainsi que certaines chaînes d'approvisionnement sensibles aux aléas climatiques. Cependant, ces actifs sont pleinement intégrés dans la stratégie globale du Groupe, qui inclut des décisions d'investissement visant à renforcer la résilience face aux risques identifiés. Des actions d'adaptation sont déjà en place et intégrées au plan de transition climat ainsi qu'au niveau des sites les plus vulnérables.

## 2.2 Plan de transition climat

Le périmètre de reporting est décrit ci-dessus au § 1.4.1.

Le groupe LVMH s'engage pleinement dans l'atteinte des objectifs de réduction des émissions des gaz à effet de serre (GES) portés par l'Accord de Paris et reconnaît la portée fondamentale de l'atténuation du changement climatique, sur lequel porte principalement le plan de transition climat.

L'adaptation au changement climatique est également reconnue au niveau du Groupe comme un enjeu majeur. La politique du Groupe en matière d'adaptation est décrite ci-après au § 2.3.1.

Le plan de transition climat présenté ci-dessous couvre le périmètre d'émissions soumis au SBTi dans le cadre des objectifs de décarbonation 2026 et 2030 du Groupe.

Le plan de transition climat est mis à jour annuellement.

### 2.2.1 Cibles de réduction des émissions de GES

LVMH s'est engagé en 2021 sur une trajectoire de décarbonation ambitieuse et compatible avec l'Accord de Paris.

#### Méthodologie de calcul de l'empreinte carbone et de la trajectoire des émissions

La cible de réduction des émissions de GES de LVMH a été soumise et validée en 2021 par l'organisme Science-Based Targets initiative (SBTi). L'année de référence est 2019, considérée comme représentative des activités et ventes du Groupe.

La méthodologie SBTi de trajectoire de réduction des émissions carbone est alignée sur la science et garantit la robustesse méthodologique de l'approche choisie par LVMH.

En termes d'adaptabilité, le Groupe dispose d'une capacité robuste à ajuster sa stratégie et son modèle d'affaires à court, moyen et long terme, en réponse aux risques climatiques. À court terme (d'ici 2026), des mesures immédiates sont prises pour se conformer aux nouvelles réglementations environnementales et réduire les émissions de carbone, assurant ainsi un accès continu à des financements à des coûts raisonnables. À moyen terme (2030), le Groupe prévoit une transition progressive vers des modèles de production plus durables, tout en s'assurant que les coûts de capital restent compétitifs grâce à des investissements dans des technologies résilientes. À long terme (2050), la stratégie se concentrera sur la rénovation et l'optimisation des actifs existants, avec la possibilité de redéployer des ressources ou de démanteler des infrastructures obsolètes ou trop vulnérables. Ces ajustements permettent de maintenir une position solide face aux défis du changement climatique tout en garantissant un retour sur investissement durable.

LVMH publie chaque année son empreinte carbone pour les scopes 1, 2 & 3 selon la méthodologie GHG Protocol et procède à une mise à jour du calcul de l'empreinte de son année de référence (2019) pour prendre en compte les changements méthodologiques de la comptabilité carbone et de l'évolution du périmètre opérationnel (due par exemple à l'acquisition ou la vente d'entités, ainsi qu'à l'ouverture ou la fermeture de sites ou de boutiques). La mise à jour annuelle de l'empreinte carbone de son année de référence permet, conformément aux règles du GHG Protocol et de SBTi, de suivre l'avancement de la décarbonation du Groupe par rapport à la trajectoire fixée. Les résultats de l'empreinte carbone sont publiés en absolu l'année N et en comparaison par rapport à l'année de référence mise à jour.

Depuis plus de 20 ans, le Groupe collecte et centralise des données liées à l'Environnement grâce à sa plateforme de reporting « CASCADE ». Les facteurs d'émission utilisés dans le cadre du calcul de l'empreinte du Groupe sont issus de sources reconnues : Base Empreinte – ADEME, AIE, Ecoinvent, DEFRA ou encore d'Analyses de Cycle de Vie spécifiques (ACV). Ces facteurs d'émission sont réactualisés régulièrement, en fonction de l'évolution des connaissances et des dernières mises à jour des bases de données. Le calcul d'une empreinte carbone comporte une part d'incertitude liée à la pertinence des données collectées et aux facteurs d'émissions.

Dans un principe d'amélioration continue, LVMH déploie les actions suivantes afin de faire progresser la connaissance et la précision de son empreinte carbone et mieux mesurer l'impact des actions déployées :

- déploiement en cours d'une plateforme carbone dédiée à la mesure de l'empreinte et à la gestion du plan d'action ;
- mise à jour régulière de la méthodologie de calcul ;

- protocole de collecte de données visant à collecter des données physiques plutôt que des données monétaires ou estimées ;
- construction d'une base de facteur d'émission recueillant également les ACV des fournisseurs et des Maisons pour modéliser les efforts effectués sur la chaîne de valeur.

À partir de 2030, LVMH prévoit de mettre à jour son année de référence et son année cible tous les cinq ans, conformément aux dispositions des ESRS.

De la même manière, LVMH s'engage à mettre à jour ses engagements en fonction des dernières recommandations scientifiques et des évolutions méthodologiques des organismes de référence.

### Objectifs de décarbonation court terme alignés sur la science

En 2021, LVMH a soumis et validé auprès du SBTi les engagements suivants :

- réduire de 50 % les émissions de GES en valeur absolue liées à la consommation énergétique du Groupe (scopes 1 et 2) entre 2019 et 2026. Le Groupe a soumis de nouvelles ambitions auprès de SBTi en juillet 2024 comportant un objectif scopes 1 et 2 à horizon 2030 ;
- atteindre 100 % d'électricité d'origine renouvelable ou bas carbone d'ici 2026 sur les sites de production, les centres logistiques, les sites administratifs et les boutiques ;
- réduire de 55 % les émissions de GES liées au scope 3 (hors immobilisations et investissements) par unité de valeur ajoutée entre 2019 et 2030.

Ces cibles sont des objectifs bruts, ce qui signifie que les absorptions de GES, les crédits carbone ou les émissions évitées ne sont pas considérés comme des moyens d'atteindre la cible. Les objectifs d'émissions de GES utilisés sont exprimés à l'aide de la méthodologie *market-based*. Les objectifs sont alignés avec le niveau d'ambition attendu du secteur pour limiter le réchauffement à 1,5°C dans le cadre du SBTi.

### Objectifs de décarbonation long terme : en route vers Net Zero

En juillet 2022, LVMH s'est engagé auprès du SBTi à renforcer son engagement avec la soumission d'un objectif de décarbonation long-terme Net Zero au cours des 24 prochains mois. En juillet 2024, LVMH a soumis ces nouvelles ambitions auprès du SBTi.

## 2.2.2 Actions de décarbonation

Pour atteindre ses objectifs de décarbonation, le Groupe a défini, en étroite collaboration avec chacune des Maisons, une politique climat comportant différents axes d'action permettant d'agir sur l'ensemble des postes d'émissions du périmètre des objectifs SBTi du Groupe. Ces axes d'action couvrent les principaux produits et activités, fournisseurs, sites logistiques et boutiques de la chaîne de valeur amont et aval du Groupe :

#### Scopes 1 & 2 :

1. sobriété ;
2. efficacité énergétique ;
3. énergie renouvelable.

#### Scope 3 :

4. circularité et matières certifiées ;
5. transports durables ;
6. agriculture régénératrice ;
7. marketing responsable et Green IT ;
8. LIFE 360 Business Partners.

La politique climat s'inscrit dans le cadre plus large de la stratégie environnementale du Groupe, nommée LIFE 360, portant sur la période 2021-2030 et couvrant l'ensemble des enjeux environnementaux.

La quantification des réductions des émissions de carbone comporte des incertitudes, en raison de la variabilité des données et des hypothèses de calcul ainsi que des projections économiques. Pour réduire ces incertitudes, le Groupe a établi une méthodologie détaillée de comptabilité carbone alignée avec le GHG Protocol qui suit des processus d'amélioration continue afin de mettre à jour les quantifications et les méthodologies au fur et à mesure que de nouvelles informations plus précises sont disponibles.

Le plan d'action présenté ci-après s'applique sur le périmètre d'émissions soumis au SBTi dans le cadre des objectifs de décarbonation du Groupe.

### Scopes 1 & 2

Les émissions de scope 1 sont les émissions générées essentiellement par des combustions de fioul et de gaz naturel ainsi que par les fuites de fluides réfrigérants. Les émissions de scope 2 sont les émissions indirectes liées aux consommations d'énergie, générées essentiellement par l'électricité consommée dans les boutiques ainsi que dans les sites de production.

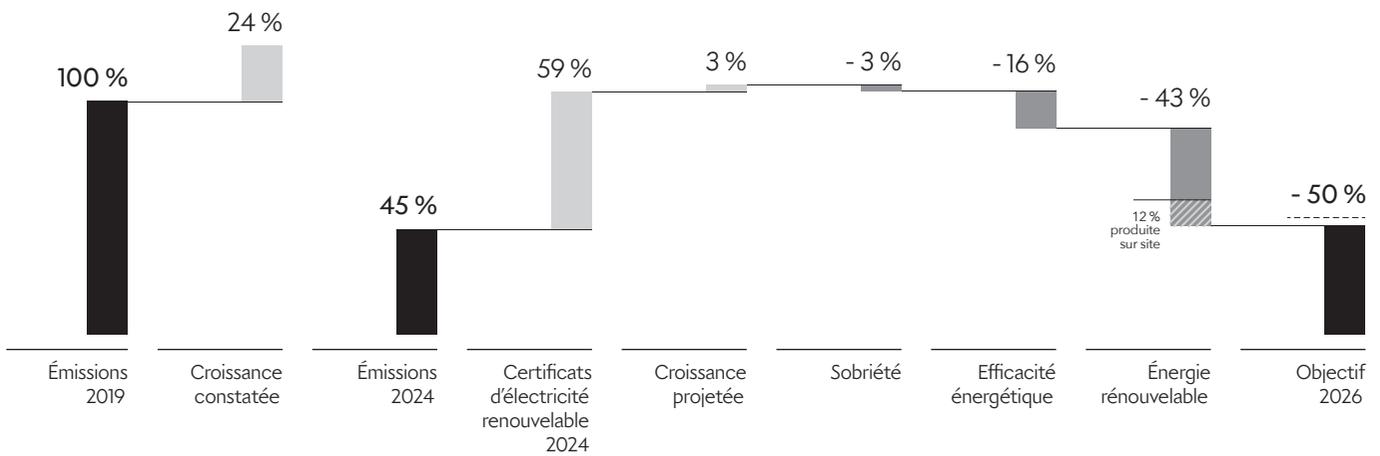
Pour réduire les émissions des scopes 1 et 2, trois leviers principaux sont mobilisés :

- **la sobriété** énergétique qui vise à réduire la consommation par la sensibilisation et la formation des gestionnaires de sites et boutiques, par la diffusion de bonnes pratiques aux salariés du Groupe et par la mise en place de systèmes de monitoring intelligents;

- **l'efficacité énergétique et le report énergétique**, notamment par l'amélioration du profil environnemental des boutiques, principale source de consommation énergétique, et des sites;
- **l'utilisation et la production d'énergie renouvelable** dans les sites de production et logistiques, les sites administratifs et les boutiques.

Le graphique en cascade ci-dessous montre les leviers et actions de décarbonation identifiés et leur poids associé pour atteindre les objectifs SBTi 2026.

Leviers de décarbonation des scopes 1 et 2 à horizon 2026 (base 100)



L'objectif de réduction de 50% des émissions de GES des scopes 1 et 2 à horizon 2026 ayant été atteint en 2024, le Groupe s'attache désormais à réduire la part d'énergie renouvelable provenant de certifications (certificats d'énergie renouvelable) au profit d'une

augmentation de la part d'énergie renouvelable produite sur site et à poursuivre ses actions en matière de sobriété et d'efficacité énergétique.

Le tableau ci-dessous détaille les actions planifiées pour atteindre l'objectif.

Leviers	Actions	Description et hypothèses	Réduction attendue par rapport à l'année de référence 2019 (en %)	Calendrier de mise en œuvre
<b>Sobriété</b>	Réduction de l'éclairage	– Extinction de l'éclairage des boutiques des Maisons du Groupe entre 22h et 7h du matin et de celui des sites administratifs à 21h	- 3 %	Réduction de 10 % de la consommation énergétique atteinte en 2023, à poursuivre jusqu'à fin 2026 et au-delà.  Pour les boutiques, contribution à l'objectif de performance énergétique par m <sup>2</sup> : – 500 kWh/m <sup>2</sup> en 2023 ; – 400 kWh/m <sup>2</sup> en 2026 ; – 300 kWh/m <sup>2</sup> en 2030.
	Suivi et réduction de la consommation d'énergie	– Installation de dispositifs de mesure et de management des consommations énergétiques des surfaces de vente		
	Réglage des températures	– Modification des températures intérieures dans l'ensemble des sites industriels, des sites administratifs et des boutiques : -1°C en hiver par rapport au réglage des températures actuelles ; +1°C en été par rapport aux températures actuelles de déclenchement de la climatisation		
	Formation et recrutement	– Déploiement d'une politique de formation, animation de réseau et de responsables énergie/climat au sein des Maisons		
<b>Efficacité énergétique et report énergétique</b>	Éclairage des boutiques en LED	– Installation progressive de LED dans 100 % des boutiques	- 16 %	En 2026 : 100 % des boutiques éclairées en LED.  Progressif jusqu'à 2030.  Pour les boutiques, contribution à l'objectif de performance énergétique par m <sup>2</sup> : – 500 kWh/m <sup>2</sup> en 2023 ; – 400 kWh/m <sup>2</sup> en 2026 ; – 300 kWh/m <sup>2</sup> en 2030.
	Rénovation thermique	– Rénovation thermique des boutiques, notamment par la mise en avant de matériaux innovants, de technologies spécifiques, de designers et d'architectes convaincus par l'écodesign		
	Équipements industriels	– Renouvellement des équipements industriels afin de privilégier des équipements ayant une meilleure efficacité énergétique (colonne de distillerie, chaîne de production...)		
	Équipements de chauffage/climatisation (HVAC)	– Choix et dimensionnement optimisé des équipements et des gaz frigorigènes ; renouvellement des équipements en place		
<b>Utilisation et production d'énergie renouvelable</b>	Biogaz	– Signature de contrats cadres avec des fournisseurs d'énergie, région par région, pour biogaz	- 43 %	En 2026, 100 % d'énergie renouvelable et bas carbone.
	Électricité bas carbone	– Production d'électricité renouvelable sur site à l'aide de panneaux photovoltaïques – Campagne annuelle d'achat de certificats d'électricité renouvelable		

### Scope 3

Le scope 3 correspond aux émissions générées indirectement par le Groupe. Elles sont principalement causées par les achats de biens et services auprès des fournisseurs (notamment les matières premières), le transport, les déchets, l'usage et la fin de vie des produits vendus.

Le plan d'action de réduction des émissions de scope 3 comporte cinq axes principaux :

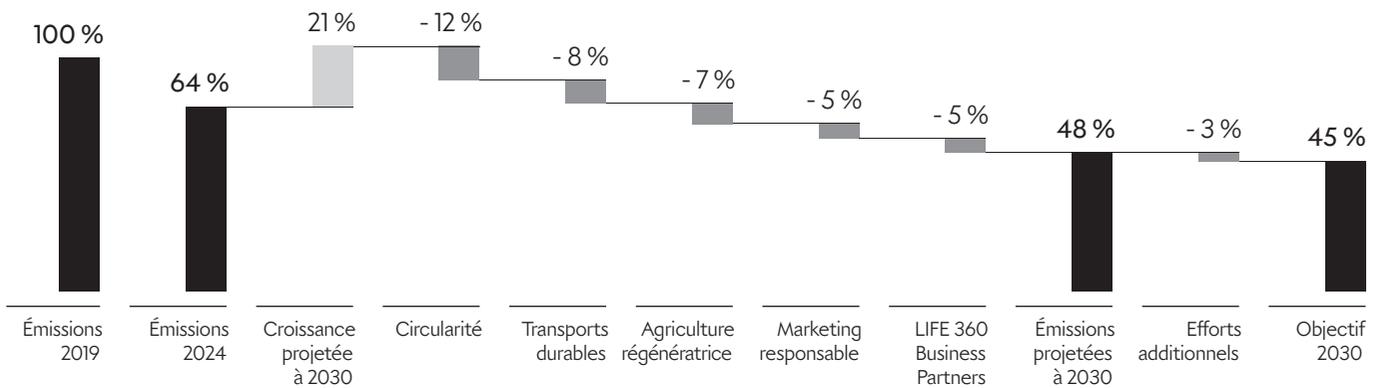
- **circularité** : biens durables par nature, les produits de luxe renforcent leur circularité pour atteindre l'excellence environnementale : éco-conception, matières responsables et certifiées, et nouveaux services circulaires comme la réparation et le surcyclage ;
- **transports durables** : le report modal, l'optimisation des circuits logistiques et l'électrification sont mobilisés pour réduire les émissions du Groupe liés à l'acheminement des marchandises ;
- **agriculture régénératrice** : un large éventail de pratiques est mis en place avec les fournisseurs du Groupe pour réduire l'empreinte carbone des matières agricoles ;

- **marketing responsable et green IT** : la création de contenus sobres en énergie et en matières et la priorisation de formats de diffusion éco-responsables ;
- **LIFE 360 Business Partners** : un programme complet d'engagement des fournisseurs de l'ensemble de la chaîne de valeur est mis en place pour les accompagner dans la transition écologique. Ce programme est décrit à la section Gouvernance § 1.6 Une démarche d'évaluation et d'accompagnement des fournisseurs.

Ces axes permettent de transformer le portfolio de produits et services du Groupe et de développer des produits bas carbone, en utilisant des matières moins carbonées et en développant la circularité dès la phase de conception.

Le graphique en cascade ci-dessous montre les axes de décarbonation identifiés et leur poids associé pour atteindre les objectifs SBTi 2030. Les projections ci-dessous se basent sur des hypothèses de périmètre et de croissance amenées à évoluer dans le temps.

Leviers de décarbonation du scope 3 à horizon 2030 (Base 100)



Le tableau ci-dessous détaille les actions planifiées pour atteindre l'objectif 2030 sur le scope 3 :

Leviers	Actions	Description et hypothèses	Réduction attendue par rapport à l'année de référence 2019 (en %)	Calendrier de mise en œuvre
<b>Circularité</b>	Éco-conception des produits et des packagings : diminution des quantités utilisées et choix de matériaux certifiés	– Priorisation de matières certifiées ou d'alternatives moins carbonées, diminution de l'utilisation de matières et optimisation des coupes de matières et des tailles des emballages		2026 : 100 % de matériaux certifiés  2030 : 100 % des produits inscrits dans une démarche d'éco-conception.
	Approvisionnement en matières recyclées	– Augmentation de l'approvisionnement en matières recyclées pour les produits et les packagings	- 12 %	2026 : zéro plastique vierge d'origine fossile  2030 : 70 % de matière recyclée en poids dans les emballages clients et 100 % recyclables, compostables ou réutilisables.
	Valorisation des biodéchets	– Recyclage des biodéchets produits par certaines activités comme la production de soie et de vin		Horizon 2030
	Nouveaux services circulaires	– Déploiement de services circulaires (réparation, revalorisation, recharge...)		Horizon 2030
<b>Transports durables</b>	Report modal	– Priorisation du transport en train et par bateau plutôt qu'en avion ou par la route selon la typologie des produits – Gestion des derniers kilomètres		Horizon 2030
	Approvisionnement local	– Priorisation d'un approvisionnement local en matières premières afin de réduire les distances parcourues		Horizon 2030
	Recours au biofioul pour le fret aérien	– Utilisation préférentielle de transporteurs aériens alimentés en carburant d'aviation durable	- 8 %	Horizon 2030
	Recours à l'électrique pour les livraisons du dernier kilomètre	– Utilisation de prestataires de transport bas carbone pour les livraisons de produits en boutiques		Horizon 2030
	Camions électriques ou biocarburants	– Utilisation de camions électriques ou alimentés en biocarburants pour le fret terrestre		Horizon 2030
	Décarbonation des prestataires	– Une partie de la baisse prévue des émissions liées au fret dépendent de la décarbonation tendancielle du secteur et des prestataires		Horizon 2030
<b>Agriculture régénératrice</b>	Promouvoir les pratiques d'agriculture régénératrice auprès des fournisseurs	– Déploiement des pratiques d'agriculture régénératrice sur la chaîne selon les certifications et les indicateurs retenus par le Groupe	- 7 %	Horizon 2030
	Zéro déforestation sur la chaîne de valeur	– Zéro déforestation sur la chaîne de valeur		Horizon 2030

Leviers	Actions	Description et hypothèses	Réduction attendue par rapport à l'année de référence 2019 (en %)	Calendrier de mise en œuvre
<b>Marketing responsable</b>	Création de contenus	– Priorisation des tournages sobres en énergie, en transport et en matières utilisées		Horizon 2030
	Achat d'espaces publicitaires	– Priorisation des formats peu consommateurs en données en ligne et des régies publicitaires utilisant des serveurs alimentés en énergie renouvelable	- 5%	Horizon 2030
	Green IT	– Déploiement d'une charte Green IT visant l'allongement de la durée de vie des équipements, la réduction du nombre d'achats et l'optimisation de la consommation énergétique		- 20 % des émissions liées à l'IT en 2026 (année de référence 2021)
<b>LIFE 360 Business Partners</b>	Utilisation d'énergies bas carbone chez les fournisseurs	– Utilisation d'électricité renouvelable, électrification des machines et des usines, utilisation de biocarburants	- 5%	Horizon 2030

## Axes à horizons 2040 et 2050

Les actions à réaliser à moyen terme (période 2030-2040) et long terme (période 2040-2050) comportent, par nature, un fort niveau d'incertitude. Leur contribution à l'atteinte des objectifs long-terme du Groupe dépend en effet de plusieurs facteurs, tels que l'avancement et le déploiement des technologies (énergies renouvelables, rénovation énergétique, sobriété, transports électriques, disponibilité des biocarburants, capacités de recyclage...) et l'avancement des fournisseurs de l'ensemble de la chaîne de valeur dans leur décarbonation. Cependant, le Groupe s'efforce de déployer une vision à long-terme en esquissant un chemin crédible vers la contribution au Net Zero. Ce chemin, quantifié, s'appuie sur les axes du programme LIFE 360 et comporte une estimation des contributions attendues pour l'atteinte de l'objectif.

- **Circularité** : à partir de 2030, l'ensemble des produits du Groupe sera engagé dans une démarche d'éco-conception, ce qui permettra des gains substantiels en matière d'émissions de CO<sub>2</sub>. Les matières responsables et innovantes devraient être plus largement disponibles. Les Maisons vont déployer de nouveaux services circulaires tandis que la revalorisation des matières non utilisées (réemploi, surcyclage, recyclage) dans la filière sera un standard. Les expérimentations en cours au sein du Groupe font apparaître de nouvelles opportunités. La plateforme de démantèlement CEDRE (Centre Environnemental de Déconditionnement et Recyclage Écologique), les startups Nona Source et Weturn permettent de mieux recycler et valoriser les tissus, tandis que des matériaux biosourcés comme le polyéthylène furanoate (PEF) pourraient changer la donne à moyen terme. Le Groupe soutient également des projets de recherche pour faire advenir des solutions durables, comme celui de l'entreprise Eastman, qui développe des emballages utilisant des technologies de recyclage moléculaire. Le Groupe reste à l'écoute des évolutions en la matière pour faire évoluer sa stratégie. Par exemple, le rapport de 2024 de l'Agence Européenne pour l'Environnement (AEE) sur l'état d'avancement de l'économie

circulaire décrit les défis, mais aussi les facteurs-clés de déploiement de l'économie circulaire à la hauteur de la décarbonation nécessaire. La stratégie à moyen et long terme du Groupe se nourrit de ces publications.

- **Transports durables** : les progrès technologiques dans les transports (électrification, biocarburants), qui seront déployés à plus grande échelle à partir de 2030, permettent d'attendre une nouvelle baisse conséquente des émissions liées au fret de marchandises. Le Groupe explore également des modes de transports innovants durables, tels que les voiliers cargos avec l'expérimentation menée par Hennessy avec l'armateur nantais Neoline. Pour définir son plan d'action à moyen et long terme, le Groupe s'appuie sur les publications scientifiques de référence, en particulier la feuille de route Net Zero de l'ICCT (Vision 2050, International Council on Clean Transportation, 2023 <https://theicct.org/vision-2050/>).
- **Agriculture régénératrice** : à horizon 2040, le Groupe entend promouvoir des pratiques d'agriculture régénératrice chez l'intégralité de ses fournisseurs agricoles, entraînant un gain supplémentaire en termes de réduction d'émissions de CO<sub>2</sub>. Les prévisions de déploiement de l'agriculture régénératrice s'appuient sur les publications scientifiques de référence, en particulier la feuille de route de la FAO publiée en 2023 (Achieving SDG 2 without breaching the 1.5 °C threshold : A global roadmap, FAO, 2023 <https://www.fao.org/interactive/sdg2-roadmap/en/>).
- **LIFE 360 Business Partners** : à horizon 2040, le Groupe prévoit d'engager l'ensemble de ses fournisseurs participant au programme LIFE 360 Business Partners sur un plan de réduction de leurs impacts (carbone, eau, biodiversité).

Malgré la forte ambition de ces axes, des efforts additionnels doivent être identifiés pour être en mesure d'atteindre les objectifs du Groupe à horizon 2050. Les équipes chargées de la stratégie environnementale travaillent dans une logique d'amélioration continue afin d'identifier et d'anticiper les efforts supplémentaires requis.

## 2.2.3 Investissements et financements pour la mise en œuvre du plan de transition

Le plan de transition climat permet d'améliorer la résilience et la performance économique du Groupe en économisant certains coûts énergétiques, grâce aux actions de sobriété, d'efficacité énergétique et de passage aux énergies renouvelables. Cependant, le plan représente également des coûts supplémentaires sous la forme de dépenses opérationnelles ou d'investissement.

Les processus permettant d'assurer le financement du plan et son alignement avec la planification financière du Groupe sont décrits au § 2.2.8 Alignement et intégration dans la stratégie opérationnelle globale et la planification financière. La mise en œuvre du plan de transition ne dépend pas de ressources publiques ou de subventions mais peut être réévaluée en fonction du niveau de performance du marché ou du Groupe.

En 2024, dans le cadre de la stratégie LIFE 360, LVMH a estimé une partie des coûts futurs de mise en œuvre du plan de transition climat, en particulier liés aux actions de décarbonation des scopes 1 et 2 à court terme. Le tableau ci-dessous récapitule les montants significatifs de dépenses et investissements supplémentaires futurs (OpEx et CapEx) liés au plan de transition climat à horizon des engagements, à savoir 2026. Les OpEx sont cumulés pour les années 2025 et 2026; les CapEx sont les investissements prévus sur la période.

Axe	OpEx et CapEx 2025, 2026 <i>(en millions d'euros)</i>	Commentaires
Sobriété	10 à 20	Mise en place d'instruments de mesure et de monitoring couplés à de la sensibilisation, formation des équipes ainsi que du recrutement de responsables énergies
Efficacité énergétique	40 à 60	Passage aux LEDs, remplacement d'équipements techniques, HVAC
Énergies renouvelables	30 à 40	Installation de panneaux photovoltaïques, achats de RECS et autres GOs
<b>Total</b>	<b>80 à 120</b>	

Concernant le scope 3, le groupe LVMH développe une méthodologie de quantification des investissements basée sur une collecte de données auprès de Maisons pilotes, qui sera ensuite extrapolée à l'ensemble du Groupe. Au vu de la complexité et de la diversité de cette quantification, la méthodologie de quantification des investissements fera l'objet d'une amélioration continue au cours des années. La méthodologie de quantification des investissements à réaliser prend en compte :

- la croissance des volumes anticipés;
- l'évolution des prix (exemple : prix des matières certifiées ou recyclées);
- les facteurs externes (disponibilité des filières, innovations technologiques, etc.);
- la contribution à la réduction potentielle de chaque action.

Les investissements des principales actions de décarbonation du scope 3 sont en cours de quantification en suivant cette méthodologie. Par exemple, les dépenses liées à la certification du cachemire utilisé pour des accessoires ont été estimées par une Maison. Le coût total de la transition du cachemire conventionnel vers 100% de cachemire certifié SFA en 2030, en prenant en compte les hypothèses de croissance de l'approvisionnement et les hypothèses d'évolution des prix de la matière, est d'environ 400 000 euros par an entre 2024 et 2030. Ce coût a été évalué sur la base d'hypothèses de croissance et de prix amenées à évoluer dans le temps.

## 2.2.4 Évaluation des émissions de GES potentielles verrouillées

Les émissions verrouillées correspondent aux émissions futures potentielles générées par l'exploitation d'actifs ou de l'utilisation des produits vendus par LVMH. Une première analyse a été menée par LVMH pour estimer ces émissions.

Les émissions verrouillées des actifs sont mesurées sur l'ensemble de la durée de vie opérationnelle des actifs détenus ou contrôlés par LVMH, qu'ils soient existants ou planifiés, et qui représentent des sources significatives d'émissions. LVMH inclut dans le calcul de ses émissions verrouillées la consommation énergétique de ses boutiques, sites de production, centres logistiques et immeubles de bureaux. Les émissions verrouillées des produits vendus concernent les produits pour lesquels la durée de vie est supérieure à trois ans et pour lesquels les émissions liées à l'usage sont significatives.

Il résulte de l'analyse que les émissions verrouillées liées aux actifs et produits vendus ne sont pas de nature à compromettre la trajectoire de décarbonation du Groupe grâce aux actions de décarbonation prévues. En ce qui concerne les actifs, l'amélioration de l'efficacité énergétique, l'électrification des procédés des nouvelles usines, la sobriété et la transition vers 100% d'électricité d'origine renouvelable contribueront à atténuer ces émissions. En ce qui concerne les produits vendus, les émissions verrouillées qui y sont liées sont susceptibles d'être réduites par l'amélioration des mix énergétiques et électriques des pays dans lesquels ces produits sont utilisés.

Par ailleurs, les risques de transition liés aux actifs et produits qui comportent des émissions verrouillées sont considérés comme limités. En ce qui concerne les actifs, le risque de hausse des coûts de production liée à la hausse du prix est atténué par le plan de sobriété et l'amélioration de l'efficacité énergétique des actifs immobiliers.

## 2.2.5 Plan d'alignement à la Taxonomie environnementale

Compte tenu des activités ciblées à ce stade par le Règlement, seuls les investissements opérationnels, et plus particulièrement immobiliers, sont analysés pour les besoins du reporting du groupe LVMH (voir ci-après §7. Taxonomie Environnementale).

En 2024, un taux d'alignement de 11,4 % des CapEx éligibles à la taxonomie a été atteint, en hausse de 2,6 points par rapport à 2023. Le Groupe travaille à la définition d'un objectif d'alignement. Plusieurs initiatives sont portées par le Groupe dans le cadre de ses objectifs d'efficacité et de sobriété énergétique à travers ses acquisitions immobilières.

Dans le plan de financement du plan de transition figurent les dépenses liées à la décarbonation des bâtiments appartenant à LVMH (scopes 1 et 2 : rénovation et amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments) qui contribueront également à l'alignement selon la taxonomie Environnement.

## 2.2.6 CapEx significatifs liés aux énergies fossiles

LVMH n'a pas réalisé d'investissement significatif dans les activités liées à la production de charbon, de pétrole ou de gaz et ne prévoit pas d'en effectuer dans les années à venir.

## 2.2.7 Exclusion des indices de référence « Accord de Paris »

Le Groupe est inclus dans les indices financiers responsables, notamment Paris-Aligned Benchmark (PAB). LVMH n'est pas engagé dans les activités répondant aux critères d'exclusion des articles 12.1<sup>(1)</sup> et 12.2<sup>(2)</sup> du règlement délégué (UE) 2020/1818 de la Commission du 17 juillet 2020.

## 2.2.8 Alignement et intégration dans la stratégie opérationnelle globale et la planification financière

Le plan de transition climat est intégré à la stratégie opérationnelle et financière ainsi qu'aux processus de fonctionnement du Groupe.

Lors du LIFE 360 Summit en décembre 2023, le Président-directeur général du Groupe a énoncé la vision de ce que doit devenir une entreprise du luxe à l'aune de la transition écologique : « En ne renonçant ni à notre ADN – l'excellence créative – ni à la protection de la planète, nous initiions un luxe nouveau à la confluence de la performance et de l'engagement. Un luxe nouveau, respectueux des grands équilibres environnementaux, et en même temps toujours créateur de rêve ».

Dans cette perspective, stratégie d'entreprise et stratégie environnement ne font qu'un. La Directrice Développement Environnement, déclare ainsi que la stratégie environnementale du Groupe, LIFE 360, est « complètement intégrée dans notre stratégie globale, dans celle de toutes nos Maisons. Ce programme est au cœur de la création du Groupe, de sa production, de ses systèmes de logistique. » Le livre blanc « Pour un luxe nouveau », détaille la vision et la stratégie du Groupe pour développer un modèle économique permettant d'atteindre l'objectif de décarbonation le plus ambitieux et compatible avec l'Accord de Paris : la contribution au « Net Zero » (voir ci-dessus § 2.2.1).

### Intégration du plan de transition dans la stratégie opérationnelle

Les sujets environnementaux sont pleinement présents dans le plan stratégique du Groupe. Celui-ci est le fruit des plans stratégiques élaborés par les différentes Maisons, qui incluent une dimension environnementale. Dans leur plan stratégique, les Maisons détaillent leurs objectifs de développement de leur activité en cohérence avec des objectifs environnementaux et de décarbonation.

Les objectifs environnementaux du Groupe sont directement partagés par la direction du Développement Environnement aux équipes et départements concernés, selon le sujet abordé (opérations, marketing, etc.).

(1) Critères d'exclusion de l'article 12.1 : Entreprises impliquées dans a) des activités liées aux armes controversées ; b) dans la culture et la production de tabac ; c) Entreprises ayant commis des violations relatives aux critères du Global Compact des Nations Unies aux principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales sur la conduite responsable des entreprises ; d) Entreprises tirant 1% ou plus de leurs revenus pour la prospection, l'exploitation minière, l'extraction, de la distribution ou du raffinage de la houille et du lignite ; e) Entreprises tirant 10% ou plus de leurs revenus de la prospection, de l'extraction, de la distribution ou du raffinage de combustibles pétroliers ; f) Entreprises tirant 50% ou plus de leurs revenus de la prospection, de l'extraction, de la fabrication ou de la distribution de combustibles gazeux ; g) les entreprises qui tirent 50% ou plus de leurs revenus de la production d'électricité dont l'intensité en GES est supérieure à 100 g de CO<sub>2</sub> e/kWh.

(2) Critères d'exclusion de l'article 12.2 : entreprise portant un préjudice significatif à au moins un des objectifs environnementaux visés à l'article 9 du règlement (UE) 2020/852 du Parlement européen et du Conseil.

## Alignement du plan de transition avec la stratégie financière

L'alignement du plan de transition avec la stratégie financière du Groupe procède de trois moyens :

- **Fonds carbone** : ce dispositif permet au Groupe de définir des objectifs de dépenses de décarbonation des scopes 1 et 2 pour les Maisons à la hauteur de leurs émissions de scopes 1 et 2. Chaque Maison est tenue de dépenser un montant minimum dans des actions de décarbonation. Ce montant est égal aux émissions scopes 1 et 2 de chaque Maison multiplié par un prix unitaire de la tonne de carbone (fixé en 2024 à 60 euros/tonne de CO<sub>2</sub>e). Depuis 2016, le Groupe a investi environ 106 millions d'euros dans 866 projets. Sur 2024, LVMH a investi environ 25 millions d'euros dans 158 projets d'innovation permettant d'éviter 222 679 tCO<sub>2</sub>e pour un montant de dépenses théoriques (émissions 2024 x 60 euros/tonne) évalué à 18 millions d'euros.
- **Processus budgétaire** : la direction financière du Groupe a initié en 2024 un nouveau processus de collecte des demandes budgétaires associées aux plans climat des Maisons, qui sera ajusté en 2025 pour constituer un processus pérenne.
- **Consultation des CapEx** : les demandes de CapEx ayant un impact environnemental potentiel sont transmises par les contrôleurs de gestion à la direction de l'Environnement pour avis consultatif. Cela permet d'assurer la cohérence des CapEx significatifs avec le plan de transition.

### 2.2.9 Gouvernance et processus d'approbation du plan de transition

Le Conseil d'administration est l'instance stratégique de la Société. Il a pour objectifs prioritaires la création de valeur de long terme et la défense de l'intérêt social, en prêtant une attention particulière aux enjeux sociaux, environnementaux et climatiques de son activité.

Dans le cadre de cette démarche, le Conseil d'administration veille à la mise en œuvre du plan de transition du Groupe et, avec la Direction générale, guide son élaboration.

#### Processus d'approbation

Les processus d'approbation sont décrits ci-dessus au § 1.1.1 Gouvernance de la stratégie environnementale.

## Implémentation du Plan de Transition

Les processus de mise en œuvre du plan de transition sont décrits ci-dessus au § 1.1 Organisation de la démarche environnementale.

### Compétences et formation des membres de l'équipe dirigeante sur les questions de climat

Les compétences et la formation des membres de l'équipe dirigeante sont décrits dans la section Informations générales § 2.1 Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance.

### Rémunération liée au climat

La partie de la rémunération variable versée aux dirigeants mandataires sociaux reposant sur l'atteinte d'objectifs relatifs à la responsabilité sociale et au développement durable figure au chapitre *Rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise*, § 1.1.1.1.

Au-delà des mandataires sociaux, les Maisons mettent en place leur propre politique d'incitations financières, intégrant de plus en plus de thématiques relatives à la responsabilité sociale et au développement et notamment liées au climat. À titre illustratif :

- **Hennessy** : l'intéressement est calculé à partir de quatre indicateurs, les résultats financiers, l'excellence opérationnelle, la sécurité au travail et le développement durable. L'indicateur de développement durable inclut deux sous-objectifs, l'un étant la réduction de la consommation d'énergie totale (corrigée des conditions climatiques). De plus, l'accord d'intéressement inclut un bonus sociétal additionnel visant à supporter les efforts de décarbonation de la Maison, calculé à partir des émissions de GES des scopes 1 et 2 par caisse normalisée, et comportant un objectif chiffré ;
- **Sephora** : un objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre de 7% sur la période 2024-2026 est fixé pour le *Chief Marketing Officer*, membre du Comité exécutif ;
- plusieurs Maisons intègrent également des critères de formation environnementale incluant les enjeux climatiques dans leurs accords d'intéressement à l'instar de Parfums Christian Dior, Berluti, Maison Francis Kurkdjian, Le Bon Marché et LVMH Fragrance Brands.

## 2.2.10 Description des progrès réalisés

Les initiatives mises en place par LVMH dans le cadre de son programme LIFE 360, telles que détaillées au § 1.2, ont démontré leur efficacité avec des réductions significatives des émissions de

GES et des progrès notables vers l'atteinte des objectifs en matière d'énergie, de circularité et de matériaux certifiés. En 2024, LVMH est en conformité avec les objectifs de sa trajectoire carbone, tels qu'ils ont été validés par SBTi.

Les résultats obtenus en 2024 concernant les objectifs de décarbonation du Groupe sont les suivants :

Objectif	Cible	Résultats 2024	Correspondance dans le rapport de durabilité
Réduction des émissions de GES liées aux scopes 1 et 2	- 50 % (en 2026)	- 55,1 %	§ 2.3.4
Part d'énergie renouvelable dans le mix énergétique du Groupe	100 % (en 2026)	71,1 %	§ 2.3.4
Réduction des émissions de GES liées au scope 3 par unité de valeur ajoutée <sup>(a)</sup>	- 55 % (en 2030)	- 32,8 %	§ 2.3.4

(a) Les résultats 2024 sont calculés en considérant la totalité du scope 3, incluant les émissions des immobilisations et des investissements.

L'évolution des indicateurs associés aux principaux leviers contribuant à l'atteinte de ces objectifs climatiques est présentée ci-dessous.

Axe	Leviers	Indicateurs	Cible	Année de référence	Résultats 2024	Correspondance dans le rapport de durabilité
Sobriété	Réduction de la consommation d'énergie	Consommation moyenne des boutiques	300 kWh/m <sup>2</sup> (en 2030)	366 kWh/m <sup>2</sup> (2019)	334 kWh/m <sup>2</sup>	§ 2.4.4
Efficacité énergétique	Réduction de la consommation d'énergie	100 % LED dans toutes les boutiques	100 % (en 2026)	60 % (2019)	87 %	§ 2.4.4
Énergies renouvelables	Utilisation et production d'énergie renouvelable	Part d'énergie renouvelable dans le mix énergétique du Groupe	100 % (en 2026)	36 % (2019)	71 %	§ 2.3.4
Circularité et matières certifiées	Éco-conception produits (Mode et Maroquinerie)	Conformité des produits aux critères d'éco-conception de LIFE 360	100 % (en 2030)	Nouveau	33 %	§ 6.1.4
Circularité et matières certifiées	Matières recyclées	Emballages clients	70 % (en 2030)	41 % (2021)	41 %	§ 6.1.4
Circularité et matières certifiées	Matières certifiées	Certification LWG des tanneries de cuir ovin/bovin	100 % (en 2026)	66 % (2019)	98 %	§ 5.2.4
Circularité et matières certifiées	Matières certifiées	Coton certifié (GOTS, Better Cotton, GRS, OCS et Supima)	100 % (en 2026)	54 % (2019)	76 %	§ 5.2.4
Circularité et matières certifiées	Matières certifiées	Laine de mouton et cachemire certifiés (RWS, ZQ, Authentico, New Merino, Sustainawool, Nativa, SFA)	100 % (en 2026)	24 % (2021)	56 %	§ 5.2.4

Les évolutions des émissions des scopes 1, 2 et 3 du Groupe font l'objet d'un processus d'audit.

## 2.3 Atténuation et Adaptation au changement climatique

### 2.3.1 Politique liée au climat

La lutte contre le changement climatique est un axe majeur de la politique environnementale de LVMH. Il constitue un des quatre piliers de la stratégie LIFE 360 décrite au § 1.2 Le programme LIFE. La politique dite d'«Atténuation et Adaptation» au changement climatique du Groupe s'applique à l'ensemble de ses activités et de ses géographies et couvre l'ensemble de la chaîne de valeur.

#### Politique Atténuation

La politique d'atténuation correspond au plan de transition climat (voir ci-dessus § 2.2).

Le Groupe a souvent joué un rôle pionnier dans ce domaine. Il a notamment participé au début des années 2000 à l'expérimentation de la méthode qui allait devenir le Bilan Carbone. Il fut aussi la première entreprise, dans l'univers du luxe, à mettre en place en 2015 un fonds carbone interne. Le fonds carbone permet au Groupe le financement de sa politique de réduction de ses scopes 1 & 2, à savoir la sobriété, l'efficacité énergétique et le recours accru aux énergies renouvelables dans les sites de production et logistiques, les sites administratifs et les boutiques. Ces deux dernières années LVMH a contribué à l'établissement de la méthodologie sectorielle «ACT Fashion» qui a été finalisée en novembre 2024.

Sur la base du calcul complet de l'empreinte carbone globale, mise à jour annuellement avec l'appui d'un cabinet externe, LVMH a défini une trajectoire carbone alignée sur l'Accord de Paris. Celle-ci a été validée en décembre 2021 par le tiers de référence international SBTi (Science Based Targets Initiatives), coalition qui regroupe le CDP (Carbon Disclosure Project), l'UNGC (Global Compact), le WRI (World Resources Institute) et le WWF (World Wildlife Fund). En juillet 2024, LVMH a soumis auprès de SBTi sa trajectoire Net Zero ainsi que ses trajectoires FLAG et GHG «Land Sector and Removal Guidance» dédiées aux forêts, à l'agriculture et aux écosystèmes.

Au-delà de l'engagement du Groupe dans son ensemble, désormais sept de ses Maisons, Louis Vuitton, Moët Hennessy, Parfums Christian Dior, Guerlain, Make Up For Ever, Tiffany & Co., Stella McCartney ont reçu de SBTi la validation de leurs trajectoires carbone pour leur propre périmètre, confirmant leur ambition, inscrite dans la stratégie de chaque Maison, «Notre voyage engagé» pour Louis Vuitton, «Living soils, Living Together» pour Moët Hennessy, «Beauty as a Legacy» pour Parfums Christian Dior et enfin «Au nom de la beauté» pour Guerlain. De son côté, Tiffany & Co. s'est engagée dans une trajectoire Net Zero d'ici 2050 notamment en s'approvisionnant avec 100% d'électricité d'origine renouvelable et évitant tout approvisionnement avec un impact sur la déforestation.

#### Politique Adaptation

La politique d'adaptation du Groupe s'appuie sur une vision concrète et évolutive des risques principaux liés au changement climatique sur sa chaîne de valeur qui permet d'en définir les priorités. En 2022, le Groupe a conduit une analyse globale des risques liés au changement climatique pour identifier les priorités sur sa chaîne de valeur depuis les achats de matière première à la distribution des produits. Vingt et un risques physiques et de transitions majeurs ont été identifiés dont dix ont déjà fait l'objet d'analyse approfondie fonction des flux physiques et actifs des Maisons, de leur localisation et de leur financiarisation afin de définir les plans d'adaptation associés.

La politique d'adaptation est intimement liée à la politique d'atténuation et se décline donc à travers la même segmentation :

#### Actifs immobiliers

Chaque année, le Groupe actualise son analyse des risques physiques liés à la localisation géographique d'environ 6 000 sites grâce à un outil ECLR. Le résultat de cette analyse permet de classer les sites selon leur exposition et d'orienter les investissements à effectuer pour augmenter leur résilience.

#### Circularité et sourcing responsable

La politique de sourcing (voir ci-après § 5.2.1) prend en compte les régions géographiques à risque identifiées lors des analyses de risques approfondies afin de diversifier les zones de sourcing.

LVMH Circularity (voir ci-après § 6.2) est également un pilier de la politique d'adaptation du Groupe à travers la réinjection en boucle fermée des matières revalorisées afin de limiter l'utilisation de ressources naturelles.

#### Transports durables

À travers ses actions de décarbonation des transports, décrites dans le plan de transition climat au § 2.2.2, qui permettent de limiter la dépendance aux énergies fossiles et aux modes de transport les plus émissifs, le Groupe augmente sa résilience face au risque de transition associé. Le secteur des parfums et cosmétiques notamment a mis en place une politique de pilotage du ratio Air Mer.

#### Agriculture régénératrice

Les pratiques d'agriculture régénératrice mises en place (voir ci-après § 5.2) permettent une meilleure résilience des sols notamment sur la rétention de l'eau face aux risques de sécheresse.

## 2.3.2 Actions et ressources mobilisées

Les actions entreprises et programmées ainsi que leurs impacts, coûts et échéances sont présentés dans le plan de transition climat (voir ci-dessus § 2.2).

### Atténuation

Afin de décarboner ses scopes 1, 2 et 3, LVMH s'est organisé en *taskforces* menées par les métiers sur ses principaux postes d'émission. Ainsi les *taskforces* «Energy» et «Sustainable Store Planning» agissent pour décarboner les scopes 1 et 2 tandis que les *taskforces* par matières stratégiques (coton, cuir, laine, cachemire) ainsi que les *taskforces* «Transports», «Media» ou encore «Green IT» s'efforcent d'améliorer la mesure et de déployer les actions propres à leurs objectifs.

### Scopes 1 & 2

Concernant les scopes 1 et 2, la diminution de l'impact lié à la consommation énergétique se met en œuvre autour de trois priorités d'action telles que décrites dans le plan de transition climat :

- la sobriété ;
- l'efficacité énergétique et le report énergétique ;
- l'utilisation et la production d'énergie renouvelable.

De plus, en 2024, l'équipe du *Sustainable Store Planning* (SSP) a renforcé la gestion du changement avec le déploiement d'une politique bâtie sur cinq piliers identifiés :

- l'animation du réseau des acheteurs avec notamment deux événements de coordination à Florence en mars et les Stores Awards en décembre ;
- la formation : au total, 1 000 heures de formations ont été dispensées en 2024 et un nouveau parcours a été développé pour les «Partners» ;
- l'animation du réseau des Partenaires sur la base du déploiement de contrats cadres et reconnaissance de leur titre de «Labeled Partners» ;
- la gestion des données Achats Store Planning des Maisons ;
- l'innovation : en collaboration avec LVMH Gaïa.

Afin de décarboner ses activités et notamment l'empreinte de ses boutiques, LVMH continue de conclure des partenariats avec les principaux gestionnaires des centres commerciaux à l'international. Après la signature par LVMH d'un premier partenariat avec un propriétaire de centres commerciaux de premier rang en Chine, Hang Lung Properties, le Groupe a lancé un nouveau partenariat avec Swire Properties le 6 novembre 2024 lors du CIIE (China International Import Expo). Le consortium initié en décembre 2023 lors de la COP28, nommé «Unity for change», réunit Chalhoub Group, EMAAR Malls Management (L.L.C), Majid Al Futtaim Properties LLC, Aldar Properties PJSC.

Le 12 décembre 2024 s'est tenue la 5<sup>e</sup> édition des Stores Awards. Organisés tous les deux ans, les LIFE 360 Stores Awards sont un concours interne ouvert aux Maisons du Groupe, qui récompense l'excellence environnementale de leurs boutiques. Les différents projets et initiatives conduits en boutiques sont ainsi évalués selon une cinquantaine de critères spécifiques par le cabinet TERAQ, auditeur externe indépendant.

À cette occasion, le guide «LIFE in Architecture» dédié à la construction et à l'exploitation durable des bâtiments est désormais accessible en licence open source sur le site lvmh.com. En perpétuelle évolution depuis 2015, ce guide sert de base au développement et à l'évaluation des projets immobiliers. En le rendant accessible à tous, y compris aux acteurs externes, LVMH adopte une démarche de partage des meilleures pratiques, visant à inspirer et à fédérer l'ensemble de l'industrie, y compris ses concurrents, autour des enjeux d'éco-conception des bâtiments et des boutiques. Cette initiative s'inscrit pleinement dans l'esprit «*Joining Forces*».

### Scope 3

La diminution des émissions liées au scope 3 est mise en œuvre autour de cinq axes tels que décrits ci-dessus, § 2.2.2 Action de décarbonation :

- circularité (voir ci-après § 6.2 Modalités de gestion des ressources sortantes) ;
- agriculture régénératrice (voir ci-après § 5. Biodiversité et écosystèmes – LIFE 360 Biodiversité) ;
- transports durables ;
- marketing responsable et green IT ;
- LIFE 360 Business Partners (voir section Gouvernance § 1.6. Une démarche d'évaluation et d'accompagnement des fournisseurs).

En plus des actions décrites dans les paragraphes mentionnés ci-dessus, la *taskforce* Transport a été lancée en octobre 2024 lors d'une journée de séminaire réunissant 92 personnes dont le directeur des Opérations et la directrice développement Environnement du Groupe. Cette *taskforce* réunissant les métiers de l'Environnement et de la Supply chain de 20 Maisons vise à mobiliser et soutenir les Maisons dans leurs efforts de décarbonation. La *taskforce* se concentrera notamment sur l'identification et le pilotage des leviers de réductions des émissions de GES ainsi que sur les questions liées à la gouvernance, aux données, à l'implication des partenaires externes (transporteurs), et enfin à la sensibilisation et à la culture d'entreprise sur le sujet des transports durables.

Cette *taskforce* aspire également à stimuler le partage d'expérience au sein du Groupe, de nombreuses initiatives étant déjà en place dans les Maisons, par exemple en 2024 :

- Hennessy : en 2024, la Maison Hennessy a déployé des actions concernant chacun des modes de transports avec la poursuite du chantier de construction du cargo à voile Neoline pour le transport maritime, la maximisation de l'utilisation du transport ferré vers les terminaux maritimes du Havre et de

Fos-sur-Mer, l'augmentation du recours aux biocarburants pour le transport routier et enfin le pilotage rigoureux de l'utilisation de l'aérien permettant de limiter l'utilisation de ce mode de transport (qui représente seulement 0,37% des t.km de la Maison en 2024).

- Christian Dior Couture : en 2024, la Maison a atteint 100% de distribution par véhicules électriques pour le dernier kilomètre en Chine ainsi que pour plusieurs villes dans ses autres marchés (huit villes en Europe, trois au Japon et trois aux États-Unis). De plus, la Maison a introduit en 2024 une annexe dans les clauses contractuelles la liant à ses transporteurs. Cette annexe définit les exigences environnementales applicables, notamment le type de véhicules routiers pouvant être utilisés (dont l'absence totale de recours aux véhicules diesels pour l'Europe dès 2026), la priorisation des avions les moins émissifs, l'utilisation exclusive de bateaux alimentés par du gaz naturel liquéfié (GNL) pour le fret maritime ainsi que des exigences en matière d'emballage et de certification environnementale (ISO 14001).

Afin de décarboner les activités associées au marketing, le Groupe s'est mobilisé en 2024 en organisant deux événements clés autour des sujets du positionnement stratégique, de la communication et des médias :

- la conférence globale « Sustainable Communication for Desirable Brands in Positioning, Creative Content & Production, and Media », en mars, qui a mis en lumière le rôle des Maisons dans leur positionnement stratégique, la création de stéréotypes positifs sur la transition écologique, et la mise en place de mesures pour réduire l'empreinte carbone de leurs campagnes publicitaires, tant en termes de production que de distribution, sans compromettre la créativité, l'efficacité ou l'efficacité. Cette conférence a été suivie d'actions concrètes pour accompagner les Maisons du Groupe et nos partenaires externes dans cette transition :
  - publication des « Sustainable Production Guidelines » permettant d'identifier les leviers de réduction d'empreinte carbone pouvant être mis en œuvre lors de la production audiovisuelle,
  - publication d'un « Group Partners Book – Production, Postproduction & Production Consulting » permettant d'identifier les partenaires développant les meilleures pratiques en matière de développement durable,
  - création et développement d'une solution propriétaire du Groupe : « M.I.K.E » – Media Investments Key Émissions, ayant pour ambition de calculer l'empreinte carbone de l'ensemble des campagnes publicitaires des Maisons du groupe LVMH ;
- une seconde conférence « *Couvrons ensemble à une planète durable* » s'est tenue en mai, avec pour objectif de sensibiliser et mobiliser tous les partenaires médias clés du groupe LVMH sur notre stratégie de réduction d'empreinte carbone dans la distribution de nos campagnes médias, permettant ainsi à LVMH d'assurer une influence innovante et précurseur auprès des acteurs les plus influents du marché.

De par leur localisation dans la chaîne de valeur du Groupe, une partie des actions permettant la décarbonation du scope 3 ne sont pas sous contrôle direct du Groupe, elles dépendent de tierces parties à l'instar des fournisseurs directs et indirects. En plus des leviers déjà existants, tels que les codes de conduites et les formations, le soutien à la décarbonation de ces tierces parties est l'objet même du programme LIFE 360 Business Partners.

## Adaptation

En 2022, LVMH a initié l'analyse en double matérialité des impacts, risques et opportunités Climat pour le Groupe, de manière à affiner l'identification des principaux enjeux environnementaux (voir ci-dessus § 2.1.1).

Au travers de l'analyse des risques liés au changement climatique et des travaux liés à la taxonomie environnementale, le Groupe identifie les sites exposés et établit un plan d'adaptation. Plus globalement, le Groupe conduit également une analyse concernant les différents enjeux de l'adaptation au changement climatique. Elle concerne notamment les activités viticoles. 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 le scénario climatique, 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 (voir ci-après § 4.).

Plus largement l'innovation, qui est un élément central de la politique d'atténuation, contribue également à la politique d'adaptation de LVMH : les nouvelles pratiques d'agriculture régénératrice (voir ci-après § 5.2), l'utilisation de nouveaux matériaux issus des biotechnologies ou encore le déploiement du biomimétisme sont à la fois des pistes pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et des sources de diversification des approvisionnements permettant de réduire l'exposition du Groupe au changement climatique. La matériauthèque « *Matières à Penser* » et le partenariat Maison/0 avec la Central Saint Martins, axé sur l'innovation et la créativité durable sont des outils d'innovation à la disposition des Maisons du Groupe.

LVMH n'a pas recours à la compensation carbone (i.e. acheter des crédits carbone issus de projets d'évitement ou de séquestration des émissions pour équilibrer les émissions encore émises par le Groupe). Pour autant, l'atteinte d'un objectif mondial de zéro émission nette en 2050 pose la question de l'utilisation des crédits carbone, ce que propose d'envisager le standard Net Zero de SBTi, une fois que les objectifs de réduction ont été atteints. C'est dans ce cadre que les Maisons expérimentent différents types de compensation.

### 2.3.3 Objectifs associés

#### Objectifs d'atténuation du changement climatique

Les objectifs d'atténuation du changement climatiques sont décrits dans le plan de transition Climat (voir § 2.2.1 Cibles de réduction des émissions de GES). Ils sont résumés dans le tableau suivant :

Critères	Réduction des émissions de GES dans les opérations (scopes 1 et 2)	Réduction des émissions de GES dans la chaîne de valeur (scope 3) en intensité économique	Part d'énergie renouvelable dans les opérations
<b>Cible</b>	- 50 %	- 55 % <sup>(a)</sup>	100 %
<b>Périmètre</b>	Scopes 1 et 2 market-based	Scope 3	Scopes 1 et 2
<b>Valeur de référence<sup>(b)</sup></b>	441 819 tCO <sub>2</sub> e	132 tCO <sub>2</sub> e/m€	36 %
<b>Année de référence</b>	2019	2019	2019
<b>Année cible</b>	2026	2030	2026
<b>Alignement accord de Paris</b>	Oui	Oui	Oui
<b>Contexte</b>	Trajectoires validées en 2021 par le SBTi		
<b>Preuves scientifiques</b>	Trajectoire basée sur la science, réduction supérieure au minimum requis du scénario 1,5°C	Trajectoire basée sur la science en intensité proposée par le SBTi	Trajectoire additionnelle basée sur la science proposée par le SBTi
<b>Partie prenante</b>	Fournisseurs, collaborateurs		
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Aucune modification des objectifs		
<b>Indicateurs de performance associés</b>	Émissions de GES (tCO <sub>2</sub> e) annuelles des scopes 1 et 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Émissions de GES (tCO<sub>2</sub>e) annuelles du scope 3 par unité de valeur ajoutée (exprimé en m€ de chiffre d'affaires)</li> <li>- Ratio de transport air/mer</li> <li>- Part de recyclable dans les produits</li> </ul>	Consommation d'énergie renouvelable dans les opérations (MWh)

(a) L'objectif réduction des émissions de GES de 55 % en intensité économique d'ici 2030 pour le scope 3, validé par le SBTi, se traduit par une réduction de 23 % des émissions de GES en valeur absolue en tCO<sub>2</sub>e.

(b) L'année de référence est représentative des activités actuelles de LVMH. LVMH procède chaque année à une mise à jour du calcul de l'empreinte de son année de référence (2019) pour prendre en compte les changements méthodologiques de la comptabilité carbone et de l'évolution du périmètre opérationnel (voir la description de la méthodologie de calcul de l'empreinte carbone dans le CTP § 2.2.1).

#### Objectifs d'adaptation au changement climatique

Dans le cadre de sa stratégie d'adaptation aux enjeux climatiques, le Groupe n'a pas encore défini d'objectifs mesurables et orientés vers des résultats spécifiques en raison de l'incertitude des évolutions réglementaires et des défis technologiques à surmonter. Cependant, il est prévu de définir ces objectifs dans un délai d'un an, afin de mieux structurer l'approche et garantir l'alignement avec les engagements du Groupe à long terme.

En attendant la définition de ces objectifs mesurables, le Groupe suit activement l'efficacité de ses politiques et actions relatives aux impacts, risques et opportunités liés au climat et plus

généralement à l'environnement. Un processus de suivi régulier basé sur l'évaluation des actions de réduction des émissions de gaz à effet de serre et de l'efficacité énergétique dans les opérations du Groupe a été mis en place. Ce processus comprend des audits annuels, l'analyse des consommations énergétiques et l'examen des risques climatiques identifiés dans les différents groupes d'activités de LVMH. Par exemple, pour prévenir de l'augmentation des coûts énergétiques et notamment de l'électricité, l'ambition du Groupe est d'améliorer l'efficacité énergétique de ses boutiques. L'objectif est d'atteindre 300 kWh/m<sup>2</sup> en 2030, soit une consommation divisée par deux par rapport à 2021.

## 2.3.4 Indicateurs et résultats

### Indicateurs

Les indicateurs associés à chaque objectif sont définis de la manière suivante :

Critères	Indicateurs		
Nom et description de l'indicateur	Émissions de GES des scopes 1 et 2	Émissions de GES du scope 3 par unité de valeur ajoutée	Part d'énergie renouvelable dans les opérations
<b>Méthodologie utilisée</b>	GHG Protocol, contrôle opérationnel. L'ensemble des gaz à effet de serre sont pris en compte. Les GWP (Global Warming Potential) appliqués sont les plus récents et proviennent du GIEC.		Consommation d'énergie renouvelable dans les opérations (MWh) divisée par la consommation totale d'énergie dans les opérations (MWh).
<b>Hypothèses</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les calculs sont basés sur les données réelles mesurées lorsqu'elles sont disponibles.</li> <li>Lorsque ce n'est pas le cas, des extrapolations sont faites pour respecter le périmètre de l'entreprise et les objectifs associés.</li> <li>Utilisation de facteurs d'émission actualisés issus des bases scientifiques reconnues (ex. ADEME, DEFRA).</li> <li>Les émissions de GES biogéniques sont calculées mais ne sont pas reportées séparément car non pertinent.</li> </ul>		Les calculs sont basés sur les données réelles mesurées des consommations d'énergie dans les sites et boutiques du Groupe.
<b>Limite</b>	Certaines données ont été extrapolées car la donnée réelle n'était pas disponible (consommation d'énergie de certains sites, flux de transport).		-
<b>Unité de mesure</b>	tCO <sub>2</sub> e	tCO <sub>2</sub> e/M€	%
<b>Validation externe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Validation des données énergétiques ainsi que des émissions de GES des scopes 1 et 2 par un auditeur externe certifié, selon la norme ISAE 3000, assurance raisonnable.</li> <li>Validation des émissions de GES du scope 3 par un auditeur externe certifié, selon la norme ISAE 3000, assurance modérée.</li> <li>Trajectoires validées en 2021 par le SBTi.</li> </ul>		
<b>Objectif de performance associé</b>	Réduction des émissions opérationnelles (scopes 1 & 2)	Réduction des émissions dans la chaîne de valeur (scope 3)	Part d'énergie renouvelable dans les opérations
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'empreinte carbone des scopes 1 et 2 ainsi que les consommations d'énergie ont fait l'objet d'une assurance raisonnable par une tierce partie indépendante depuis l'exercice 2008.</li> <li>L'empreinte carbone du scope 3 a fait l'objet d'une assurance modérée par une tierce partie indépendante depuis l'exercice 2022.</li> <li>La période de reporting pour l'année 2024 est identique au reporting financier et court du 1<sup>er</sup> janvier 2024 au 31 décembre 2024.</li> </ul>		
<b>Révisions et ajustements</b>	Chaque année, des améliorations et ajustements sont appliqués : <ul style="list-style-type: none"> <li>Les facteurs d'émissions sont mis à jour lorsque des avancées sur la connaissance des matières et autres produits augmentent.</li> <li>L'année de base est recalculée chaque année pour tenir compte des changements de périmètre et des corrections liées à l'amélioration de la fiabilité des données.</li> <li>Un rapport de progrès est produit annuellement pour suivre les évolutions.</li> </ul>		-
<b>Fréquence de mise à jour</b>	L'empreinte carbone du Groupe sur les trois scopes est mise à jour annuellement avec un recalcul de la base systématique.		-

## Émissions de GES liées aux scopes 1 et 2

Les émissions du scope 1 sont les émissions générées essentiellement par des combustions de fioul et de gaz naturel ainsi que par les fuites de fluides réfrigérants. Les émissions du scope 2

sont les émissions indirectes liées aux consommations d'énergie, générées essentiellement par l'électricité consommée par les boutiques ainsi que par les sites de production.

### Évolution entre 2019 et 2024 des émissions de GES des scopes 1 et 2 (*market-based*)

	Performance			Années cibles		
	Année de référence 2019	2024	Évolution 2024-2019 (en %)	2026	2030	% de réduction annuelle
<b>Émissions de GES du scope 1</b>						
Émissions de GES du scope 1 (en tCO <sub>2</sub> e)	151 846	117 510	- 22,6 %	n.a	n.a	n.a
Pourcentage des émissions de GES du scope 1 lié à un système réglementé d'échange de droits d'émissions (en %)	9,3 %	10,1 %	n.a	n.a	n.a	n.a
<b>Émissions de GES du scope 2</b>						
Émissions de GES du scope 2 <i>market-based</i> (en tCO <sub>2</sub> e)	289 973	80 858	- 72,1 %	n.a	n.a	n.a
<b>Émissions de GES des scopes 1 et 2</b>						
Émissions de GES des scopes 1 et 2 <i>market-based</i> (en tCO <sub>2</sub> e)	441 819	198 367	- 55,1 %	- 50 % (220 910)	- 79 % (94 676)	7 %

### Évolution entre 2019 et 2024 des émissions de GES des scopes 1 et 2 (*location-based*)

	Année de référence 2019	2024	Évolution 2024-2019
Émissions de GES des scopes 1 et 2 <i>location-based</i> (en tCO <sub>2</sub> e)	559 738	535 700	- 4,3 %
dont scope 2 <i>location-based</i> (en tCO <sub>2</sub> e)	407 892	418 190	2,5 %

### Évolution entre 2019 et 2024 des émissions de GES des scopes 1 et 2 par groupe d'activités

(en tCO <sub>2</sub> e)	Émissions de GES des scopes 1 et 2 en 2024	Dont		Émissions de GES en 2019	Évolution 2024-2019 (en %)
		Émissions de GES directes (scope 1)	Émissions de GES indirectes (scope 2 <i>market-based</i> )		
Vins et Spiritueux	15 292	14 907	385	45 423	- 66 %
Mode et Maroquinerie	73 336	41 597	31 739	188 694	- 61 %
Parfums et Cosmétiques	13 501	4 637	8 864	38 071	- 65 %
Montres et Joaillerie	18 263	7 607	10 656	39 164	- 53 %
Distribution sélective	36 732	16 713	20 019	90 864	- 60 %
Autres activités	41 243	32 048	9 195	39 604	4 %
<b>Total</b>	<b>198 367</b>	<b>117 510</b>	<b>80 858</b>	<b>441 819</b>	<b>- 55 %</b>

Avec LIFE 360, l'objectif de réduction des émissions de GES des opérations (scopes 1 & 2) se base sur 2019 comme année de référence. La valeur de référence est recalculée lorsque cela est nécessaire pour prendre en compte les changements méthodologiques de la comptabilité carbone et de l'évolution du périmètre opérationnel (voir ci-dessus § 2.2.1).

Entre 2019 et 2024, les émissions des Scopes 1 et 2 ont diminué de 55,1% et la part des énergies renouvelables est passée de 36% à 71%. La réduction des émissions de gaz à effet de serre est principalement due au plan de sobriété sur l'ensemble des sites de production, des centres logistiques, des sites administratifs et des boutiques, à l'efficacité énergétique des boutiques ainsi qu'à l'augmentation de la part des énergies renouvelables.

La performance énergétique des boutiques a enregistré des progrès continus depuis 2013 grâce à une politique spécifique en matière d'éclairage, d'audit des boutiques les plus énergivores et d'éco-conception. Afin de pérenniser ces bonnes performances,

le programme LIFE 360 s'est attaché à définir des objectifs plus ambitieux comme l'éclairage à 100 % de toute la surface des boutiques en LED.

### Émissions de GES liées au scope 3

Évolution entre 2019 et 2024 des émissions de GES du scope 3

	Année de référence 2019	2024	Évolution 2024-2019 (en %)	Méthodologie : part des émissions calculées venant de données fournisseurs/chaîne de valeur (en %)
1 Achats de produits et services	4 545 565	3 744 590	-18 %	100 % ; cette catégorie comprend les achats de matières premières (produits et emballages), les achats de services (publicité, services informatiques) et les autres achats inclus dans le compte de résultat de LVMH (matériel pour les magasins, merchandising, défilé de mode, services immatériels). Les données de consommation physique remontées par les services de production (kg, m <sup>2</sup> , litres) sont utilisées pour les achats de matières (matières premières, produits, emballages) et les services informatiques. Les données monétaires consolidées par la direction financière de LVMH sont utilisées pour les achats de services (publicité et merchandising).
2 Immobilisations	1 219 646	1 476 234	21 %	0 % ; cette catégorie comprend les achats de bâtiments, d'équipements de stockage et de sites industriels, d'équipements informatiques, de mobilier. Les données monétaires consolidées par la direction financière de LVMH sont utilisées pour les dépenses liées aux bâtiments. Les données physiques du département informatique sont utilisées pour les équipements informatiques.
3 Énergie (hors scopes 1 et 2)	106 817	109 934	3 %	93 % ; cette catégorie comprend les émissions en amont liées aux combustibles et à l'énergie consommés dans le cadre des activités. Les données de consommations réelles d'énergie communiquées par les Maisons sont utilisées. Lorsque les consommations réelles ne sont pas disponibles, elles sont estimées.
4 Transport amont	625 301	825 647	32 %	100 % ; cette catégorie comprend le transport des matières premières (à partir d'un fournisseur de niveau 1) vers les sites de fabrication, le transport des produits finis de l'usine/des ateliers/des sous-traitants vers les entrepôts et la distribution des produits finis des entrepôts vers les points de vente (lorsqu'ils sont payés par LVMH Maisons). Les données de transport physique (t.km) communiquées par les services d'approvisionnement sont utilisées.
5 Déchets générés dans les opérations	7 112	5 879	-17 %	80 % ; cette catégorie comprend le traitement de tous les déchets opérationnels générés. Les données relatives à la production de déchets physiques par type de déchets et par filière de traitement, communiquées par les services de production (en kg), sont utilisées. Les quantités sont estimées lorsque les données réelles ne sont pas disponibles.
6 Déplacements professionnels	337 721	415 039	23 %	100 % ; cette catégorie comprend les voyages par avion, par route et par train, ainsi que les nuits d'hôtel. Les données physiques (km parcourus par personne, nombre de nuits d'hôtel) communiquées par les services comptables et les agences de voyage sont utilisées.
7 Déplacements domicile-travail	209 370	188 620	-10 %	0 % ; cette catégorie inclut les émissions liées aux déplacements domicile-travail. Les données physiques (nombre d'employés et de jours de travail) communiquées par le département des ressources humaines de LVMH sont utilisées en combinaison avec l'enquête et les statistiques disponibles sur la part des modes de transport.

	Année de référence 2019	2024	Évolution 2024-2019 (en %)	Méthodologie : part des émissions calculées venant de données fournisseurs/chaîne de valeur (en %)
8 Actifs loués en amont	-	-	-	0 % ; LVMH n'a pas d'actif loué significatif en amont et ne considère pas cette source d'émissions de CO <sub>2</sub> du champ d'application 3 comme pertinente. La consommation d'énergie des magasins loués est intégrée dans les émissions des champs d'application 1 et 2.
9 Transport aval et distribution	41 131	45 206	10 %	100 % ; cette catégorie inclut les émissions liées aux transports de marchandises non supportées par LVMH.
10 Traitement des produits vendus	3 019	1 360	- 55 %	100 % ; cette catégorie inclut le traitement des produits semi-finis vendus par Tiffany (polissage des diamants bruts vendus). Les données monétaires (ventes de diamants bruts) déclarées par Tiffany sont utilisées. De plus, les émissions de la transformation de certaines laines brutes vendues par Loro Piana sont également prises en compte.
11 Utilisation des produits vendus	348 732	580 791	67 %	100 % ; cette catégorie comprend la réfrigération des vins et spiritueux, l'électricité pour les montres connectées et les appareils de beauté électroniques, le coton et l'eau pour se démaquiller, la consommation de carburant des yachts Royal Van Lent.
12 Fin de vie des produits vendus	57 715	59 254	3 %	100 % ; cette catégorie inclut la fin de vie des emballages clients et des produits finis vendus. Les données physiques (nombre de produits vendus, kg d'emballages) sont utilisées.
13 Actifs loués en aval	1 804	-	- 100 %	0 % ; LVMH n'a pas d'actif loué significatif en aval. Par conséquent, cette source d'émissions de GES scope 3 n'est pas considérée comme pertinente.
14 Franchises	-	-	-	0 % ; le modèle de distribution de LVMH repose principalement sur des boutiques gérées en propre. Le modèle des franchises n'est pas significatif pour le modèle d'entreprise de LVMH. Par conséquent, le Groupe ne considère pas cette source d'émissions de GES de scope 3 comme pertinente.
15 Investissements	46 288	70 063	51 %	100 % ; cette catégorie inclut les investissements réalisés par LVMH. Les données monétaires consolidées par la direction financière de LVMH sont utilisées. Les facteurs d'émissions sont basés sur l'intensité des émissions par secteur économique disponible dans les rapports publics (CDP).
Émissions de GES du scope 3	7 550 219	7 522 618	- 0,4 %	Correspondant à une réduction des émissions du scope 3 en intensité de 32,8 %, au regard de la progression du chiffre d'affaires de 50 % entre 2019 et 2024.

## Émissions de GES du scope 3 en valeur absolue et par unité de valeur ajoutée (intensité carbone)

	2024	2019
<b>Chiffre d'affaires</b> (en millions d'euros)		
Chiffre d'affaires publié	84 683	53 670
Chiffre d'affaires considéré pour le calcul des émissions de GES du scope 3 en intensité économique (a)	84 523	57 017
<b>Émissions de GES du scope 3</b> (en tCO <sub>2</sub> e)	<b>7 522 618</b>	<b>7 550 219</b>
<b>Intensité carbone du scope 3</b> (en tCO <sub>2</sub> e/M€)	<b>89,0</b>	<b>132,4</b>

(a) Chiffre d'affaires publié ajusté des variations de périmètre opérationnel (acquisition, cession) entre 2024 et 2019.

## Réduction des émissions de GES du scope 3 par unité de valeur ajoutée en 2023 et 2024

	2024	2023	Objectif 2030
Réduction par rapport à l'année de référence 2019 (en %)	- 32,8 %	- 29,9 %	- 55 %

## Répartition des émissions de GES du scope 3 par groupe d'activités en 2024

(en %)	2024
Vins et Spiritueux	6 %
Mode et Maroquinerie	51 %
Parfums et Cosmétiques	10 %
Montres et Joaillerie	9 %
Distribution sélective	18 %
Autres activités et éliminations	7 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>

Le tableau ci-dessous présente les résultats 2024 détaillés pour les catégories transport amont (transport des matières premières et composants vers les sites de production; seuls les principaux composants et matières premières sont pris en compte) et

transport aval et distribution (transport des produits finis depuis les sites de production vers les plateformes de distribution et les points de vente) :

## Émissions de GES des transports amont et aval par mode de transport en 2024

(en tCO <sub>2</sub> e)	Route	Air	Maritime	Rail	Fluvial	Total
Vins et Spiritueux	55 142	20 503	16 076	487	38	92 246
Mode et Maroquinerie	21 467	282 506	5 615	101	0	309 689
Parfums et Cosmétiques	7 287	165 310	3 183	-	-	175 780
Montres et Joaillerie	455	22 040	238	1	-	22 734
Distribution sélective	75 195	206 173	5 462	65	-	286 896
Autres activités	663	-	7	-	-	670
Éliminations <sup>(a)</sup>	(3 494)	(13 667)	-	-	-	(17 161)
<b>Total</b>	<b>156 715</b>	<b>682 865</b>	<b>30 580</b>	<b>655</b>	<b>38</b>	<b>870 853</b>

(a) Les éliminations représentent les émissions de GES associées aux flux inter Maisons. En particulier pour les transports, les éliminations sont liées aux transports entre les Maisons de différents groupes d'activités et Distribution sélective (Sephora, DFS).

Exclusions : les Maisons Buly, Repossi, Patou et Colgin Cellars sont exclues du calcul de l'empreinte carbone 2024 pour les catégories de transports amont et aval.

## Synthèse globale des émissions de GES

## Évolution des émissions de GES totales (scopes 1, 2 et 3) en valeur absolue et en intensité économique

	2024	Année de référence 2019	Évolution 2024-2019 (en %)
<b>Émissions de GES en valeur absolue (en tCO<sub>2</sub>e)</b>			
Émissions de GES totales des scopes 1, 2 et 3 <i>location-based</i>	8 058 318	8 109 958	- 0,6 %
Émissions de GES totales des scopes 1, 2 et 3 <i>market-based</i>	7 720 985	7 992 038	- 3,4 %
<b>Intensité carbone (en tCO<sub>2</sub>e/M€)</b>			
Intensité carbone des scopes 1, 2 et 3 <i>location-based</i>	95	142	- 33,0 %
Intensité carbone des scopes 1, 2 et 3 <i>market-based</i>	91	140	- 34,8 %

## Objectifs LIFE 360

Indicateurs	2024	2023	Objectifs
Émissions de GES des scopes 1 et 2	- 55,1 %	- 28,2 %	- 50 % (en 2026)
Émissions de GES du scope 3 par unité de valeur ajoutée	- 32,8 %	- 29,9 %	- 55 % (en 2030)
Part d'énergie renouvelable dans les opérations	71 %	63 %	100 % (en 2026)
Part des boutiques éclairées entièrement en LED	87 %	79 %	100 % (en 2026)

## 2.4 Énergie

## 2.4.1 Politique liée à l'énergie

La politique liée à l'énergie est intégrée à la politique climat et est traitée ci-dessus § 2.3.1.

## 2.4.2 Actions et ressources mobilisées

Les actions et ressources liées à l'énergie sont intégrées à la politique climat et sont traitées ci-dessus § 2.3.2.

## 2.4.3 Objectifs associés

Les objectifs associés à l'énergie sont synthétisés dans le tableau ci-dessous.

Critères	Part d'énergie renouvelable dans les opérations	Part des boutiques en mesure de reporter leur consommation d'énergie	Part des boutiques éclairées en LED	Consommation des boutiques
<b>Cible</b>	100 %	100 %	100 %	300 kWh/m <sup>2</sup>
<b>Périmètre</b>	Scopes 1 et 2 (sites et boutiques opérés par le Groupe)		Boutiques	
<b>Valeur de référence<sup>(a)</sup></b>	36 %	65 %	60 %	366 kWh/m <sup>2</sup>
<b>Année de référence</b>	2019	2019	2019	2019
<b>Année cible</b>	2026	2023	2026	2030
<b>Alignement accord de Paris</b>	Oui			
<b>Contexte</b>	Trajectoires validées en 2021 par le SBTi			
<b>Preuves scientifique</b>	Trajectoire additionnelle basée sur la science proposée par le SBTi			
<b>Partie prenante</b>	Fournisseurs, collaborateurs			
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Aucune modification des objectifs			
<b>Indicateurs de Performance associés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consommation d'énergie renouvelable dans les opérations (MWh)</li> <li>- Consommation d'énergie totale dans les opérations (MWh)</li> </ul>		Nombre de boutiques éclairées en LED	Consommation d'énergie des boutiques (MWh) Surface des boutiques (m <sup>2</sup> )

(a) L'année de référence est représentative des activités actuelles de LVMH. LVMH procède chaque année à une mise à jour du calcul de l'empreinte de son année de référence (2019) pour prendre en compte les changements méthodologiques de la comptabilité carbone et de l'évolution de son périmètre opérationnel (Renvoi Méthodologie CTP).

## 2.4.4 Indicateurs et résultats

### Indicateurs

Les indicateurs associés à chaque objectif sont définis de la manière suivante :

Critères	Indicateurs				
Nom et description de l'indicateur	Consommations d'énergie par source d'énergie dans les opérations	Part d'énergie renouvelable dans les opérations	Part des boutiques en mesure de reporter leur consommation d'énergie	Part des boutiques éclairées en LED	Consommation moyenne des boutiques
<b>Méthodologie utilisée</b>	Données réelles, collectées à partir des factures d'énergie et des relevés d'exploitation. Données estimées en l'absence de données réelles pour respecter le périmètre de l'entreprise et les objectifs associés. Le périmètre correspond au périmètre des scopes 1 et 2 selon le GHG Protocol et le calcul des émissions de gaz à effet de serre.	Consommation d'énergie renouvelable dans les opérations (MWh) divisée par la consommation totale d'énergie dans les opérations (MWh).	Surface totale des boutiques en mesure de reporter leur consommation d'énergie divisé par la surface totale des sites et boutiques du Groupe.	Nombre de boutiques éclairées en LED divisé par le nombre total de boutiques du Groupe.	Moyenne des consommations par m <sup>2</sup> de boutiques (consommation totale des boutiques divisée par la surface totale des boutiques).
<b>Hypothèses</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hypothèse d'une conversion uniforme des unités d'énergie (exemple : factures exprimées en kWh ou GJ);</li> <li>- Hypothèses fondées sur les facteurs de conversion publiés par l'Agence Internationale de l'Énergie (AIE) et du CDP.</li> </ul>	Les calculs sont basés sur les données réelles mesurées des consommations d'énergie dans les sites et boutiques du Groupe.		Les calculs sont basés sur les données réelles reportées par les boutiques du Groupe.	
<b>Limite</b>	La consommation inclut : <ul style="list-style-type: none"> <li>- énergie directe utilisée dans les installations (carburants fossiles, biomasse, etc.);</li> <li>- énergie indirecte (électricité, chaleur ou vapeur achetées);</li> <li>- les installations et équipements en dehors du contrôle opérationnel direct sont exclus.</li> </ul>				
<b>Unité de mesure</b>	MWh	%	%	%	kWh/m <sup>2</sup>
<b>Validation externe</b>	Validation des données énergétiques par un auditeur externe certifié selon la norme ISAE 3000, assurance raisonnable.				
<b>Objectif de performance associé</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduction des émissions de GES dans les opérations (scopes 1 et 2).</li> <li>- Réduction des émissions dans la chaîne de valeur en intensité économique (scope 3).</li> <li>- Part d'énergie renouvelable dans les opérations (scopes 1 et 2).</li> </ul>				
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de gestion énergétique intégrés.</li> <li>- Validation des données par le département Environnement et vérification par des tiers certificateurs.</li> <li>- Comparaison avec les objectifs fixés dans la stratégie énergétique et environnementale interne.</li> </ul>				
<b>Révisions et ajustement</b>	Révisions annuelles pour intégrer les nouvelles exigences réglementaires, méthodologies et technologies. Mises à jour possibles si des ajustements importants sont constatés dans les hypothèses.				
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Les données sont mises à jour annuellement, consolidées et validées pour les reporting extra-financiers.				

## Résultats

## Consommation et part d'énergies fossile, nucléaire et renouvelable

	<b>2024</b>
<b>Consommation d'énergie fossile</b> (en MWh)	<b>506 971</b>
Part de fossile dans la consommation totale	29 %
<b>Consommation d'électricité issue des réseaux électriques pays</b> (en MWh)	<b>192 196</b>
Part de nucléaire dans la consommation électrique réseaux électriques pays (en %)	13 %
<b>Consommation d'énergie renouvelable</b> (en MWh)	<b>1 226 896</b>
Consommation de carburant d'origine renouvelable incluant la biomasse (en MWh)	112 420
Consommation d'électricité (hors auto-consommation), vapeur, chaleur/froid d'origine renouvelable (en MWh)	1 097 956
Consommation d'énergie produite et auto-consommée (en MWh)	16 521
Part de renouvelable dans la consommation (en %)	71
<b>Consommation totale d'énergie</b> (en MWh)	<b>1 759 210</b>

## Consommation d'énergie par groupe d'activités en 2023 et 2024

(en MWh)	<b>2024</b>	<b>2024 pro-forma<sup>(a)</sup></b>	<b>2023<sup>(b)</sup></b>	<b>Évolution 2024-2023<sup>(a)</sup></b> (en %)
Vins et Spiritueux	233 779	233 496	234 371	0 %
Mode et Maroquinerie	577 731	548 510	537 789	2 %
Parfums et Cosmétiques	135 119	123 848	139 597	-11 %
Montres et Joaillerie	182 112	178 405	156 765	14 %
Distribution sélective	409 498	396 522	396 357	0 %
Autres activités	220 970	221 771	123 690	79 %
<b>Total</b>	<b>1 759 210</b>	<b>1 702 551</b>	<b>1 588 570</b>	<b>7 %</b>

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(b) Les données pour Autres activités de 2023 ont été réajustées au réel.

## Consommation d'énergie par groupe d'activités et par source d'énergie en 2024

(en MWh)	<b>Électricité (Réseau hors renouvelable)</b>	<b>Électricité renouvelable</b>	<b>Réseaux de chaleur et de froid</b>	<b>Combustibles non renouvelables</b>	<b>Combustibles renouvelables</b>	<b>Énergie renouvelable produite sur site</b>	<b>Total</b>
Vins et Spiritueux	2 102	93 540	-	61 336	73 395	3 406	233 779
Mode et Maroquinerie	84 715	340 679	15 059	121 151	7 686	8 442	577 731
Parfums et Cosmétiques	20 467	76 004	696	14 294	23 571	87	135 119
Montres et Joaillerie	20 211	122 127	11 116	25 950	270	2 438	182 112
Distribution sélective	41 144	329 185	13 680	25 487	-	3	409 498
Autres activités	23 557	74 022	11 288	102 461	7 498	2 145	220 970
<b>Total</b>	<b>192 196</b>	<b>1 035 556</b>	<b>51 840</b>	<b>350 678</b>	<b>112 419</b>	<b>16 521</b>	<b>1 759 210</b>

## Part d'énergie renouvelable et d'électricité renouvelable par groupe d'activités en 2024

<i>(en %)</i>	Part d'énergie renouvelable	Part d'électricité renouvelable
Vins et Spiritueux	73 %	98 %
Mode et Maroquinerie	67 %	90 %
Parfums et Cosmétiques	98 %	100 %
Montres et Joaillerie	74 %	74 %
Distribution sélective	84 %	84 %
Autres activités	39 %	39 %
<b>Total</b>	<b>71%</b>	<b>93%</b>

LVMH n'a pas d'activité dans des secteurs à fort impact climatique et de ce fait ne publie pas d'intensités énergétiques relatives.

En 2024, la quantité de consommation d'énergie estimée est égale à 146 357 MWh, soit 8% de la consommation totale d'énergie du Groupe.

## Performance énergétique des boutiques en 2024

	2024	2023
Consommation moyenne des boutiques <i>(en kW/m<sup>2</sup>)</i>	334	349
Part des boutiques en mesure de reporter leur consommation d'énergie	90 %	83 %
Part des boutiques éclairées en LED	87 %	79 %

## 2.5 Soutien des principes TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)

En juin 2017, le Financial Stability Board, émanation du G20, a publié les recommandations de la «Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)» afin de fournir un cadre clair, comparable et cohérent sur l'évaluation et la communication d'informations liées au climat, tout en permettant aux entreprises de communiquer plus d'informations auprès des parties prenantes. Comprenant qu'une information inadéquate peut conduire à une mauvaise évaluation des actifs et des affectations de capital, de plus en plus de décideurs financiers demandent aux entreprises (i) de gérer leur exposition aux risques climat et (ii) d'atténuer leur contribution au changement climatique.

En 2019, LVMH a fait réaliser une étude sur l'alignement des pratiques du Groupe avec les recommandations de la TCFD dans le cadre de son précédent programme LIFE 2020, montrant la robustesse des objectifs fixés et le chemin restant à parcourir sur

la prise en compte du climat dans la gouvernance, la stratégie d'entreprise et la gestion des risques. Ces conclusions ont été intégrées dans la définition du plan d'action LIFE 360.

Fin 2020, LVMH s'est engagé à soutenir les principes TCFD et s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue pour appliquer ces recommandations. En 2022, LVMH complète son analyse avec la mise à jour de l'analyse des risques physiques et de transition liés au changement climatique en s'appuyant sur la méthode d'analyse par scénarios et des conséquences financières associées. Les informations d'ores et déjà disponibles sont présentées dans le présent rapport, ainsi que dans la réponse publique au questionnaire «CDP Climate change 2023» pour lequel LVMH a obtenu la note A (<https://www.cdp.net/en/responses>), et dans le dernier rapport RSE disponible sur le site internet LVMH.

Le détail des informations correspondantes est indiqué, dans le tableau suivant :

Thèmes	Recommandations de la TCFD	Concordance avec le RDD, la réponse au CDP 2023
<b>Gouvernance</b> Décrire la gouvernance de l'organisation concernant les risques et opportunités relatifs au climat	a) Décrire la manière dont le Conseil d'administration supervise les risques et opportunités liés au changement climatique	<ul style="list-style-type: none"> <li>– RDD : Organisation de la démarche environnementale, Environnement §1.1; Informations transmises aux organes d'administration, de direction, de surveillance du Groupe et les questions de durabilité traitées par ces instances, Informations générales §2.2</li> <li>– CDP : 4.1.2 Identify the positions (do not include any names) of the individuals or committees on the board with accountability for environmental issues and provide details of the board's oversight of environmental issues</li> </ul>
	b) Décrire le rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques liés au changement climatique	<ul style="list-style-type: none"> <li>– RDD : Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance, Informations générales §2.1; Informations transmises aux organes d'administration, de direction, de surveillance du Groupe et les questions de durabilité traitées par ces instances, Informations générales §2.2</li> <li>– CDP : 2.2 Does your organization have a process for identifying, assessing, and managing environmental dependencies and/or impacts ?</li> </ul>
<b>Stratégie</b> Décrire les risques et opportunités climatiques avérés et potentiels sur l'entreprise, sa stratégie et sa planification financière, lorsque cela est pertinent	a) Décrire les risques et opportunités identifiés à court, moyen et long terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>– RDD : Principaux impacts, risques et opportunités, Informations générales § 3.3.2; Évaluation des IROs, Tableau récapitulatif des Impacts positifs et négatifs, Risques et Opportunités dans les domaines environnementaux, sociaux et de la gouvernance, Informations générales § 4.1.2</li> <li>– CDP : 3.1.1 Provide details of the environmental risks identified which have had a substantive effect on your organization in the reporting year, or are anticipated to have a substantive effect on your organization in the future ; 3.6.1 Provide details of the environmental opportunities identified which have had a substantive effect on your organization in the reporting year, or are anticipated to have a substantive effect on your organization in the future</li> </ul>
	b) Décrire l'impact de ces risques et opportunités sur les activités, la stratégie et la planification financière de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– RDD : Évaluation des IROs, Tableau récapitulatif des Impacts positifs et négatifs, Risques et Opportunités dans les domaines environnementaux, sociaux et de la gouvernance, Informations générales § 4.1.2 ; Résultats de l'analyse des impacts, risques et opportunités, Environnement § 2.1.2 ; Alignement et intégration dans la stratégie opérationnelle globale et la planification financière, Environnement § 2.2.8</li> <li>– CDP : 3.1.2 Provide the amount and proportion of your financial metrics from the reporting year that are vulnerable to the substantive effects of environmental risks ; 3.6.2 Provide the amount and proportion of your financial metrics in the reporting year that are aligned with the substantive effects of environmental opportunities ; 5.3 Have environmental risks and opportunities affected your strategy and/or financial planning ?</li> </ul>
	c) Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation vis-à-vis de différents scénarios, y compris un scénario 2°C ou inférieur	<ul style="list-style-type: none"> <li>– RDD : La prise en compte des enjeux liés au climat, Environnement § 2.1</li> <li>– CDP : 3.1.1 Provide details of the environmental risks identified which have had a substantive effect on your organization in the reporting year, or are anticipated to have a substantive effect on your organization in the future</li> </ul>

Thèmes	Recommandations de la TCFD	Concordance avec le RDD, la réponse au CDP 2023
<b>Gestion des risques</b> Décrire les processus utilisés par l'organisation pour identifier, évaluer et gérer les risques climatiques	a) Décrire les processus d'identification et d'évaluation des risques climatiques <hr/> b) Décrire les processus de gestion des risques climatiques <hr/> c) Décrire comment les risques climatiques sont intégrés dans le système de gestion des risques général de l'entreprise	– RDD : Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités significatifs, Informations générales § 4.1. Méthodologie de l'analyse des impacts, risques et opportunités, Environnement 2.1.1 – CDP : 2.2 Does your organization have a process for identifying, assessing, and managing environmental dependencies and/or impacts ? <hr/> – RDD : Politiques de gestion des impacts, risques et opportunités, Informations générales § 3.3.3 – CDP : 2.2 Does your organization have a process for identifying, assessing, and managing environmental dependencies and/or impacts ? <hr/> – RDD : Politiques de gestion des impacts, risques et opportunités, Informations générales § 3.3.3 – CDP : 2.2 Does your organization have a process for identifying, assessing, and managing environmental dependencies and/or impacts ?
<b>Indicateurs et objectifs</b> Publier les indicateurs et objectifs permettant d'évaluer et de gérer les risques et opportunités climatiques pertinents	a) Publier les indicateurs utilisés pour évaluer les risques et opportunités climatiques dans le cadre de la stratégie d'investissement et du processus de gestion des risques <hr/> b) Publier des indicateurs sur les émissions de gaz à effet de serre (GES) et risques associés sur les scopes 1 et 2, et si pertinent, le scope 3 <hr/> c) Décrire les objectifs fixés pour gérer les risques et opportunités liés au climat, ainsi que les résultats atteints dans la poursuite de ces objectifs	– DEU : Méthodologie de l'analyse des impacts, risques et opportunités, Environnement 2.1.1 – CDP : 3.1.1 Provide details of the environmental risks identified which have had a substantive effect on your organization in the reporting year, or are anticipated to have a substantive effect on your organization in the future ; 3.6.1 Provide details of the environmental opportunities identified which have had a substantive effect on your organization in the reporting year, or are anticipated to have a substantive effect on your organization in the future <hr/> – RDD : Les objectifs de LIFE 360, Environnement § 1.2.2 ; Cibles de réduction des émissions de GES, Environnement § 2.2.1 ; Objectifs associés, Environnement § 2.3.3 ; Indicateurs et résultats, Environnement § 2.3.4 – CDP : 7.5 to 7.8 Provide your base year and base year emissions. Émissions for scope 1, scope 2 and scope 3 ; 7.53 Did you have an emissions target that was active in the reporting year ? ; 7.54 Did you have any other climate-related targets that were active in the reporting year ? <hr/> – RDD : Atténuation et Adaptation au changement climatique, Environnement § 2.3 ; Modalités de gestion de l'impact sur les écosystèmes, les sols et les espèces végétales et animales, Environnement § 5.2 – CDP : 5.3.1 Describe where and how environmental risks and opportunities have affected your strategy

### 3. Pollution

#### 3.1 La prise en compte des enjeux de pollution

LVMH déploie une stratégie de lutte contre la pollution de l'eau et des sols construite en lien avec le Cadre mondial de la biodiversité de Kunming à Montréal, le Plan d'action de l'Union européenne « Vers une pollution zéro dans l'air, l'eau et les sols », la réglementation REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) et la directive cosmétique. LVMH a également suivi les recommandations de la Taskforce on Nature-related Financial Disclosure (TNFD). Les impacts et risques environnementaux liés aux polluants de l'eau et des sols ainsi qu'à l'usage substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes sont évalués notamment via :

- les empreintes eau et biodiversité qui intègrent un indicateur d'écotoxicologie ;
- des indicateurs de pollution de l'eau organique, azotée et phosphorée ;
- un suivi continu des substances utilisées dans la cadre de la fabrication des produits.

Ces informations couvrent tant les opérations LVMH que certaines chaînes d'approvisionnement et sont consolidées annuellement.

Dans le cadre de l'analyse en double matérialité, deux risques ont été retenus matériels pour les activités du Groupe :

- risque réputationnel en cas de controverse liée à la pollution chimique issue de substances préoccupantes au sein de ses opérations ou celles de sa chaîne de valeur ;
- sanctions et pénalités en cas de non-respect des réglementations en matière de substances préoccupantes.

Le Groupe travaille à réduire ou bannir l'usage des substances présentant le plus de risques en matière de santé humaine et de pollution de l'eau et des sols au sein de ses opérations et de sa chaîne de valeur, ainsi que de réduire au maximum les sources de pollution organiques et inorganiques. Elle vise plus particulièrement les impacts potentiels suivants :

#### 3.2 Modalités de prévention de la pollution des sols

##### 3.2.1 Politique liée à la pollution potentielle des sols

Dans le cadre des opérations du Groupe, les activités suivantes sont considérées comme matérielles sur la pollution des sols :

- opérations en propre : production de raisin pour le groupe d'activités Vins et Spiritueux avec utilisations d'intrants fertilisants et de produits phytosanitaires ;

- La pollution des sols :
  - opérations en propre : pollution liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières viticoles ainsi que lors de leur transformation (vignobles du groupe d'activités Vins et Spiritueux) ;
  - chaîne d'approvisionnement : pollution liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles, viticoles et d'élevage viticoles ainsi que lors de leur transformation (matières premières des groupes d'activités Vins et Spiritueux et Mode et Maroquinerie).
- La pollution de l'eau :
  - opérations en propre : pollution liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières viticoles et d'élevage ainsi que lors de leur transformation (vignobles et opérations en propre de distillation et de vinification du groupe d'activités Vins et Spiritueux et tanneries, usines d'ennoblissement textile et fermes de crocodiliens du groupe d'activités Mode et Maroquinerie) ;
  - chaîne d'approvisionnement :
    - pollution liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles, viticoles et d'élevage viticoles ainsi que lors de leur transformation (matières premières des groupes d'activités Vins et Spiritueux et Mode et Maroquinerie),
    - pollution de l'eau liée à l'extraction et la transformation des matières premières minérales (matières premières du groupe d'activités Montres et Joaillerie).
- Substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes : risque de pollution des écosystèmes en raison de l'utilisation ou de la gestion de la fin de vie de produits contenant des substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes (Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques).

- chaîne d'approvisionnement : production de matières premières pour le groupe d'activités Vins et Spiritueux (raisin, orge...) et Mode et maroquinerie avec utilisations d'intrants fertilisants et de produits phytosanitaires (coton, laines...).

Moët Hennessy est engagé depuis plus de vingt ans dans une politique de réduction et d'optimisation de l'usage des intrants chimiques dans ses vignobles (pesticides, herbicides et fertilisants) en lien avec son programme de certification des vignobles et maintenant portée par son programme « Living Soils Living Together ». Ces sujets font l'objet d'un pilotage commun par

LVMH, Moët Hennessy et chaque Maison : déploiement des meilleures technologies pour réduire l'utilisation, sélection des substances les moins nocives, suivi et consolidation des quantités utilisées, fixation d'objectifs.

- herbicides : Moët Hennessy déploie une politique visant l'arrêt total des herbicides au sein de ses vignobles.
- pesticides : Moët Hennessy déploie une politique visant la réduction de l'usage d'autres pesticides (insecticides et fongicides), notamment par le recours aux substances de biocontrôle, stimulant entre autres les mécanismes naturels de défense des plantes via des microorganismes, des médiateurs chimiques (dont les phéromones) ou des substances naturelles.
- fertilisants : Moët Hennessy favorise l'usage d'engrais organiques plutôt que de synthèse, avec un bénéfice sur la structure des sols et aussi sur la qualité des eaux.

Moët Hennessy a déployé des processus de consultation des riverains qui sont présentés dans la section Social § 3.2 Droits des Communautés locales .

Les pollutions liées à la production et à la transformation des matières premières de la chaîne d'approvisionnement des groupes d'activités Vins et Spiritueux et Mode et Maroquinerie font également l'objet d'un plan d'action spécifique de certification et de déploiement de l'agriculture régénératrice présentés au § 5. Biodiversité et Écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité) garantissant une réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires.

Conformément aux exigences réglementaires, les produits phytosanitaires et fertilisants sont stockés de manière à retenir toute fuite accidentelle. Des procédures d'urgence sont définies dans le cadre des systèmes de management de l'environnement déployés sur les sites LVMH et des fournisseurs du Groupe.

### 3.2.2 Actions et ressources mobilisées

En 2024, Moët Hennessy poursuit le déploiement de la certification environnementale des vignobles qui garantit la réduction ou la non-utilisation d'intrants chimiques. En 2024, ce sont 96% des vignobles LVMH qui sont déjà certifiés. C'est notamment le cas des 78 hectares du vignoble Chandon China qui a reçu les certifications organiques européennes et chinoises en août 2024. Château Galoupet est en transition organique depuis 2020, puis certifié officiellement en 2023 et 2024 et par conséquent n'utilise déjà plus d'intrants chimiques depuis quatre ans.

Par ailleurs, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a également un inventaire détaillé des substances phytosanitaires encore utilisées. Chaque substance est évaluée en considérant les indicateurs suivants :

- TOA : Toxicité Aiguë (indicateur de risque sur la santé aiguë);
- TOC : Toxicité Chronique (indicateur de risque sur la santé chronique);
- TERRA : Impact sur biodiversité;
- AQUA : Impact sur l'eau.

Une note globale permet ensuite de classer les substances et de prioriser les substances à bannir. Un projet pilote a été lancé avec dans les vignobles en Argentine pour approfondir l'analyse des intrants utilisés dans les vignobles en propre, chacun ayant été évalué en considérant l'impact sur la santé humaine, la biodiversité et la qualité de l'eau.

Un suivi est réalisé par les Maisons via le calcul de l'Indice de Fréquence de Traitement, pour les produits conventionnels comme de biocontrôle qui simulent notamment les mécanismes naturels de défense des plantes. Des progrès sont également possibles via l'amélioration du matériel de traitement phytosanitaire. Ainsi, des pulvérisateurs confinés à panneaux récupérateurs permettent d'économiser entre 30% et 40% des produits utilisés, tout en permettant un traitement beaucoup plus ciblé.

Concernant les fertilisants, un suivi des unités d'azote utilisées dans les vignobles Maison est également réalisé. Les applications sont effectuées en tenant compte des conditions météorologiques de manière à limiter au maximum les écoulements dans les sols et les nappes phréatiques. Des actions sont menées pour favoriser l'usage d'engrais organiques plutôt que synthétiques, avec un bénéfice sur la structure des sols et aussi sur la qualité des eaux.

Les ressources humaines affectées à ces actions sont équivalentes à 20 équivalents temps plein. Les ressources financières associées représentent en 2024, un total de 33 millions d'euros dédié au financement de la transition dans les vignobles.

Les Maisons de Mode et Maroquinerie déploient des programmes de certification des matières premières et de transition vers l'agriculture régénératrice, notamment pour le coton qui est traditionnellement une matière première consommatrice de produits phytosanitaires. Les résultats sont présentés au § 5.2.4 Métriques liées.

### 3.2.3 Objectifs associés

Les objectifs volontaires retenus par le Groupe dans le cadre de la pollution des sols sont les suivants :

#### Pollution potentielle des sols liée aux activités des Vins et Spiritueux

<b>Zéro herbicide</b>	
<b>Nature de l'objectif</b>	Contribution à la réduction de la pollution des sols pour les activités des Vins et Spiritueux
<b>Cible</b>	Zéro herbicide synthétique utilisé dans les vignobles de Champagne et de Cognac en propre
<b>Année cible</b>	2024
<b>Périmètre</b>	Vignobles Cognac et Champagne en propre
<b>Année de référence</b>	2018
<b>Méthode et preuve scientifique</b>	Alignement avec le plan Ecophyto
<b>Partie prenante</b>	Riverains, fournisseurs de produits phytosanitaires
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Non
<b>Indicateurs de performance associés</b>	Quantité d'herbicide utilisé dans les vignobles en propre

Des objectifs de certification viticulture durable, qui intègre le sujet de la pollution des sols, couvrent également les fournisseurs de raisin et sont présentées au § 5.2.4 Métriques liées.

#### Pollution potentielle des sols liée aux activités de Mode et Maroquinerie

La contribution à la réduction de la pollution des sols pour les activités de Mode et Maroquinerie repose sur le programme d'achat de matières premières certifiées et de transition vers l'agriculture régénératrice présenté au § 5.2 Modalités de gestion de l'impact sur les écosystèmes, les sols, les espèces végétales et animales.

### 3.2.4 Indicateurs et résultats

#### Gestion des métriques en lien avec la pollution des sols

	<b>Définition</b>
<b>Nom et description des métriques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arrêt des herbicides synthétiques : quantité d'herbicide synthétiques utilisées dans les vignobles LVMH</li> <li>- Pesticides (quantité de cuivre) : quantité de cuivre utilisé comme actif phytosanitaire dans la cadre de la transition écologique</li> <li>- Pesticides (toutes substances) : quantité de pesticides utilisés comme actif phytosanitaire incluant tous les types de substances (synthétiques, naturelles, biocontrôle...)</li> </ul>
<b>Méthodologie utilisée</b>	Herbicides, cuivre et pesticides : données collectées dans les vignobles LVMH lors de chaque campagne d'application et de pulvérisation
<b>Limite</b>	/
<b>Unité de Mesure</b>	Quantité en tonnes
<b>Processus de suivi et de validation externe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>- Validation des données par le département Environnement</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	/
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Annuelle

Aucun des polluants figurant à l'annexe II du Règlement 5 CE n° 166/2006 du Parlement européen et du Conseil rejeté dans le sol n'est utilisé au-delà des seuils fixés à l'exception du cuivre pour les Maisons suivantes (total de 9,1 tonnes de cuivre) : Hennessy, Château d'Yquem, les Maisons de Champagne, Chandon Argentina,

Chandon Do Brasil, Domaine Chandon Australia, Domaine Chandon Ningxia China, Château d'Esclans, Château Galoupet, Joseph Phelps et Clos des Lambrays. Le cuivre est utilisé comme actif phytosanitaire dans le cadre de la transition écologique et de la réduction progressive des pesticides d'origine synthétique.

En 2024, les résultats sont les suivants :

### Vins et Spiritueux

Indicateurs	2024	2023	Objectif (année)
Quantité d'herbicides d'origine synthétique utilisées (en tonnes)	0,3 Champagne <sup>(a)</sup> 0 Cognac	/	0 % (2024)
Quantité totale de pesticides utilisée dans les vignobles LVMH dont substances de biocontrôle (en tonnes)	14 410		

(a) Utilisation exceptionnelle liée à une année 2024 avec de fortes pluies en Champagne.

### Mode et Maroquinerie

Voir tableau « Certification des filières stratégiques : résultats en 2024 » section Gouvernance, § 1.7 Bien-être animal.

## 3.3 Modalités de prévention de la pollution de l'eau

### 3.3.1 Politique liée à la pollution de l'eau

LVMH déploie une stratégie globale de prévention de la pollution de l'eau. Elle couvre les sujets suivants qui sont considérés comme matériels :

- opérations du groupe LVMH : rejets d'effluents chargés de pollution organique lors des processus vinification et de distillation ainsi que par les fermes de crocodiliens (risque d'eutrophisation), rejets d'effluents chargés de pollution organiques et minérales par les tanneries ;
- chaîne d'approvisionnement : extraction et transformation des matières premières minérales pour le groupe d'activités Montres et Joaillerie, rejets d'effluents chargés de pollution organiques (risque d'eutrophisation) et minérales lors des processus de transformation (tanneries, fabrication et ennoblement textiles, travail des métaux...).

Les autres activités du Groupe n'ont pas un impact matériel sur la pollution 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, ainsi que les indicateurs de pollution en azote et phosphore. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage. Les opérations LVMH les plus génératrices de DCO sont toutes équipées d'installations visant à traiter et réduire au maximum la pollution organique. Pour les installations industrielles concernées, LVMH s'assure également du traitement de la charge organique azotée et phosphorée.

LVMH est membre de l'organisation professionnelle ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) qui vise à déployer les meilleures pratiques en termes d'utilisation de substances dangereuses et de qualité des rejets d'eaux usées sur les sites de fabrication des filières textile et cuir, notamment pour les teintures. LVMH a défini une feuille de route précise qui concerne les sites de production de LVMH et les principaux fournisseurs des Maisons de Mode et Maroquinerie. Tous les sites de production concernés (tanneries et sites de production Loro Piana) doivent tester la qualité des rejets d'eaux usées et partager un rapport « Clear Stream » afin de suivre leur performance. En cas de non-conformité, le site de production doit partager un plan d'action correctif avec un calendrier précis.

Les Maisons du groupe d'activités Vins et Spiritueux déploient la politique décrite dans le chapitre précédent pour la gestion des risques de pollution des sols et de l'eau liés à la viticulture. Par ailleurs, les Maisons déploient aussi une politique de traitement des effluents pour toutes installations concernées et notamment les distilleries, à l'exception de la distillerie d'Ardbeg qui rejette ses effluents sans traitement en accord avec la réglementation locale. L'ambition est de réduire au maximum la charge de pollution organique.

Les Maisons de Montres et Joaillerie travaillent en partenariat avec leurs fournisseurs à la réduction de la pollution des eaux tant au niveau des mines que des activités de travail des métaux notamment via le déploiement de la certification RJC qui intègre plusieurs critères sur la gestion de l'eau et l'utilisation de substances polluantes.

Enfin, conformément aux exigences réglementaires, les produits dangereux sont stockés de manière à retenir toute fuite accidentelle. Des procédures d'urgence sont définies dans le cadre des systèmes de management de l'environnement déployés sur les sites LVMH et des fournisseurs du Groupe.

### 3.3.2 Actions et ressources mobilisées

Le site de production de Quarona de Loro Piana est un site de fabrication et d'ennoblissement textile stratégique à l'échelle du Groupe dans le cadre de la gestion de la pollution de l'eau. Organisé de longue date pour traiter les effluents pollués, le site s'est équipé en 2024 de nouvelles technologies afin d'améliorer encore le traitement des effluents et d'en recycler une partie. Une station de traitement des eaux usées a été mise en œuvre en 1987, un système d'ozonation a été mis en place en 2008 permettant d'éliminer les résidus de teinture dans les rejets d'eaux usées et de réduire certains polluants comme les phénols, les substances halogénées et DCO. En 2019, la station a été équipée d'un bioréacteur à membrane qui a permis d'atteindre une réduction de 98% de la pollution organique. Enfin, grâce à la mise en service des deux unités d'osmose inverse en 2020 et 2024, il est

possible de purifier à très haut niveau les eaux usées et donc de recycler environ 25% des volumes pour les réintroduire dans le cycle de production.

La ferme de crocodiliens de Cypress Creek, déjà équipée d'une unité de traitement des effluents depuis 2010, a installé en 2024 une presse à bande permettant la valorisation agricole des résidus comme fertilisants des sols en partenariat avec des agriculteurs locaux. Cette nouvelle installation a nécessité un investissement de 320 000 euros. Par ailleurs, les traitements optimisés des effluents permettent de tester un recyclage de l'eau dans les installations de la ferme.

Enfin, le montant des engagements donnés pour risques environnementaux au 31 décembre 2024 est de trois millions d'euros. Cette somme correspond aux garanties financières légales pour les installations SEVESO seuil haut.

### 3.3.3 Objectifs associés

Dans le cadre de la politique de réduction de la pollution des eaux, LVMH s'est fixé un certain nombre d'objectifs volontaires.

	<b>Programme ZDHC (Mode et Maroquinerie)</b>	<b>Certification des matières premières (Montres et Joaillerie)</b>
<b>Nature de l'objectif</b>	Contribution à la réduction de la pollution de l'eau pour les activités de Mode et Maroquinerie	Contribution à la réduction de la pollution de l'eau dans les filières d'approvisionnement pour les activités de Montres et Joaillerie
<b>Cible</b>	Contrôle de la qualité des eaux usées des sites cibles (sites avec des procédés utilisant de l'eau dans les sites tels que les tanneries ou les sites de production et d'ennoblissement textile) chez les fournisseurs du Groupe avec au minimum un rapport ClearStream ZDHC par an. L'objectif est de couvrir au minimum 65 % en volume de cuir et de textile acheté par les Maisons du Groupe, avec un taux de conformité (pourcentage de substances présentes dans des concentration inférieures aux seuils fixés) à la MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) au minimum de 85 % d'ici 2026.	Certification RJC de 100 % des volumes d'or et diamant achetés d'ici 2026
<b>Année cible</b>	2026	2026
<b>Périmètre</b>	Fournisseurs de cuirs et textiles du Groupe (dont les sites de production opérés par le Groupe)	Fournisseur d'or et de diamants du Groupe
<b>Méthode</b>	Production d'un ClearStream report ZDHC	Suivi des certifications RJC des fournisseurs concernés
<b>Preuve scientifique</b>	Étude de l'Agence Européenne de l'environnement sur l'impact environnemental des textiles	Étude du WWF sur les impacts des activités minières
<b>Partie prenante</b>	/	/
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Non	Non
<b>Indicateurs de performance associés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Part des quantités de cuir produit faisant l'objet d'un rapport eaux usées<sup>(a)</sup></li> <li>- Pourcentage des quantités de textile produit faisant l'objet d'un rapport eaux usées<sup>(a)</sup></li> <li>- Taux de conformité à la MRSL (Cuir)</li> <li>- Taux de conformité à la MRSL (Textile)</li> </ul>	Quantité de matières premières achetées certifiées RJC

(a) Sont inclus dans le périmètre : Tanneries Roux, Heng Long pour le cuir et Loro Piana pour le textile.

La MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) du programme ZDHC est plus contraignante que les textes réglementaires européens. Les substances couvertes sont les suivantes :

Famille de substances contenues dans la MRSL	Nombre de substances dans la MRSL	Nombre de substances incluses dans l'annexe II du Règlement SCE n° 166/2006
Alkylphenols and Alkylphenol etoxylated including all isomers	4	4
Anti- Microbials & Biocides	3	-
Chlorinated Paraffins	2	1
Chlorobenzenes and Chlorotoluenes	12	-
Chlorophenols	19	-
Dimethyl Formamide (DMFa)	1	-
Dyes - Carcinogenic or Équivalent Concern	15	-
Dyes - Disperse (Allergenic)	19	-
Dyes - Navy Blue Colourant	2	-
Flame Retardants	30	-
Glycols/Glycol Ethers	8	-
Halogenated Solvents	4	4
Organotin Compounds	10	10
Other/Miscellaneous Chemicals	6	-
Perfluorinated and Polyfluorinated Chemicals (PFCs)	2	-
Phthalates - including all other esters of ortho-phthalic acid	18	1
Polycyclic Aromatic Hydrocarbons (PAHs)	18	18
Restricted Aromatic Amines (Cleavable from Azo-colourants)	28	-
UV Absorbers	4	-
Volatile Organic Compounds (VOC)	6	3
Heavy Metal	15	8
Conventional Parameters	18	3
Anions	5	2

La contribution à la réduction de la pollution de l'eau liée à l'usage des produits phytosanitaires dans les vignobles pour les activités des Vins et Spiritueux est liée à la contribution à la réduction de la pollution des sols présentée dans le chapitre précédent.

### 3.3.4 Indicateurs et résultats

#### Gestion des métriques en lien avec l'utilisation de substances préoccupantes

	Définition
<b>Nom et description des métriques</b>	<p>Mode et Maroquinerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pollution minérale : part des achats de textile et cuir associée à une vérification de la présence et des concentrations des substances listées dans la MRSL et taux de conformité associé</li> <li>– pollution organique : quantité de pollutions organique rejetée (totale, azotée et phosphorée).</li> </ul> <p>Montres et Joaillerie : part des achats d'or et de diamants certifiés RJC</p> <p>Vins et Spiritueux (sites LVMH) : quantité de pollutions organique rejetée (totale, azotée et phosphorée)</p>
<b>Méthodologie utilisée</b>	<p>Mode et Maroquinerie : analyse de rejets liés aux processus humides</p> <p>Montres et Joaillerie : certification RJC des filières d'approvisionnement or et diamant</p> <p>Vins et Spiritueux (sites LVMH) : analyses des rejets</p>
<b>Limite</b>	/
<b>Unité de Mesure</b>	<p>Mode et Maroquinerie : part des achats (en tonnes) couvert et pourcentage de conformité à la MRSL associé</p> <p>Montres et Joaillerie : part des achats (en tonnes)</p> <p>Pollution organique (tous sites LVMH couverts) : quantité de pollution organique (DCO, N ou P) en tonnes</p>
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<p>Mode et Maroquinerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– analyse des effluents sites LVMH couverts et des sites des fournisseurs réalisés par des laboratoires accrédités ZDHC</li> <li>– collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>– vérification de la documentation disponible sur le site de ZDHC (Gateway) notamment le Clear Stream Report</li> <li>– validation des données par le département Environnement</li> </ul> <p>Montres et Joaillerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– certification RJC des fournisseurs par auditeurs accrédités</li> <li>– collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>– validation des données par le département Environnement</li> </ul> <p>Vins et Spiritueux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– analyse des effluents des distilleries</li> <li>– collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>– validation des données par le département Environnement</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	/
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Annuelle

Les Maisons suivantes rejettent certaines substances mentionnées à l'annexe II du Règlement 5CE n° 166/2006 du Parlement européen et du Conseil au-delà des seuils fixés :

- DCO (Demande Chimique en Oxygène, paramètre représentatif de la pollution d'origine organique) pour un total de 2 177 tonnes : Domaine Chandon Californie, Domaine Chandon Argentina, Glenmorangie (Distillerie de tain) et Ardbeg, Château Cheval Blanc, Château Quinault L'Enclos, Château d'Esclans, Minuty, Joseph Phelps ;
- P total (phosphore total) pour un total de 15,8 tonnes : Glenmorangie (Distilleries de tain) et Ardbeg ;
- Phénols pour un total de 0,1 tonne : Loro Piana (site de production de Quarona).

En 2024, les Maisons de Mode et Maroquinerie poursuivent de manière volontaire, y compris auprès des fournisseurs, le déploiement du programme ZDHC notamment pour le suivi de la qualité des eaux usées dans les opérations avec des procédés humides (tanneries, fabrication et ennoblement textile). Cinq des sept objectifs fixés pour 2026 sont atteints dès 2024 avec les résultats suivants :

	2024	2023	Objectif (année)
<b>Opérations du Groupe</b>			
Part des quantités de cuir produit faisant l'objet d'un rapport eaux usées <sup>(a)</sup>	89 %	91 %	100 % (2026)
Pourcentage des quantités de textile produit faisant l'objet d'un rapport eaux usées <sup>(a)</sup>	100 %	100 %	100 % (2026)
Taux de conformité à la MRSL (Cuir)	94 %	98 %	85 % (2026)
Taux de conformité à la MRSL (Textile)	99,5 %	100 %	85 % (2026)
<b>Fournisseurs</b>			
Part des quantités de cuir produit faisant l'objet d'un rapport eaux usées <sup>(a)</sup>	45 %	42 %	100 % (2026)
Pourcentage des quantités de textile produit faisant l'objet d'un rapport eaux usées <sup>(a)</sup>	33 %	27 %	100 % (2026)
Taux de conformité à la MRSL (Cuir)	98 %	98 %	85 % (2026)
Taux de conformité à la MRSL (Textile)	98 %	94 %	85 % (2026)

(a) Sont inclus dans le périmètre : Tanneries Roux, Heng Long pour le cuir et Loro Piana pour le textile.

En 2024, les Maisons de Montres et Joaillerie ont déployé la certification RJC dans leur chaîne d'approvisionnement de l'or ; les résultats sont présentés dans le tableau « Certification des filières stratégiques : résultats en 2024 » dans la section Gouvernance au §.1.7 Bien-être animal.

Tableaux de synthèse de la pollution organique dans les effluents des opérations LVMH en 2024 :

(en tonnes/an)	2024	2024 pro-forma <sup>(a)</sup>	2023	Évolution <sup>(a)</sup> (en %)
<b>DCO après traitement</b>				
Vins et Spiritueux	2 275	1 843	2 160	(15)
Mode et Maroquinerie	20	14	26	(46)
Parfums et Cosmétiques	38	38	23	65
Montres et Joaillerie	3	/	/	
Autres activités	39	/	/	
<b>Total</b>	<b>2 375</b>	<b>1 895</b>	<b>2 209</b>	<b>(14)</b>
<b>N Total (azote total) après traitement</b>				
Vins et Spiritueux	87			
Mode et Maroquinerie	21			
Parfums et Cosmétiques	6			
Montres et Joaillerie	1			
Autres activités	15			
<b>Total</b>	<b>131</b>			
<b>P Total (phosphore total) après traitement</b>				
Vins et Spiritueux	29			
Mode et Maroquinerie	2			
Parfums et Cosmétiques	2			
Montres et Joaillerie	0,3			
Autres activités	5			
<b>Total</b>	<b>39</b>			
<b>Phénols</b>				
Mode et Maroquinerie	0,1			
<b>Total</b>	<b>0,1</b>			

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables.

## 3.4 Modalités de prévention des substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes

### 3.4.1 Politique liée aux substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes

À l'échelle du Groupe, sont considérées comme matérielles la pollution potentielle des écosystèmes liée aux substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes (produits et fin de vie des produits des Groupes d'activités Parfums et Cosmétiques et Mode et Maroquinerie) et l'atteinte potentielle à la santé des consommateurs liée aux substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes dans les produits cosmétiques. LVMH est animé du souci constant de préserver la santé et la sécurité de ses parties prenantes ainsi que de la préservation des écosystèmes, en évitant ou réduisant l'usage de substances chimiques préoccupantes et très préoccupantes. À ce titre, le Groupe déploie une politique proactive et s'attache en permanence à proposer des produits de la plus haute qualité par la recherche et l'innovation, par une grande exigence dans la sélection des matières et par la mise en œuvre des savoir-faire de ses métiers.

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et ses fournisseurs respectent les réglementations internationales en matière de sécurité et d'écotoxicologie, notamment le règlement (CE) n° 1223/2009 relatif aux produits cosmétiques et le règlement (CE) n° 1907/2006 (REACH). L'application de ces derniers est un prérequis à l'utilisation de toute matière première dans un produit cosmétique. Les produits des Maisons doivent répondre à des exigences internes rigoureuses en termes de développement, de qualité, de traçabilité et de sécurité pour les consommateurs.

Une démarche proactive de prévention des risques est adoptée par le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques afin d'anticiper les évolutions réglementaires internationales en matière de sécurité du consommateur et de protection de l'environnement. Cette démarche s'appuie sur les avis de comités scientifiques internationaux et les recommandations des associations professionnelles. Une veille permanente permet la mise à jour constante des chartes d'engagement LVMH (ingrédients cosmétiques et ingrédients de parfumerie) listant les substances interdites ou soumises à restrictions pour la formulation des produits cosmétiques et des parfums.

L'approche holistique et exigeante pour des ingrédients sûrs, sains et respectueux de l'environnement, se décline aux emballages, prenant en compte l'économie circulaire et la fin de vie des produits. La démarche vise ainsi à supprimer l'utilisation d'emballages contenant des substances dangereuses, préoccupantes ou controversées dans la perspective de l'ensemble du cycle de vie des emballages de parfums et cosmétiques par le biais d'une charte d'engagement LVMH spécifique packaging.

Parmi les substances extrêmement préoccupantes monitorées en interne pour leurs effets néfastes sur l'environnement de part une classification PBT (persistante dans l'environnement ou les organismes (bioaccumulable et toxique) et vPvB (très persistante et très bioaccumulable) les Maisons de la division Parfums et Cosmétiques peuvent être concernées par :

#### 3.4.1.1 Les silicones cycliques

- D5 : Decamethylcyclopentasiloxane PBT (Article 57d)/vPvB (Article 57e) selon REACH ;
- D6 : Dodecamethylcyclohexasiloxane PBT (Article 57d)/vPvB (Article 57e) selon REACH.

Ces substances ont été interdites dans la charte d'engagement LVMH ingrédients cosmétiques dès janvier 2019. Une phase de reformulation des produits existants pour tout type d'application (rincés et non rincés) est en cours.

Cette position du groupe LVMH a permis l'anticipation de l'interdiction de la substance D5 dans les produits rincés datant de janvier 2020. Il en est de même pour les produits non rincés pour lesquels le texte publié le 17 mai 2024 interdira les silicones D5 et D6 à partir de juin 2027.

#### 3.4.1.2 PFAS

En raison de leur profil toxicologique sur la santé humaine et sur l'environnement, les produits halogénés, dont font partie les PFAS, ont été interdits depuis 2009 dans les formulations par le biais des Chartes d'engagement LVMH ingrédients cosmétiques et de nos emballages.

Les Maisons des groupes d'activités Mode et Maroquinerie, d'une part, et Montres et Joaillerie, d'autre part, se sont dotées de standards internes interdisant ou restreignant la présence de certaines substances dans les articles mis sur le marché et leur utilisation par les fournisseurs. Ces documents sont partagés à tous les fournisseurs et sous-traitants via une lettre d'engagement. Ces derniers s'engagent à leur mise en œuvre :

- la LVMH Product Restricted Substances List : ce standard, qui s'applique à toute matière première utilisée par les Maisons, va au-delà des prescriptions réglementaires mondiales (dont la réglementation européenne REACH, incluant la liste des substances Cancérogènes, Mutagènes ou Reprotoxiques de catégorie 1A ou 1B – Annexe XVII). Il est régulièrement mis à jour grâce à un travail de veille scientifique constant ;
- Manufacturer Restricted Substances List (MRSL) : développée et mise à jour par ZDHC, elle vise à s'assurer en amont de la conformité des produits chimiques achetés. En 2019, LVMH a rejoint l'organisation professionnelle ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) qui vise à déployer les meilleures pratiques en termes d'utilisation de substances dangereuses et de qualité des rejets d'eaux usées sur les sites de fabrication des filières textile et cuir, notamment pour les tanneries et les processus humides de la production textile.

En accord avec ces documents et les protocoles associés, les producteurs de textiles et de cuirs s'engagent à :

- déployer une gestion durable des substances chimiques visant à réduire progressivement puis éliminer l'utilisation des substances les plus à risque ;
- optimiser les procédés de fabrication pour réduire les risques associés l'utilisation des substances chimiques ;

- vérifier l'efficacité de la gestion et des procédés déployés par des analyses systématiques de substances dangereuses dans les rejets.

LVMH, en collaboration avec d'autres marques du luxe, travaille à l'élaboration d'une démarche pour la vérification de la gestion durable des substances chimiques pour les processus de galvanisation dans le cadre de la production de pièces métalliques de maroquinerie et des produits de joaillerie.

### 3.4.2 Actions et ressources mobilisées

En 2024, la recherche LVMH Parfums et Cosmétiques a mis en place un outil informatique permettant le pilotage des reformulations dans le cadre des plans de désengagement de certaines substances extrêmement préoccupantes. Ainsi, le plan de désengagement a permis de réduire significativement les quantités utilisées de silicones cycliques (D5 et D6) en 2024.

### 3.4.3 Objectifs associés

Dans le cadre de la politique de contrôle de l'utilisation des substances préoccupantes et très préoccupantes, LVMH s'est fixé les objectifs volontaires suivants :

#### Synthèse des objectifs associés à l'utilisation de substances préoccupantes

	Programme ZDHC (Mode et Maroquinerie – opérations LVMH)	Programme ZDHC (Mode et Maroquinerie – Fournisseurs)
<b>Nature de l'objectif</b>	Contribution à la réduction de l'utilisation de substances préoccupantes pour les activités de Mode et Maroquinerie	Contribution à la réduction de l'utilisation de substances préoccupantes pour les activités de Mode et Maroquinerie
<b>Cible</b>	Opérations LVMH : – 100 % des quantités de cuir et de textile achetés auprès de fournisseurs certifiés ZDHC niveau 1 – Vérification de la conformité de 100 % des formulations chimique à la MRSL ZDHC avec un taux de conformité recommandé de 60 %	Fournisseurs : – 65 % des quantités de cuir et de textile achetés auprès de fournisseurs certifiés ZDHC niveau 1 – Vérification de la conformité de 65 % des formulations chimique à la MRSL ZDHC avec un taux de conformité recommandé de 60 %
<b>Année cible</b>	2026	2026
<b>Périmètre</b>	Tanneries et sites de production textile opérés par LVMH	Tanneries et sites de production textile fournisseurs
<b>Méthode</b>	Analyse documentaire des substances utilisées	Analyse documentaire des substances utilisées
<b>Preuve scientifique</b>	Étude de l'Agence Européenne de l'environnement sur l'impact environnemental des textiles	Étude de l'Agence Européenne de l'environnement sur l'impact environnemental des textiles
<b>Partie prenante</b>	/	/
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	/	/

La recherche LVMH Parfums et Cosmétiques a également déployé en 2024 le visa IPC (Interaction Packaging Contenu) qui permet la vérification systématique, à partir des documentations et certificats des fournisseurs et des dosages effectués par les laboratoires internes, des substances contenues dans les matériaux des emballages en contact permanent avec la formule cosmétique (SVHC Reach, list prop 65, métaux lourds, CMR, perturbateurs endocriniens, PFAS...). L'absence de risque liée à l'utilisation des matériaux d'emballage pour la sécurité du consommateur est consignée par un toxicologue dans les systèmes internes sous forme d'obtention du visa IPC.

Les opérations du Groupe concernées comme les tanneries ainsi que les fournisseurs des Maisons de Mode et Maroquinerie continuent de déployer le programme ZDHC. LVMH soutient ses partenaires en proposant de la formation et couvre les coûts liés à la première année de certification, soit 40 000 euros en 2024.

	<b>Programme ZDHC (Mode et Maroquinerie – opérations LVMH)</b>	<b>Programme ZDHC (Mode et Maroquinerie – Fournisseurs)</b>
<b>Indicateurs de performance associés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pourcentage des quantités de cuirs produits dans des sites LVMH certifiés ZDHC niveau 1<sup>(a)</sup></li> <li>– Pourcentage des quantités de textiles produits dans des sites LVMH certifiés ZDHC niveau 1<sup>(a)</sup></li> <li>– Pourcentage des quantités de cuir produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée</li> <li>– Taux de conformité associé</li> <li>– Pourcentage des quantités de textile produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée</li> <li>– Taux de conformité associé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pourcentage des quantités de cuirs produits dans des sites fournisseurs certifiés ZDHC niveau 1<sup>(a)</sup></li> <li>– Pourcentage des quantités de textiles produits dans des sites fournisseurs certifiés ZDHC niveau 1<sup>(a)</sup></li> <li>– Pourcentage des quantités de cuir produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée</li> <li>– Taux de conformité associé</li> <li>– Pourcentage des quantités de textile produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée</li> <li>– Taux de conformité associé</li> </ul>

(a) Sont inclus dans le périmètre : Tanneries Roux, Heng Long pour le cuir et Loro Piana pour le textile.

Dans le cadre de la politique de contrôle de l'utilisation des substances très préoccupantes SVHC, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques s'est fixé comme objectif de les intégrer dans les chartes d'engagement ingrédients cosmétiques et packagings dès

leur inclusion sur la liste candidate. Cela permet aux Maisons de se mettre en conformité avec les exigences du règlement REACH et de se préparer/anticiper aux/les futures mesures avec leur inclusion dans la liste d'autorisation, en les retirant des produits.

### 3.4.4 Indicateurs et résultats

Dans le cadre de l'article 57 du règlement (CE) n° 1907/2006 du Parlement européen et du Conseil (REACH) et de l'annexe VI, partie 3, du règlement (CE) n° 1272/2008 du Parlement européen et du Conseil, seuls les silicones cycliques D5 et D6 sont utilisés par les Maisons de Parfums et Cosmétiques.

	<b>Définition</b>
<b>Nom et description des métriques</b>	<p>Mode et Maroquinerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– part des achats de textile et cuir associée des sites certifiés ZDHC niveau 1</li> <li>– vérification de la conformité des formulations chimiques à la MRSL ZDHC</li> </ul> <p>Parfums et Cosmétiques : suivi des substances utilisées dans les formulations</p>
<b>Méthodologie utilisée</b>	<p>Mode et Maroquinerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– suivi des certifications ZDHC des sites de production</li> <li>– analyse documentaire des fiches substances</li> </ul> <p>Parfums et Cosmétiques (suivi des substances utilisées dans les formulations) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– analyse documentaire des fiches ingrédients</li> <li>– analyse des formulations</li> </ul>
<b>Limite</b>	/
<b>Unité de mesure</b>	<p>Mode et Maroquinerie : part des achats (en tonnes) issue d'un site certifié ZDHC niveau 1</p> <p>Parfums et Cosmétiques : concentration des ingrédients dans les formulations</p>
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<p>Mode et Maroquinerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>– vérification de la documentation disponible sur le site de ZDHC (Gateway)</li> <li>– validation des données par le département Environnement</li> </ul> <p>Parfums et Cosmétiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– collecte des données auprès des fournisseurs ingrédients du Groupe</li> <li>– analyse des ingrédients et formulations achetés</li> <li>– validation des données par le département Environnement</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	/
<b>Fréquence de mise à jour</b>	<p>Mode et Maroquinerie : annuelle</p> <p>Parfums et Cosmétiques : en continu</p>

En 2024, les Maisons de Mode et Maroquinerie poursuivent de manière volontaire le déploiement du programme ZDHC notamment pour le suivi des substances utilisées dans le cadre des procédés humides (tanneries, fabrication et ennoblissement textile) avec les résultats suivants :

	Performance 2024	Performance 2023	Objectif (année)
<b>Programme ZDHC – Opérations du Groupe</b>			
Pourcentage des quantités de cuirs produits dans des sites LVMH certifiés ZDHC niveau 1 <sup>(a)</sup>	89 % <sup>(b)</sup>	91 %	100 % (2026)
Pourcentage des quantités de textiles produits dans des sites LVMH certifiés ZDHC niveau 1 <sup>(a)</sup>	100 %	100 %	100 % (2026)
Pourcentage des quantités de cuir produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée	89 % <sup>(b)</sup>	91 %	100 % (2026)
Taux de conformité associé	68 %	60 %	60 % (2026)
Pourcentage des quantités de textile produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée	100 %	100 %	100 % (2026)
Taux de conformité associé	97 %	91 %	60 % (2026)
<b>Programme ZDHC – Fournisseurs</b>			
Pourcentage des quantités de cuirs produits dans des sites fournisseurs certifiés ZDHC niveau 1 <sup>(a)</sup>	64 %	55 %	65 % (2026)
Pourcentage des quantités de textiles produits dans des sites fournisseurs certifiés ZDHC niveau 1 <sup>(a)</sup>	31 %	31 %	65 % (2026)
Pourcentage des quantités de cuir produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée	51 %	36 %	65 % (2026)
Taux de conformité associé	61 %	59 %	60 % (2026)
Pourcentage des quantités de textile produit avec une analyse de la liste des substances chimiques de la MRSL ZDHC effectuée	39 %	27 %	65 % (2026)
Taux de conformité associé	61 %	62 %	60 % (2026)
<b>Formulations Parfums et Cosmétiques</b>			
Nombre de formules de produits non rincés avec présence de silicones cycliques (D5, D6)	148	545	
Quantité de matières premières contenant des silicones cycliques (D5, D6) (en kg)	96	15 521	
Nombre de formules avec présence intentionnelles de PFAs	0		

(a) Sont inclus dans le périmètre : Tanneries Roux, Heng Long pour le cuir et Loro Piana pour le textile.

(b) Baisse liée à l'évolution de l'activité d'un site certifié.

## 4. Ressources hydriques et marines (LIFE 360 Eau)

### 4.1 La prise en compte des enjeux liés à l'eau

Soumis à la double pression de l'évolution démographique et des conséquences du réchauffement climatique, l'eau est une ressource en tension. Elle fait l'objet de restrictions d'usage et nécessite l'adoption de plans d'action spécifiques. Elle est une composante essentielle des activités du Groupe. Elle est, de fait, une ressource stratégique qui contribue directement à la haute qualité des produits développés par LVMH et il est de la responsabilité du Groupe d'agir pour la préserver. En 2024, LVMH a mis à jour le calcul de son empreinte eau en utilisant des indicateurs de pression et de sensibilité spécifiques et reconnus tels que les bases de données EF 3.0.2 and IMPACT 2002+ et

les méthodologies Aqueduct, WWF Water Risk Filter, Plasteax (Mismanaged waste index) et AWARE. Les données d'entrée utilisées pour l'empreinte la plus récente couvrent l'année 2023 tant pour les matières premières (quantités de matières premières, origine et certification potentielle notamment) que pour les opérations LVMH. Cette empreinte permet d'identifier les sites et matières premières les plus impactantes et à risque et/ou localisés dans des zones à fort stress hydrique, tant au sein des opérations LVMH que de la chaîne de valeur du Groupe. Des échanges avec les communautés et administrations locales sont systématisés sur tous ces sites.

Les impacts et risques suivants sont considérés comme matériels :

- activités en propre : Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements liés aux opérations du Groupe a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques (Vins et Spiritueux, principalement l'irrigation des vignobles dans les vignobles détenus par LVMH, notamment en Argentine et Californie);
- l'approvisionnement en matières premières : Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements dans la chaîne d'approvisionnement du Groupe, a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques (Vins et Spiritueux et Mode et Maroquinerie);

- risque de baisse des rendements agricoles affectant l'approvisionnement des matières premières nécessaires à la fabrication des produits du Groupe en cas d'amoindrissement des ressources en eau ou des restrictions d'usage (tous les groupes d'activités).

Les aires à fort stress hydrique sont identifiées à l'aide du Water Risk Filter du WWF. La consommation d'eau associée à ces sites est présentée dans le § 1.2.4.

LVMH travaille à l'amélioration continue de la mesure de l'empreinte de consommation d'eau sur l'ensemble de la chaîne de valeur du Groupe, grâce à des indicateurs de pression constamment affinés et à la localisation de plus en plus précise des opérations et approvisionnements.

## 4.2 Modalités de gestion des enjeux liés à l'eau

### 4.2.1 Politique liée à l'eau

En lien avec les impacts et risques matériels et la stratégie environnementale LIFE 360 du Groupe, LVMH déploie une politique et des plans d'action de réduction des prélèvements d'eau spécifiques pour les activités les plus consommatrices au sein des opérations (irrigation des vignobles du Groupe, hôtels, tanneries...) et de la chaîne de valeur amont (production et transformation des matières premières), notamment dans les régions à fort stress hydrique. La chaîne de valeur avale ne contribue pas significativement à l'empreinte Eau du Groupe.

#### Opérations du groupe LVMH

La politique environnementale du Groupe visant à réduire les prélèvements couvre les sujets suivants :

- réduire les besoins d'irrigation avec le déploiement des meilleures pratiques et technologies notamment dans les vignobles argentins et californiens, ainsi que la poursuite du programme d'agriculture régénératrice au sein des vignobles du Groupe initié en 2021, qui vise à améliorer la qualité des sols et donc leur capacité à capter et à retenir l'eau ;
- réduire les prélèvements d'eau, notamment dans les sites situés dans des régions à fort stress hydrique par la mise en place de technologies et de pratiques plus économes en eau dans les hôtels du Groupe (économiseurs d'eau, équipements de lavage économes...). LVMH travaille également à la réduction des prélèvements d'eau au sein de ses opérations situées dans des zones à plus faible stress notamment en déployant des systèmes de recyclage de l'eau dans les distilleries et les ateliers de Loro Piana et des technologies plus efficaces dans les tanneries et les fermes.

#### Filières d'approvisionnement

Par ailleurs, la chaîne de valeur du Groupe qui représente 95% de l'empreinte eau du Groupe fait également l'objet d'une politique et de plans d'action visant à :

- aider au déploiement des technologies plus efficaces de réutilisation des eaux usées traitées et de récupération des eaux de pluie dans sa chaîne de valeur ;
- poursuivre le programme de certification des matières premières et d'agriculture régénératrice du Groupe initié en 2021 dans les filières coton, laine, cuir et betteraves ;
- sensibiliser les clients grâce à l'affichage environnemental en cours de déploiement sur les produits du Groupe.

Enfin, LVMH est membre depuis 2023 du CEO Water Mandate, une organisation hébergée par les Nations Unies visant au partage et au déploiement des bonnes pratiques au sujet de la gestion de l'eau. Comme pour la biodiversité, LVMH a participé à la phase de test officielle de la démarche SBT Nature qui inclut la définition d'objectifs spécifiques à certains bassins versants, notamment pour la production de raisin en région de Cognac et la production de cachemire en Mongolie.

La gestion du risque de baisse des rendements agricoles affectant l'approvisionnement des matières premières nécessaires à la fabrication des produits du Groupe en cas d'amoindrissement des ressources en eau ou des restrictions d'usage est réalisée en évaluant régulièrement le niveau de stress à l'aide du Water Risk Filter pour chaque région d'approvisionnement et en identifiant les régions le plus exposées.

## 4.2.2 Actions et ressources mobilisées

Chandon Argentina, qui représente 46 % des prélèvements d'eau du Groupe, a réalisé en 2024 une étude avec le WWF pour explorer de nouvelles pistes de réduction des prélèvements d'eau liés au besoin en irrigation. L'irrigation des vignes est une pratique autorisée et encadrée en Argentine en raison du climat. Cette irrigation est nécessaire au développement des vignes. Pour limiter néanmoins les prélèvements d'eau les mesures suivantes 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.

Hennessy, qui a finalisé une empreinte Eau, travaille d'une part à la fiabilisation des données et d'autre part à la réduction des prélèvements. En 2024, la Maison a déployé un outil de collecte de données de prélèvements d'eau auprès de ses partenaires distillateurs et fabricants de packaging qui constituent les deux principaux postes de son empreinte eau scope 3. La Maison, qui a déjà réduit de 43 % ses prélèvements d'eau depuis 2003 et représente environ 1 % des prélèvements d'eau process du Groupe, continue de déployer les meilleures technologies en 2024 comme le recyclage de certaines eaux de nettoyage ou issues des procédés d'osmose.

Belvedere, qui a réduit de 4 % ses prélèvements d'eau depuis 2019, a déployé en 2024 un nouveau procédé de purification permettant de recycler des eaux usées et des eaux résiduelles issues des procédés de rectification. Il représente un investissement de 60 000 euros.

## 4.2.3 Objectifs associés

Les objectifs volontaires retenus par le Groupe sont en lien direct avec la politique de réduction des prélèvements et les impacts matériels notamment en intégrant les activités et filières d'approvisionnement Vins et Spiritueux et Mode et Maroquinerie.

	Réduction des prélèvements - opérations LVMH	Réduction des prélèvements - chaîne d'approvisionnement
<b>Nature de l'objectif</b>	Contribution à la réduction de la dépendance à l'eau	Contribution à la réduction de la dépendance à l'eau
<b>Cible</b>	Réduire de 30 % les prélèvements d'eau du Groupe (scope 1)	Réduire de 30 % les prélèvements d'eau du Groupe (scope 3)
<b>Année cible</b>	2030	2030
<b>Périmètre</b>	Scope 1 (hors boutiques)	Scope 3
<b>Valeur de référence</b>	12 100 000	285 000 000 (valeur issue de l'empreinte eau du Groupe)
<b>Unité</b>	m <sup>3</sup>	m <sup>3</sup>
<b>Année de référence</b>	2019	2021
<b>Méthode</b>	Vision Européenne de l'eau pour 2050	Vision Européenne de l'eau pour 2050
<b>Preuve scientifique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate manual for setting science-based</li> <li>- Targets for nature</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate manual for setting science-based</li> <li>- Targets for nature</li> </ul>
<b>Parties prenantes</b>	ONG et administrations locales de l'eau	ONG et administrations locales de l'eau
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Non	Non
<b>Indicateurs de performance associés</b>	Indicateurs de prélèvements d'eau pour les besoins process et agricoles des opérations LVMH	Indicateurs de prélèvements d'eau pour les besoins process et agricoles des filières d'approvisionnement LVMH évalués à partir des quantités de matières premières achetées ainsi que de leur origine et potentielle certification et des bases de données d'inventaire de cycle de vie.

## 4.2.4 Indicateurs et résultats

## Gestion des métriques liés à la consommation d'eau

	Définition
<b>Nom et description des métriques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prélèvement d'eau : les prélèvements désignent la quantité d'eau prélevée dans le milieu naturel en excluant les quantités d'eau recyclée ou réutilisée.</li> <li>Consommation d'eau : la consommation correspond à une quantité d'eau prélevée puis utilisée (incorporée aux produits...) et/ou absorbée (vignes...), sans pouvoir être renvoyée directement dans la nature après usage.</li> <li>Eau stockée : quantité d'eau stockée dans des bassins (eau de pluie stockée pour des besoins d'irrigation...).</li> <li>Eau recyclée ou réutilisée : quantité d'eau réintroduite dans les processus de production après un premier usage.</li> <li>Intensité hydrique : elle correspond à la quantité d'eau consommée par million d'euros de chiffre d'affaires du Groupe.</li> </ul>
<b>Méthodologie utilisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les prélèvements d'eau et les quantités d'eau recyclée sont majoritairement évalués à l'aide de compteurs déployés à chaque point de prélèvement ou d'usage.</li> <li>Les zones à stress hydrique élevé sont identifiées à l'aide du Water Risk Filter du WWF (indice supérieur à 4).</li> </ul>
<b>Limite</b>	Calcul de la consommation d'eau : la quantité d'eau absorbée par les pieds de vigne lors des phases d'irrigation est estimée sur la base d'une bibliographie scientifique (Irrigation Efficiency Terry A. Howell – United States Department of Agriculture, USDA).
<b>Unité de mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>m<sup>3</sup></li> <li>m<sup>3</sup> consommé par million de chiffre d'affaires (intensité hydrique)</li> </ul>
<b>Validation externe</b>	Validation de certaines données de prélèvement d'eau via des certifications externes tel que LWG pour les tanneries ou EarthCheck pour les hôtels.
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe.</li> <li>Validation des données par le département Environnement.</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	Intégration de valeurs estimées pour les boutiques et sites non intégrés à la consolidation.
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Annuelle

Indicateurs et objectifs associés aux prélèvements et à la consommation d'eau :

(en m <sup>3</sup> )	2024	2024 pro-forma <sup>(a)</sup>	2023	Évolution <sup>(a)</sup> (en %)	Valeur cible 2030
Consommation d'eau (besoins « process » et « agricoles »)	5 807 830	/	/	/	/
Consommation d'eau totale dans les aires exposées aux risques hydriques	465 237	/	/	/	/
Quantité d'eau totale recyclée ou réutilisée	736 871	/	/	/	/
Quantité d'eau stockée	619 350	/	/	/	/
Intensité hydrique (en m <sup>3</sup> par million de chiffre d'affaires)	68,6	/	/	/	/
Prélèvements d'eau pour les Besoins « process » <sup>(b)</sup>	7 443 114	4 244 877	4 676 915	(9)	
Prélèvement d'eau pour les besoins agricoles (irrigation des vignes)	9 737 026	9 384 952	8 873 236	6	
Réduction de 30 % des prélèvements d'eau des opérations LVMH (besoin process) <sup>(c)</sup> – Base 2019	(10)	/	/	/	(30)
Réduction de 30 % des prélèvements d'eau des opérations LVMH (besoin agricole) <sup>(c)</sup> – Base 2019	31 <sup>(d)</sup>	/	/	/	(30)

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(b) L'augmentation en 2024 est principalement liée à l'intégration de valeurs estimées à hauteur de 29 % (2 143 550 m<sup>3</sup>) pour certaines boutiques et quelques sites administratifs.

(c) Les volumes d'eau recyclée ou réutilisée ne sont pas inclus.

(d) Augmentation liée à une pluviométrie déficitaire dans les vignobles argentins.

Les prélèvements d'eau pour les besoins process se décomposent ainsi, par groupe d'activités :

(besoins « process », en m <sup>3</sup> )	2024 <sup>(a)</sup>	2024 pro-forma <sup>(b)</sup>	2023	Évolution <sup>(b)</sup> (en %)
Vins et Spiritueux	1 484 630	1 440 849	1 509 318	(5)
Mode et Maroquinerie	2 213 665	1 181 213	1 431 552	(17)
Parfums et Cosmétiques	231 285	164 822	205 933	(20)
Montres et Joaillerie	525 453	175 459	139 654	26
Distribution sélective	1 212 699	7 795	18 045	(57)
Autres activités	1 775 382	1 274 739	1 372 413	(7)
<b>Total</b>	<b>7 443 114</b>	<b>4 244 877</b>	<b>4 676 915</b>	<b>(9)</b>

(a) Les valeurs 2024 incluent des estimations à hauteur de 29% (2 143 550 m<sup>3</sup>) pour certaines boutiques et quelques sites administratifs.

(b) Valeur et évolution à périmètres comparables.

## 5. Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité)

### 5.1 La prise en compte des enjeux liés à la biodiversité

#### 5.1.1 Plan de transition et prise en compte de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique

La protection des écosystèmes naturels est un impératif pour LVMH, dont l'activité dépend très fortement des matières premières naturelles (fleurs, raisins, coton, cuir, pierres, etc.). LVMH déploie une stratégie biodiversité et un plan de transition biodiversité associé qui ont été construits en lien avec le Cadre mondial de la biodiversité de Kunming à Montréal et la Stratégie de l'UE pour la biodiversité à l'horizon 2030. LVMH a également suivi les recommandations de la Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD). LVMH est un membre actif du TNFD forum qui a développé un cadre spécifique de gestion des risques en permettant à ses membres de mieux cartographier les actions positives et négatives en lien avec la nature pour les aider à guider leur planification stratégique et leurs décisions d'allocations d'actifs. En rejoignant le forum TNFD, LVMH participe au développement de standards, et plus particulièrement celui de la catégorie « Consumer Goods » avec un focus textile. LVMH s'est engagé à une première communication alignée avec les recommandations de la TNFD pour l'exercice 2024. LVMH s'appuie également sur la démarche Science Based Targets for Nature dont les standards accompagnent la fixation d'objectifs mesurables, concrets, limités dans le temps et fondés sur la science.

La stratégie Biodiversité du Groupe est en lien les impacts matériels présentées dans la partie suivante et s'articule autour de trois axes stratégiques :

- **Mesurer et évaluer les impacts et les dépendances à la nature** : la mesure de l'impact est un outil puissant de définition de priorités, d'objectifs et d'actions; elle reste complexe lorsqu'il s'agit de la biodiversité. LVMH met à jour annuellement ses indicateurs de suivi et a eu recours aux indicateurs de pression et de sensibilité spécifiques et reconnus tels que les bases de données EF 3.0.2 and IMPACT 2002 + (surfaces utilisées et/ou converties), les outils Trase, Global Forest Watch (surfaces déforestées), IBAT (exposition des activités aux zones protégées, riche en biodiversité et espèces animales et végétales en danger) et Encore (identification des dépendances des activités à la nature). Les données d'entrée utilisées pour l'empreinte la plus récente couvrent l'année 2023 tant pour les matières premières (quantités de matières premières, origine et certification potentielle notamment) que pour les opérations LVMH. Cette étape d'identification et d'évaluation des risques et impacts liés à la nature s'est appuyée sur la démarche LEAP (Locate, Evaluate, Assess and Prepare) de la TNFD ainsi que sur les étapes 1 (Screening et Value Chain Assessment) et 2 (Prioritization) de la démarche SBT Nature. Les résultats de cette première étape ont nourri l'analyse en double matérialité et la validation des impacts et risques matériels présentés dans le § 5.1.2 Interaction entre les impacts biodiversité et la stratégie et le modèle économique du Groupe.

- **Éviter et réduire les impacts sur la biodiversité** : après la mesure, l'évitement et la réduction constituent la seconde étape de la stratégie Biodiversité. Elle s'appuie sur deux objectifs majeurs : la certification environnementale et la réduction de l'intensité de déforestation et de conversion d'écosystèmes naturels tant pour les opérations du Groupe que les filières d'approvisionnement. Le programme de certification environnementale des opérations et des matières premières (FSC pour le bois et les dérivés du bois ou RSPO pour les dérivés d'huile de palme) permet de garantir la réduction des impacts environnementaux sur les écosystèmes notamment en termes de pollution, de consommation d'eau, de rejets d'effluents et de production de déchets. Les programmes de certification suivants sont déployés :

- opérations :
  - sites industriels et hôtels : LVMH déploie des systèmes de management de l'environnement certifiés telle que la certification ISO 14001 sur les sites industriels et logistiques du Groupe et la certification EarthCheck pour les hôtels,
  - vignobles : tous les vignobles du Groupe font l'objet de certification environnementale selon des standards présentés en détail dans le § 5.1.2 Interaction entre les impacts biodiversité et la stratégie et le modèle opérationnel du Groupe ;
- filières d'approvisionnement :
  - sites industriels des fournisseurs : LVMH déploie des programmes de certifications des sites production de certains fournisseurs à l'instar des tanneurs et des fabricants de tissus qui doivent déployer les certifications LWG ou ZDHC,
  - production et/ou extraction des matières premières : LVMH déploie un programme de certification des matières premières présenté dans le § 5.2.1.1 Politique liée aux impacts sur les écosystèmes et les sols.

Au sujet de la réduction de l'intensité de déforestation et de conversion d'écosystèmes naturels tant pour les opérations du Groupe que les filières d'approvisionnement, LVMH s'est fixé un objectif de zéro déforestation et conversion d'écosystèmes naturels au sein des opérations et chaînes d'approvisionnement d'ici fin 2025. LVMH et ses Maisons ont notamment banni certaines zones d'approvisionnement pour le cuir (Amérique du Sud), pour le bois et les dérivés du bois.

- **Régénérer et préserver les écosystèmes** : Le Groupe s'engage à régénérer, préserver ou restaurer d'ici 2030 l'équivalent de cinq millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore, soit au sein des filières d'approvisionnement via le déploiement de programmes d'agriculture régénératrice pour les matières agricoles stratégiques comme le raisin, le coton, les laines ou le cuir, soit via une contribution à l'effort collectif de régénération et de préservation des écosystèmes et de préservation d'espèces végétales et animales particulièrement en danger.

En complément de ces trois axes stratégiques, LVMH a débuté la fixation d'objectifs liés à la nature basés sur la démarche internationale Science Based Targets for Nature à l'échelle de milieux naturels spécifiques en lien avec certains impacts et risques matériels du Groupe : les vignobles LVMH d'une région vinicole française et la production de cachemire en Mongolie. Le Groupe est en cours d'analyse pour étendre cette démarche à d'autres écosystèmes.

Par ailleurs, la dépendance à la nature des activités LVMH a été évaluée à l'aide de l'outil ENCORE qui permet d'identifier pour chaque activité du Groupe les dépendances potentielles fortes à la nature :

- dépendance aux services culturels liés à la nature pour les activités hôtelières ;
- dépendance à qualité des sols pour assurer la production des fibres végétales et animales nécessaires aux Maisons de Mode et Maroquinerie (chaîne d'approvisionnement) et la production de raisins nécessaires aux Maisons des Vins et Spiritueux ;
- dépendance aux services de pollinisation pour certains ingrédients des Maisons des Parfums et Cosmétiques ;
- dépendance à la capacité des écosystèmes à purifier les eaux de surface et souterraines pour assurer la production des fibres végétales et animales nécessaires aux Maisons de Mode et Maroquinerie (chaîne d'approvisionnement), la production de raisins nécessaires aux Maisons des Vins et Spiritueux et les activités hôtelières.

Les activités du Groupe exposées à un fort stress hydrique et les actions d'adaptation menées sont présentées aux § 4.2.1 et 4.2.4.

Enfin, LVMH Recherche a mis en place des processus complets pour surveiller activement l'évolution des législations internationales et nationales issues du Protocole de Nagoya en matière d'accès aux ressources génétiques et des avantages issus de ces ressources, notamment dans le cadre de la production et de l'utilisation de certains ingrédients parfums et cosmétiques. LVMH évalue leur applicabilité dans le cadre de ses opérations et déploie des plans d'action pour garantir la conformité. Ce cadre comprend des évaluations systématiques lors de l'utilisation de nouvelles matières premières couvrant à la fois les matières premières développées en interne et celles proposées par les fournisseurs, ainsi que les demandes de brevets et les revendications commerciales. Le cas échéant, LVMH prend des mesures correctives pour éviter toute non-conformité comme la demande d'informations aux autorités nationales, la demande aux fournisseurs d'évaluer la possibilité d'obtenir des permis ou l'interruption de l'approvisionnement de matières premières non conformes.

Les communautés locales et autochtones sont également consultées via des processus présentés dans la section Social § 3. Communautés impactées. Les consultations traitent de l'usage des sols et de certaines pratiques comme l'usage de produits phytosanitaires.

## 5.1.2 Interaction entre les impacts biodiversité et la stratégie et le modèle économique du Groupe

Les processus d'identification et d'évaluation des impacts et risques décrits dans le chapitre précédent ont mis en exergue les activités présentées dans le tableau ci-dessous comme étant les plus matérielles au regard de l'enjeu biodiversité.

**Tableau de présentation des impacts biodiversité matériels**

Impacts	Opérations en propre	Chaîne de valeur amont (Approvisionnement... ) et aval (Utilisation des produits... )
<b>Contribution à la dégradation des sols</b>	Vins et Spiritueux : production de raisins répartis comme suit : <ul style="list-style-type: none"> <li>- France (Champagne, Cognac, Provence, Bordelais et Bourgogne) : 64,9 %</li> <li>- Argentine (région de Mendoza) : 12,8 %</li> <li>- Nouvelle Zélande : 9,4 %</li> <li>- États-Unis (Californie) : 5,5 %</li> <li>- Australie : 3,5 %</li> <li>- Chine : 1,7 %</li> <li>- Brésil : 1,6 %</li> <li>- Espagne : 0,6 %</li> <li>- Inde : &lt; 0,1 %</li> </ul> Activités hôtelières	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vins et Spiritueux : production de raisins, orge et seigle</li> <li>- Mode et Maroquinerie : production de coton, cuir, laines, soies et autres fibres (Mode et Maroquinerie)</li> <li>- Parfums et Cosmétiques : production de diverses matières premières végétales (fleur, betterave... )</li> <li>- Montres et Joaillerie : extraction de métaux, métaux précieux et pierres précieuses</li> </ul>
<b>Dégradation d'écosystèmes sensibles (récifs coraliens, forêts tropicales, savanes, zones montagneuses, zones insulaires, etc.) Les résultats détaillés sont présentés dans le tableau ci-dessous</b>	Activité hôtelière, notamment : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amérique Centrale et Amérique du Sud : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brésil (État du Parana)</li> <li>- Mexique (État du Quintana Roo)</li> <li>- Pérou (Cuzco)</li> </ul> </li> <li>- Afrique : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Botswana</li> </ul> </li> <li>- Asie : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambodge</li> <li>- Indonésie (Bali)</li> <li>- Laos</li> <li>- Thaïlande</li> </ul> </li> <li>- Europe : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Espagne</li> <li>- Italie</li> </ul> </li> </ul>	Activités de navigation
<b>Déforestation et fragmentation, dégradation, perte d'habitats terrestres</b>	Vins et Spiritueux : production de raisins	Certaines filières d'approvisionnement des groupes d'activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie et Vins et Spiritueux avec un risque accru pour les approvisionnements en bois et dérivés du bois (papier, carton, viscose), le cuir et les dérivés d'huile palme utilisés dans les produits cosmétiques.
<b>Impacts directs et indirects des activités de restauration sur l'état des écosystèmes</b>		Activités de restauration

Par ailleurs, LVMH a évalué l'exposition de ses opérations aux sites naturels protégés, aux aires de biodiversité d'importance stratégique ainsi qu'aux espèces animales et végétales de la liste rouge UICN. Au total, dans un rayon de 1km autour des sites du Groupe sont présentes 218 aires protégées, 48 aires de biodiversité d'importance stratégiques et 2 936 espèces animales et végétales dont 397 espèces classées CR (en danger critique d'extinction), 1 011 espèces classées EN (en danger d'extinction) ou 1 529 espèces

classées VU (vulnérable) dans la liste rouge de l'UICN. Les sites LVMH situés à moins d'1km d'une zone protégée représentent une surface de 2 897 hectares. Les cinq sites avec la plus grande exposition aux écosystèmes sensibles (nombre d'aires protégées, d'aires de biodiversité d'importance stratégique et nombre d'espèces végétales et animales en danger dans un rayon de 1km) sont présentés dans le tableau ci-dessous.

## Tableaux de présentation de l'exposition des opérations directes de LVMH aux écosystèmes sensibles

	Continent	Nom d'aires protégées dans un rayon de 1 km autour des activités LVMH	Impacts environnementaux sur les zones de biodiversité et actions de mitigation
<b>Aires protégées</b>	Afrique (1 site)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parc national : 1</li> <li>- Site Ramsar et site du Patrimoine : 1</li> <li>- Conservatoire communal : 5</li> <li>- Réserve forestière : 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les activités du Groupe n'impactent pas directement et significativement les zones de biodiversité.</li> <li>- Des systèmes de management environnemental des sites industriels et logistiques ainsi que des hôtels selon des standards internationaux reconnus comme la certification ISO 14001 sur les sites industriels et logistiques du Groupe et la certification EarthCheck pour les hôtels sont déployés.</li> </ul>
	Europe (3 sites)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventaire fédéral des tourbières de haute importance nationale : 3</li> <li>- Inventaire fédéral des marais d'importance nationale : 2</li> <li>- Réseau Emeraude : 1</li> <li>- Réserve naturelle marine protégée : 1</li> <li>- Parc naturel régional : 1</li> <li>- Aire marine naturelle d'intérêt internationale : 1</li> <li>- Parc national : 1</li> <li>- Conservatoire du littoral : 1</li> <li>- Site Ramsar : 1</li> <li>- Sanctuaire pour mammifères marins : 1</li> <li>- Aire protégée d'importance méditerranéenne (convention de Barcelone) : 1</li> <li>- Aire spéciale de conservation (directive habitat) : 4</li> <li>- Aire spéciale de protection des oiseaux : 2</li> </ul>	
	Amérique (1 site)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arrêté de protection de biotope : 1</li> <li>- Site Ramsar : 1</li> <li>- Aire protégée spéciale (convention de Carthagène) : 1</li> <li>- Conservatoire du littoral : 1</li> </ul>	
<b>Aires de biodiversité d'importance stratégique</b>	Amérique du sud (3 sites)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réserve nationale : 1</li> <li>- Parc National : 3</li> <li>- Autres aires de biodiversité : 8</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les activités du Groupe n'impactent pas directement les zones de biodiversité.</li> <li>- Des systèmes de management environnemental des sites industriels et logistiques ainsi que des hôtels selon des standards internationaux reconnus comme la certification ISO 14001 sur les sites industriels et logistiques du Groupe et la certification EarthCheck pour les hôtels sont déployés.</li> </ul>
	Afrique (1 site)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aires de biodiversité : 1</li> </ul>	
	Asie (1 site)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aires de biodiversité : 2</li> </ul>	
<b>Exposition aux espèces végétales et animales en danger</b>	Continent	Nombre d'espèces classées CR, EN et VU dans la liste rouge de l'IUCN et présentes dans un rayon de 1 km autour des activités LVMH	Impacts environnementaux sur les zones de biodiversité et actions de mitigation
Asie (5 sites)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CR : 41</li> <li>- EN : 99</li> <li>- VU : 293</li> </ul>	Ces sites sont situés en zone urbaine à proximité de forêts équatoriales riches en biodiversité. Les activités n'affectent directement aucune de ces espèces.	

## 5.2 Modalités de gestion de l'impact sur les écosystèmes, les sols et les espèces végétales et animales

### 5.2.1 Politique liée aux impacts sur les écosystèmes et les sols

Dans le cadre de sa stratégie environnementale LIFE 360, LVMH déploie une politique et des plans d'action biodiversité directement en lien avec les impacts matériels comme la contribution à la dégradation des sols, la dégradation d'écosystèmes sensibles, les impacts directs et indirects des activités de restauration sur l'état des écosystèmes, ainsi que la déforestation et la fragmentation, la dégradation et la perte d'habitats terrestres.

#### Contribution à la dégradation des sols

##### 1) Certification des matières premières stratégiques

Le groupe LVMH s'est doté d'une stratégie d'approvisionnement responsable, encadrée par les objectifs LIFE 360. Ceux-ci engagent les Maisons à acheter et produire, d'ici 2026, 100% de leurs matières premières stratégiques certifiées par les standards environnementaux retenus par le Groupe et présentés dans le tableau des résultats 2024, qu'ils concernent la matière première ou le site de production. Ces standards garantissent une bonne préservation des écosystèmes dont les sols en limitant l'usage des produits phytosanitaires. La liste des matières premières stratégiques comprend :

- le raisin, le seigle et l'orge ;
- les cuirs bovins-ovins et les peaux brutes de veaux, agneaux, cuirs exotiques et fourrures ;
- le coton ;
- les laines ;
- les duvets et plumes ;
- la viscose ;
- la soie ;
- les bois, papiers et cartons ;
- les pierres et métaux précieux ;
- l'huile de palme et ses dérivés ;
- le soja et ses dérivés pour un usage cosmétique ;
- l'alcool ;
- les ingrédients iconiques des Maisons de Parfums et Cosmétiques.

Les autres matières premières utilisées par le Groupe (représentant environ 33% des quantités totales de matières premières) font l'objet d'un suivi dédié et d'une démarche d'approvisionnement responsable mais sans objectif de certification.

Les standards de certifications recommandés par le groupe LVMH doivent couvrir l'ensemble des points mentionnés ci-dessous :

- une séparation des flux physiques tout au long de la chaîne ;
- le déploiement de systèmes d'assurance qualité et de vérification robustes et neutres, passant par une généralisation des audits à l'ensemble de la chaîne visant à la fois les sujets sociaux et environnementaux comme la réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires qui ont un impact direct sur la préservation de la biodiversité.

En cas de niveau de garantie non satisfaisant d'une certification, le Groupe complète son approche par des audits dédiés ou par le déploiement d'une certification complémentaire. Enfin, LVMH participe activement à soutenir les programmes de certification via l'achat de matières certifiées mais aussi via la participation aux comités d'experts en collaboration avec d'autres parties prenantes.

La gouvernance de la politique d'approvisionnement responsable s'appuie sur le déploiement de comités sourcing avec les experts des Maisons concernées dédiés aux matières premières suivantes : cuir, cuir exotique, fourrures, laines et cachemire, textiles (coton, soie, viscose et autres textiles), métaux, bois et dérivés du bois, ingrédients cosmétiques, diamant, or et pierre de couleurs (rubis, saphir et émeraude). Ces comités se réunissent deux fois par an, révisent la liste des standards retenus par LVMH et assurent le pilotage et l'atteinte des objectifs avec la collaboration active des Maisons. Ils sont aussi une instance qui permet aux différents départements du groupe LVMH de passer les messages clés aux équipes opérationnelles dans les Maisons comme la mise à jour du Code de conduite Fournisseurs et partenaires commerciaux.

#### *La traçabilité des chaînes d'approvisionnement*

Dimension stratégique de la politique de sourcing responsable porté par un objectif LIFE 360, la traçabilité et le mapping des filières d'approvisionnement fait l'objet d'un plan d'action dédié. En permettant de mieux tracer les filières d'approvisionnement notamment jusqu'au champ ou jusqu'à la mine, ce plan d'action permet de mieux cibler les actions de préservation des sols. Plusieurs étapes permettront d'atteindre l'engagement du Groupe sur la transparence des chaînes d'approvisionnement en matières premières : la connaissance des pays d'origine pour les matières premières stratégiques et l'implémentation d'outils de cartographie fournisseurs selon les secteurs et la maturité des filières.

##### 2) Déploiement de l'agriculture régénératrice

Dans le cadre de l'objectif de régénérer, préserver ou restaurer d'ici 2030 l'équivalent de cinq millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore, le Groupe déploie des programmes d'agriculture régénératrice pour les matières agricoles stratégiques. L'agriculture régénératrice vise à revitaliser la santé des sols, restaurer les fonctions écosystémiques (biodiversité, cycle de l'eau) et garantir une stabilité socio-économique pour les acteurs impliqués (agriculteurs, communautés), tout en assurant la production de matières premières de haute qualité. L'engagement de LVMH se traduit par des actions concrètes (fin du labours, couverture des sols, rotation des cultures, utilisation d'engrais organiques...) et par le déploiement de programmes d'agriculture régénératrice dans les filières d'approvisionnement pour des matières premières stratégiques telles que le raisin pour les Vins et Spiritueux, le coton, les laines et le cuir pour la Mode et Maroquinerie, et la palme, la betterave et les ingrédients iconiques pour les Parfums et Cosmétiques.

Depuis 2022, LVMH a rejoint l'organisation One Planet Business for Biodiversity (OP2B) dédiée à l'agriculture régénératrice et à la préservation des écosystèmes à forte valeur. LVMH a développé des guides pratiques de mise en œuvre de l'agriculture régénératrice et s'est entouré d'un réseau d'experts comme Biosphères, Earthworm, Circular Bioeconomy Alliance, Pour une Agriculture du Vivant et Hectar. Un comité scientifique composé d'experts externes et indépendants valide la démarche et les projets et se réunit annuellement. Des indicateurs de pratiques et de performance ont été définis pour chaque matière première. Un suivi de la santé des sols est mis en œuvre pour monitorer les progrès : analyses, image satellite... Enfin, les fournisseurs commencent à déployer des certifications telles que RegenAgri et ROC.

### Déforestation et fragmentation, dégradation, perte d'habitats terrestres

Le Groupe s'est fixé l'objectif de zéro déforestation et conversion d'écosystèmes naturels au sein des opérations et chaînes d'approvisionnement d'ici 2025. Parmi les matières premières considérées comme à risque en matière de déforestation, LVMH est concerné par le bois et les dérivés du bois (papier, carton et viscosité), les dérivés d'huile de palme et le cuir. Ces matières ont été identifiées à l'aide des empreintes environnementales de la chaîne de valeur LVMH. LVMH a quantifié l'intensité de déforestation potentielle liée à l'approvisionnement de ces trois matières au regard des pays d'origine et des pratiques de production : elle représente 200 hectares par an (incluant l'alimentation animale). Cette intensité est calculée à partir des données matières premières de l'année 2023 (quantité, origine et certification). Cette quantification permet de prioriser les actions et mesurer les progrès associés.

LVMH continue par ailleurs de déployer la politique suivante :

- LVMH travaille à la traçabilité complète de ses chaînes d'approvisionnement. Elle permet une évaluation précise de l'intensité de déforestation potentielle à l'échelle de la parcelle (voir section Gouvernance § 1.6.2) ;
- LVMH met en œuvre un certain nombre de partenariats ;
- le Groupe est partenaire depuis le printemps 2021 de l'ONG Canopy dont le programme vise à éviter toute déforestation dans les filières bois et carton ainsi que viscosité ;
- comme de nombreuses Maisons du Groupe, LVMH est adhérent FSC France dont la stratégie vise à certifier la gestion durable des forêts, à transformer les marchés et catalyser le changement ;
- LVMH et ses Maisons demandent à leurs partenaires tanneurs de bannir tout approvisionnement en peaux issues du bassin amazonien ;

- LVMH déploie des programmes d'agroforesterie dans les régions à fort risque. Ainsi, le Groupe poursuit des projets d'agroforesterie dans la filière palme en Indonésie avec d'autres partenaires industriels. Ce sont plus de 400 000 hectares de forêts qui sont protégés.

### Dégradation d'écosystèmes sensibles

Afin de réduire au maximum l'impact de ses activités les plus exposées aux zones de biodiversité protégées comme les activités hôtelières, aux aires de biodiversité d'importance stratégiques ainsi qu'aux espèces animales et végétales en danger (voir § 5.1.2), le Groupe déploie la politique suivante :

- déploiement de systèmes de management environnemental des sites industriels et logistiques ainsi que des hôtels selon des standards internationaux reconnus comme la certification ISO 14001 sur les sites industriels et logistiques du Groupe et la certification EarthCheck pour les hôtels. Les standards intègrent des critères permettant de prendre en compte la biodiversité locale et l'impact du site sur les écosystèmes. LVMH systématise également la certification des bâtiments lors de leur construction ou de leur rénovation selon des standards reconnus tels que HQE, BREEAM ou LEED. Ces standards prennent en compte des critères tels que l'intégration paysagère et la préservation des écosystèmes locaux ;
- programme de préservation des écosystèmes au sein des et proche des opérations LVMH comme l'inclusion arbustive au sein des vignobles.

### Impacts directs et indirects des activités de restauration sur l'état des écosystèmes

Une politique et un plan d'action associés en lien avec les activités de restauration du Groupe seront présentés en 2025.

Par ailleurs, les Maisons 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.

### Programmes de préservation d'écosystèmes

Le Groupe s'engage à régénérer, préserver ou restaurer d'ici 2030 l'équivalent de cinq millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore, soit au sein des filières d'approvisionnement via le déploiement de programmes d'agriculture régénératrice présentés dans le § 5.2.1 Politique liée aux impacts sur les écosystèmes et les sols et en lien avec les enjeux matériels, soit via une contribution à l'effort collectif de régénération et de préservation des écosystèmes et de préservation d'espèces végétales et animales particulièrement en danger en dehors des chaînes de valeur du Groupe.

## 5.2.2 Actions et ressources liées

En 2024, LVMH a déployé des plans d'action qui recouvrent les éléments de la stratégie LIFE 360 du Groupe et la hiérarchie des mesures d'atténuation des impacts sur la biodiversité :

- mesurer et évaluer les impacts et les dépendances à la nature : mise à jour de l'empreinte biodiversité et évaluation des risques biodiversité ;
- éviter et réduire les impacts sur la biodiversité : production et achats de matières premières certifiées, formation des équipes achats à la lutte contre la déforestation, tracer les filières d'approvisionnement ;
- régénérer et préserver les écosystèmes : production et achat de matières premières issues de l'agriculture régénératrice, projets de restauration d'écosystèmes proches des activités des Maisons du Groupe.

Ces plans d'action sont en lien avec les impacts et risques matériels du Groupe et contribuent à l'atteinte des objectifs présentés dans le § 4.3.3. LVMH n'a recours à aucune compensation en faveur de la biodiversité mais suit les travaux en cours portés par l'International Advisory Panel on Biodiversity Credits (IAPB).

La traçabilité des matières premières et le mapping des chaînes d'approvisionnement sont des outils essentiels au déploiement de tous les plans d'action biodiversité. Face à l'évolution constante de la législation sur les droits humains, la protection de l'environnement et les devoirs de diligence raisonnée des entreprises donneuses d'ordre, le Groupe a lancé dès 2020 un projet de traçabilité de ces chaînes d'approvisionnement sur ses matières premières stratégiques. Ce projet, intitulé MAP & TRACE, s'est matérialisé en 2022 par une approche par secteur d'activités du Groupe : Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie. En 2024, LVMH a déployé les actions suivantes :

- pour les matières Parfums et Cosmétiques, le consortium TRaceability Alliance for Sustainable CosMEtics (TRASCE) vise à améliorer la traçabilité des composants clés des formules et des emballages de la filière cosmétique. La FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté) soutient également le projet. Les membres fondateurs se sont engagés à travailler collectivement à la cartographie de leurs chaînes d'approvisionnement sur une plateforme digitale commune, Transparency-One. À terme, le consortium a l'ambition de consolider une approche commune de l'analyse des risques RSE liés, afin de définir des plans de progrès partagés ;

- pour les matières liées à la Mode et Maroquinerie, des éditeurs sont en cours de test afin de doter les Maisons du groupe LVMH d'un outil permettant de cartographier leurs chaînes d'approvisionnement de façon plus automatisée et systématique.

Dans le cadre de son objectif de régénération, préservation ou restauration de 5 millions d'hectares, LVMH déploie des plans d'action dans les trois groupes d'activités concernés : Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques et Vins et Spiritueux. Les surfaces concernées ont continué de croître en 2024 avec 3,8 millions d'hectares (dont 38 000 hectares d'agriculture régénératrice au sein des filières LVMH). Des partenariats avec les filières et les fournisseurs sont déployés pour accélérer la transition agricole :

- **Parfums et Cosmétiques** : les Maisons Parfums Christian Dior, Givenchy et Kenzo se sont engagées en 2024 dans un programme commun visant à réduire l'impact environnemental de la culture de la betterave française à l'origine des alcools utilisés pour la production des parfums. Les trois Maisons soutiennent la transition vers l'agriculture régénératrice de 380 hectares de cultures dans le Grand Est pour produire l'équivalent de 45% des besoins en alcool. L'initiative s'inscrit ici sous la forme d'un partenariat avec Cristal Union, une coopérative agricole qui regroupe plus de 11 000 professionnels de la filière de la betterave, de sa culture à sa production et sa commercialisation sous forme de sucre, alcool ou bioéthanol. Ce projet s'appuie sur l'Indice de Régénération, outil développé et vérifié par l'association « Pour une Agriculture du Vivant », permettant d'évaluer le score agroécologique des fermes et d'accompagner les agriculteurs dans leur démarche de progrès. En complément et pour une durée de cinq ans, LVMH finance un programme de Recherche et Développement avec Cristal Union au sein de 12 exploitations en vue de tester de nouvelles pratiques agronomiques visant notamment à :

- réduire les apports en azote dans la culture de la betterave à travers l'optimisation des couverts végétaux ;
- limiter les apports d'engrais d'origine minérale à travers une utilisation renforcée des matières organiques.

Dans le cadre de ces essais, les trois Maisons travaillent avec Genesis, sélectionnée par La Maison des Startups LVMH et récompensée à VivaTech pour son outil de mesure de l'état de santé et de la qualité des sols. Genesis sera chargé de collecter de manière régulière et géolocalisée des informations précises sur les sols dans le but d'évaluer l'impact des pratiques agricoles sur leur santé et leur contribution aux fonctions écosystémiques.

- **Mode et Maroquinerie** : L'approvisionnement responsable en coton se traduit par des projets en Turquie et au Tchad : LVMH, partenaire de la Circular Bioeconomy Alliance créée en 2020 par Sa Majesté le Roi Charles III lorsqu'il était Prince de Galles, soutient un programme de production d'agroforesterie et de production de coton régénératif autour du lac Tchad. Lancé fin 2022, le projet connaît des avancées significatives en 2024 avec plus de 500 agriculteurs formés dans deux régions du lac Tchad et la création d'une pépinière de 12 hectares pour fournir les plantes nécessaires aux agriculteurs pour la restauration de 300 hectares. Aux États-Unis, un nouveau projet renforce l'accès des Maisons à un coton issu de l'agriculture biologique et certifié régénératif. LVMH déploie également des programmes d'agriculture régénératrice avec ses fournisseurs de laine en Australie représentant un montant annuel de 100 000 euros visant à accompagner les éleveurs locaux et adapter les pratiques (réduction des fertilisants, usage optimisé de l'eau...).
- **Vins et Spiritueux** : Tous les vignobles Moët Hennessy ont débuté des programmes d'agriculture régénératrice en généralisant par exemple la pratique du couvert végétal. Partenaire de « Pour une Agriculture Du Vivant », certaines Maisons de vins testent notamment « l'indice de régénération » permettant de mesurer et d'accompagner la régénération des sols et de la biodiversité. Domaine Chandon Australia mène un projet de restauration d'un écosystème de marais riche en biodiversité végétale et animale et situé en bordure des vignobles de la Maison. Sous l'égide de la démarche « Greening Australia » et en partenariat avec la ville de Melbourne, la Maison restaure les étangs et les habitats d'espèces en danger. En 2024, ce sont un million d'arbres (essences locales) qui ont été replantés, 64 hectares restaurés et 300 000 euros investis. Le projet se poursuivra jusqu'en 2029 avec un montant d'investissement annuel de l'ordre de 500 000 euros.

En tant qu'acteurs de la société civile, LVMH et ses Maisons s'engagent dans le financement de projets permettant la préservation ou la restauration d'écosystèmes en dehors de ses filières d'approvisionnement. Dans ce cadre, LVMH et l'UNESCO ont lancé un programme pour lutter contre les facteurs de la déforestation en Amazonie doté d'un fonds de cinq millions d'euros sur cinq ans. Il propose de s'attaquer aux origines de la déforestation et de la pollution des eaux du bassin amazonien en associant huit réserves de biosphère en Bolivie (Pilon-Lajas, Beni), en Équateur (Yasuni, Sumaco, Podocarpus-El Cóndor), au Brésil (Amazonie Centrale) et au Pérou (Manu, Oxapampa-Asháninka-Yanesha). Toujours dans le bassin amazonien, LVMH déploie également un projet avec la Foundation for Amazon Sustainability (FAS), qui lutte contre la déforestation en Amazonie. LVMH engage un million d'euros sur deux ans dans le partenariat FAS afin de réconcilier protection de l'environnement et développement durable dans le respect des contextes culturels locaux. Ce projet se fonde sur trois axes principaux : la conservation de la biodiversité et de l'écosystème, l'éducation et renforcement des capacités, des chaînes d'approvisionnement durables sur le territoire.

En 2024, LVMH a rejoint le programme du WWF pour la préservation de la forêt du Bassin du Congo. Ce projet vise à mettre en place des actions innovantes pour soutenir des pratiques agroforestières durables. Cela inclut des projets de certification forestière et d'agroforesterie. En Afrique, LVMH est également un membre de la Coalition internationale « Corridors de biodiversité en Afrique » portée par l'organisation Climate Chance.

Moët Hennessy poursuit son engagement avec Reforest'Action pour lancer des programmes de reforestation au Kenya, en Chine, aux États-Unis, en Afrique du Sud mais aussi au sein de ses vignobles. Louis Vuitton contribue à préserver les ressources naturelles en signant un partenariat de cinq ans avec l'association People For Wildlife, et auprès des communautés locales, pour maintenir et régénérer la biodiversité au sein d'une zone naturelle australienne de 400 000 hectares.

### 5.2.3 Objectifs associés

Les objectifs volontaires retenus par le Groupe dans le cadre de la préservation de la biodiversité sont les suivants :

	<b>Zéro Déforestation</b>	<b>Certification des matières premières stratégiques</b>	<b>Préserver, régénérer ou restaurer 5 millions d'hectares</b>	<b>Tracer les filières d'approvisionnement</b>	<b>Déploiement de systèmes de management de l'environnement</b>
<b>Nature de l'objectif</b>	Contribution à la réduction du risque de déforestation, fragmentation, perte d'habitat et de conversion d'écosystèmes pour toutes les activités du Groupe	Contribution à la réduction de l'utilisation et dégradation des sols pour des productions agricoles et des extractions minières	Contribution à la réduction de l'utilisation et dégradation des sols pour des productions agricoles et des extractions minières	Contribution à la réduction de l'utilisation et dégradation des sols pour des productions agricoles et des extractions minières	Contribution à la réduction de l'exposition aux écosystèmes sensibles notamment pour les activités hôtelières
<b>Cible</b>	Zéro déforestation et conversion d'écosystèmes naturels au sein des opérations et chaînes d'approvisionnement du Groupe	Certification à hauteur de 100 % des volumes d'approvisionnement des matières premières stratégiques	Régénération, préservation ou restauration de cinq millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore	Déploiement d'un système de traçabilité dédié, garantissant une traçabilité des composants et matières premières pour 100 % des filières stratégiques	100 % des sites hôteliers, de production et logistiques avec un système de management environnemental certifié en 2026.
<b>Année cible</b>	2025	2026	2030	2030	2026
<b>Périmètre</b>	Opérations du Groupe et filières d'approvisionnement	Filières d'approvements stratégiques	Filières d'approvements stratégiques	Filières d'approvements stratégiques	Sites hôteliers, de production et logistiques du Groupe
<b>Valeur de référence</b>	220 hectares	0 %	Variable (tableau détaillé)	Variable (tableau détaillé)	43 %
<b>Année de référence</b>	2021	2013 à 2021 selon la matière première	2021	2021	2013
<b>Méthode</b>	Alignement avec le règlement européen EUDR et les Science Based Targets for Nature	Alignement avec les cibles 10 et 15 du Cadre Mondial pour la Biodiversité	Alignement avec les cibles 10 et 15 du Cadre Mondial pour la Biodiversité	Alignement avec les cibles 10 et 15 du Cadre Mondial pour la Biodiversité	Alignement avec la cible 15 du Cadre Mondial pour la Biodiversité
<b>Preuve scientifique</b>	Données annuelles d'achat de matières premières (quantité, origine, certification)	Certification des matières premières par des tierces parties accréditées	Certification des matières premières par des tierces parties accréditées, analyse de la santé des sols	/	Certification des systèmes de management par des tierces parties accréditées
<b>Partie prenante</b>	Chaîne de valeur avale (fournisseurs directs, agriculteurs...)	Chaîne de valeur avale (fournisseurs directs, agriculteurs...)	Chaîne de valeur avale (fournisseurs directs, agriculteurs...)	Chaîne de valeur avale (fournisseurs directs, agriculteurs...)	/
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	/	/	/	/	/
<b>Indicateurs de performance associés</b>	Intensité de déforestation et de conversion d'écosystèmes en hectares	Pourcentage des quantités de matières premières stratégiques certifiées	Surface agricole liées à des achats de matières premières stratégiques issues de l'agriculture régénératrice : consolidation des quantités de matières premières stratégiques achetées dont celles bénéficiant d'une certification agriculture régénératrice ou étant produits selon les critères d'agriculture régénératrice définis par LVMH	Pourcentage des quantités de matières premières stratégiques avec une origine connue (pays d'origine...)	Pourcentage de sites hôteliers, de production et logistiques avec un système de management environnemental certifié

## Détail des objectifs de certification des matières premières par groupe d'activités

### Vins et Spiritueux

Le groupe d'activités Vins et Spiritueux est activement engagé dans la viticulture durable, biologique ainsi que régénératrice, ce qui permet de réduire de façon drastique son impact sur l'environnement, notamment via la réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires et donc la dégradation des sols et l'impact sur les écosystèmes.

L'intensification du déploiement de la viticulture durable, biologique ou régénératrice dans les vignobles des Maisons et des livreurs de raisins (fournisseurs indépendants de raisins) a donc été retenue comme objectif LIFE 360. Les certifications sont multiples selon la localisation du vignoble : Viticulture Durable en Champagne, Certification Environnementale en Cognac (HVE), biologique pour certains vignobles, Napa Green en Californie... Les objectifs LIFE 360 sont les suivants :

- pour les vignobles en propre : 100% des volumes de raisin issus de la viticulture durable, biologique ou régénératrice en 2026 ;
- pour les vignobles partenaires/fournisseurs (Champagne, Cognac, Vins) : 50% des volumes de raisins issus de la viticulture durable, biologique ou régénératrice en 2026.

### Mode et Maroquinerie

Les activités de Mode et Maroquinerie ont retenu neuf objectifs majeurs à l'horizon 2026 :

- l'approvisionnement en cuir de bovins et ovins, en cuir exotique de tanneries de rang 1 certifiées LWG à hauteur de 90% des volumes achetés ; issu de tanneries de rang 2 et au-delà certifiées LWG ou ISO 14001 à hauteur de 50% des volumes achetés. La certification LWG est un standard créé par le Leather Working Group pour améliorer la performance environnementale des tanneries (énergie, eau, déchets, traçabilité) et réduire leurs impacts sur les écosystèmes ;
- l'approvisionnement en cuir exotique issu d'abattoirs et/ou de fermes certifiées selon des standards de certification qui couvrent le respect de la bien-être animale, des femmes, des hommes et de l'environnement tels que le Standard for Responsible Crocodilian Production, l'ICFA (International Crocodilian Farmers Association), la South African Business Chamber of Ostriches (SAOBC) et le standard prochainement délivré par la South East Asian Reptile Conservation Alliance (SARCA). Sur ces bases, le Groupe poursuit également la certification SRCP de la totalité des fermes de crocodiles approvisionnant la tannerie du Groupe ;
- l'approvisionnement en peaux issues de fermes certifiées pour la fourrure à hauteur de 100% des volumes achetés, notamment en déployant les certifications reconnues sous le programme FurMark ;

- l'approvisionnement en coton durable à hauteur de 100% des volumes achetés. Les cotons organiques et régénératifs sont favorisés tout comme le coton recyclé. Ces options permettent de réduire l'utilisation et la dégradation des sols ;
- l'approvisionnement en laine durable à hauteur de 100% des volumes achetés. La laine durable est soit recyclée, soit provient d'élevages certifiés selon des standards de bien-être animale et de préservation de l'environnement tels que le Responsible Wool Standard (RWS), le Responsible Mohair Standard (RMS), le Code of Practice de la Sustainable Fibre Alliance (SFA), ou le Global Recycle Standard (GRS). Ces options permettent de réduire l'utilisation et la dégradation des sols ;
- l'approvisionnement en viscose durable à hauteur de 100% des volumes achetés, qu'elle soit recyclée ou achetée auprès de fournisseurs classés vert dans le classement Canopy. Ces options permettent notamment de lutter contre la déforestation ;
- l'approvisionnement en soie durable (GOTS ou mix GOTS-GRS) à hauteur de 100% des volumes achetés ;
- l'approvisionnement en plumes et duvet recyclés ou achetés auprès de fournisseurs certifiés Responsible Down standard (RDS) à hauteur de 100% des volumes achetés ;
- l'intégration dans les relations fournisseurs de la Charte relative à l'approvisionnement des matières premières animales.

### Parfums et Cosmétiques

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques s'est doté de trois objectifs LIFE 360 majeurs à l'horizon 2026 dans le cadre de sa *supply chain* fournisseurs :

- l'approvisionnement en huile de palme durable à hauteur de 100% des volumes incluant l'huile de palme certifiée RSPO et l'huile de palme issue d'agriculture régénératrice. Cette certification permet de contribuer à la lutte contre la déforestation ;
- l'approvisionnement en alcool durable à hauteur de 100% des volumes incluant l'alcool de betterave biologique ou issu de l'agriculture régénératrice ainsi que les solutions alternatives et innovantes ;
- la certification UEBT de l'ensemble des ingrédients iconiques des Maisons. Cette certification qui intègre des critères environnementaux permet de garantir une réduction des impacts environnementaux sur les écosystèmes.

Par ailleurs, le groupe d'activités participe à des initiatives spécifiques traitant de l'approvisionnement en mica (RMI). Le département Recherche & Développement et les Maisons sont également engagés sur l'ethnobotanique depuis des années. Ils identifient 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. Le partenariat peut se concrétiser de différentes manières au travers d'un accompagnement financier, d'une aide technique et scientifique, ou d'un mécénat de compétences en mettant à disposition de ses partenaires des expertises présentes dans les équipes de LVMH.

## Montres et Joaillerie

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie s'est doté de trois objectifs LIFE 360 majeurs à l'horizon 2026 dans le cadre de sa chaîne d'approvisionnement :

- l'approvisionnement en or responsable à hauteur de 100% des volumes incluant la certification Responsible Jewellery Council (RJC) de ses fournisseurs (RJC Code of Practices a minima) et des affineurs (RJC Chain of Custody) à l'origine de l'or utilisé par les Maisons. Le Groupe travaille actuellement à la reconnaissance d'autres standards à adopter, spécifiquement sur l'extraction minière tels que le World Gold Council Responsible Mining Principles, que IRMA (Initiative for Responsible Mining Assurance), Fairmined, Fairtrade ou les initiatives CRAFT et Swiss Better Gold Association (SBGA);
- l'approvisionnement en diamants issus de fournisseurs certifiés RJC COP à hauteur de 100% des volumes;
- l'approvisionnement en pierres de couleur issues de fournisseurs certifiés RJC COP ou équivalent, ou vérifiées sur la plateforme du GJCP (Gemstones and Jewellery Community Platform) à hauteur de 100% des volumes. Toutes les Maisons de Montres et Joaillerie sont certifiées RJC (Responsible Jewellery Council), CoP (Code of Practice). Dans le cadre des objectifs LIFE 360, elles se sont appuyées sur cette certification, déployée dans les filières d'approvisionnement en or et diamants, pour développer leur approvisionnement responsable. Particulièrement engagée, Bulgari a mis l'accent sur le déploiement de la certification RJC COC à l'ensemble de ses partenaires joailliers et affineurs. Le Groupe et ses Maisons participent également à une initiative, le Coloured Gemstones Working Group (CGWG), avec d'autres acteurs du secteur. Le CGWG vise à déployer les meilleures pratiques environnementales et sociales dans la filière pierres de couleur en mettant à disposition, en open source, à tous les acteurs de l'industrie, l'ensemble des outils développés par l'initiative et en leur permettant d'évaluer la maturité de leurs pratiques.

## 5.2.4 Métriques liées

### Gestion des métriques en lien avec la biodiversité

	Définition
<b>Nom et description des métriques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toutes activités du Groupe : intensité de déforestation et de conversion d'écosystème.</li> <li>- Toutes activités du Groupe : part certifiée des achats de matières premières stratégiques.</li> <li>- Toutes activités du Groupe : Surface agricole liées à des achats de matières premières stratégiques issues de l'agriculture régénératrice.</li> <li>- Toutes activités du Groupe : pourcentage de sites hôteliers, industriels et logistiques avec un système de management environnemental certifié.</li> </ul>
<b>Méthodologie utilisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensité de déforestation et de conversion d'écosystème : calcul de l'intensité de déforestation et de conversion d'écosystèmes à partir des données annuelles d'achat de matières premières (quantité, origine, certification) basé sur des données de l'année N-1 du fait du temps nécessaire au calcul de la donnée.</li> <li>- Part certifiée des achats de matières premières stratégiques : consolidation des quantités de matières premières stratégiques achetées dont celles bénéficiant de certifications selon les standards retenus par le Groupe (détail ci-dessous).</li> <li>- Surface agricole liées à des achats de matières premières stratégiques issues de l'agriculture régénératrice : consolidation des quantités de matières premières stratégiques achetées dont celles bénéficiant d'une certification agriculture régénératrice ou étant produits selon les critères d'agriculture régénératrice définis par LVMH.</li> <li>- Pourcentage de sites hôteliers, industriels et logistiques avec un système de management environnemental certifié : consolidation annuelle des certifications d'hôtels, sites industriels et sites logistiques selon les standards reconnus par le Groupe.</li> </ul>
<b>Limite</b>	/
<b>Unité de mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensité de déforestation et de conversion d'écosystème : hectares.</li> <li>- Part certifiée des achats de matières premières stratégiques : pourcentage des quantités totales achetées.</li> <li>- Surface agricole les à des achats de matières premières stratégiques issues de l'agriculture régénératrice : hectares.</li> <li>- Pourcentage de sites hôteliers, industriels et logistiques avec un système de management environnemental certifié : pourcentage du nombre total d'hôtels, sites industriels et sites logistiques.</li> </ul>

**Définition****Processus de suivi et de validation**

Intensité de déforestation et de conversion d'écosystème :

- Empreinte biodiversité du Groupe via la collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe
- Validation des données par le département Environnement

Part certifiée des achats de matières premières stratégiques :

- Certification des fournisseurs par auditeurs accrédités
- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe
- Validation des données par le département Environnement

Surface agricole liées à des achats de matières premières stratégiques issues de l'agriculture régénératrice :

- Certification des fournisseurs par auditeurs accrédités et/ou suivi de la santé des sols via des outils dédiés
- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe
- Validation des données par le département Environnement

Pourcentage de sites hôteliers, industriels et logistiques avec un système de management environnemental certifié :

- Certification des sites par auditeurs accrédités
- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe
- Validation des données par le département Environnement

**Révisions et ajustements** /

**Fréquence de mise à jour** Annuelle

**Indicateurs biodiversité : résultats en 2024**

	2024	2023	Valeur de référence (année)	Objectif (année)
Connectivité des écosystèmes <i>(en km de haies au sein des sites LVMH)</i>	166	/	/	/
Surface au sol des opérations LVMH <i>(en hectares, sites industriels, centres logistiques, hôtels, fermes et vignobles)</i>	7 060	/	/	/
Surface au sol des opérations LVMH situés à proximité d'une zone de diversité sensible <i>(en hectares, sites industriels, centres logistiques, hôtels, fermes et vignobles situés à moins d'1km d'une zone protégée)</i>	2 898	/	/	/
Intensité de déforestation et de conversion d'écosystèmes de la chaîne de valeur LVMH <i>(en hectares, indicateur en lien avec le changement d'usage des sols)</i>	200	200	220 (2021)	0 (2026)
Surfaces régénérées, préservées ou restaurées (dont agriculture régénératrice au sein des filières) <i>(en millions d'hectares)</i>	3,8	3,1	0 (2020)	5 (2030)
Niveau de déploiement de systèmes de management environnemental certifiés ISO 14001 (sites de production et centres logistiques) <sup>(a)</sup> , EarthCheck (hôtels) <sup>(b)</sup> , etc. <i>(en pourcentage)</i>	74 %	66 % <sup>(c)</sup>	43 % (2013)	100 % (2026)

(a) Les sites éligibles à la certification ISO 14001 sont des sites de production ou logistiques supérieurs à 1 000 m<sup>2</sup>.

(b) Les données incluent les hôtels Belmond et LVMH Hotel Management.

(c) En 2023, le résultat ne prend pas en compte la certification EarthCheck.

## Certification des filières stratégiques : résultats en 2024

Indicateurs	2024	2023	Valeur de référence (année)	Objectif 2026
<b>Groupe</b>				
Papier, carton et bois certifiés <i>(en pourcentage de tonnage de papier, carton et bois certifiés FSC ou PEFC)</i>	78 %	80 %	77 % (2021)	100 %
<b>Vins et Spiritueux</b>				
Raisins certifiés <i>(en pourcentage de tonnage de raisins certifiés Agriculture Biologie, viticulture durable, Sustainable Winegrowing NewZealand, Haute Valeur Environnementale niv. 3, EU Organic farming standard.. Les données intègrent les vins clairs et eaux de vie)</i>	Vignobles LVMH : 96 % Vignobles français : 100 % Reste du monde : 92 % Livres de raisin : 32 %	Vignobles LVMH : 96 % Vignobles français : 100 % Reste du monde : 89 % Livres de raisin : 26 %	Vignobles LVMH : 92 % Vignobles français : 100 % Reste du monde : 90 % Livres de raisin : 4 % (2020)	Vignobles LVMH : 100 %  Livres de raisin : 50 %
<b>Mode et Maroquinerie</b>				
Certification LWG des tanneries de cuir ovin/bovin <i>(en pourcentage de tonnage de cuir issu de tanneries certifiées)</i>	98 %	96 %	25 % (2013)	100 %
Certification LWG des tanneries de cuir de peaux de crocodiliens <i>(en pourcentage de tonnage de peaux de crocodiliens issues de tanneries certifiées)</i>	96 %	89 %	70 % (2021)	100 %
Coton certifié <i>(en pourcentage de tonnage de coton certifié GOTS, Better Cotton, GRS, OCS et supima)</i>	76 %	75 %	2 % (2013)	100 %
Fourrure certifiée (vison et renard) <i>(en pourcentage de peaux provenant de fermes certifiées par l'un des standards reconnus par le programme Furmark)</i>	99,97 %	99,5 %	87 % (2020)	100 %
Laines de mouton (mérinos et autres races) et cachemire certifiée <i>(en pourcentage de laine provenant de fermes certifiées RWS, ZQ, Authentico, New Merino, Sustainawool, Nativa, SFA)</i>	56 %	32 %	24 % (2021)	100 %
Certification de la totalité des fermes de crocodiliens approvisionnant la tannerie du Groupe <i>(en pourcentage de peaux de crocodiliens provenant de fermes certifiées SRCP ou ICFA)</i>	100 %	100 %	86 % (2020)	100 %
<b>Parfums et Cosmétiques</b>				
Dérivés d'huile de palme <i>(en pourcentage de tonnage de dérivés certifiés RSPO Mass Balance ou Segregated)</i>	98 %	95 %	0 % (2013)	100 %
<b>Montres et Joaillerie</b>				
Diamant : Certification RJC COP <i>(en pourcentage de carat de diamants issus de fournisseurs directs certifiés COP)</i>	99,7 %	99,6 %	90 % (2013)	100 %
Or : Certification RJC COP	98 %	95 %	79 % (2013)	100 %
Certification RJC COC	96 %	92 %	77 % (2013)	100 %

## Traçabilité : résultats en 2024

Indicateurs Traçabilité <sup>(a)</sup> <i>(en pourcentage des quantités achetées en 2023)</i>	2024	2023
Cuir ovins et bovins – connaissance du pays d'origine	97,7%	96%
Cuir exotiques – connaissance du pays d'abattage	99,3%	99,9%
Fourrures – connaissance du pays d'élevage ou de la trappe	100%	99,9%
Laines de mouton (mérinos et autres races) et cachemire – connaissance du pays d'élevage	88%	88%
Diamants – connaissance du pays de la mine et/ou de la compagnie minière pour les diamants de plus de 0,2 carat certifiés par un laboratoire gemmologue	99,4%	96%

(a) Données déclarées par les fournisseurs.

## 6. Utilisation des ressources et économie circulaire (LIFE 360 Circularité créative)

Les Maisons de LVMH agissent pour limiter l'impact de leurs produits et services sur le milieu naturel en considérant l'intégralité du cycle de vie. La stratégie du Groupe a été construite en prenant en compte les recommandations et exigences du plan de l'Union européenne en faveur de l'économie circulaire et de la directive cadre sur les déchets.

Dans le cadre de l'analyse de double matérialité, les impacts et opportunités suivants sont considérés comme matériels :

- impact lié à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes incluant les emballages (tous les groupes d'activités) ;
- impact lié à la production de déchets, emballages et PLV tout au long du cycle de vie des produits incluant les étapes de production, de commercialisation et d'utilisation (tous les groupes d'activités) ;

- impact lié aux tensions autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs (Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie) ;
- impact lié à la destruction potentielle des invendus/produits obsolètes (Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques) ;
- impact lié à l'optimisation de l'utilisation des ressources par la longévité des produits (qualité, cycle de vie long, réparabilité, rechargeabilité, etc.) pour les produits des groupes d'activités de Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie ;
- opportunité de développement de nouvelles gammes de produits/services éco-conçus et utilisation de matériaux plus durables (tous les groupes d'activités) ;
- opportunité de développement de nouveaux modèles économiques fondés sur la réutilisation, la recharge, la reprise et la revente des produits (tous les groupes d'activités).

La politique d'approvisionnement responsable est présentée dans le § 5. Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité).

### 6.1 Modalités de gestion des ressources entrantes

#### 6.1.1 Politique liée à l'éco-conception

Dans le cadre de sa stratégie LIFE 360, LVMH déploie une politique d'éco-conception pour limiter en amont les impacts environnementaux liés à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes entrantes et à la production des produits, déchets, emballages et PLV ainsi qu'à la réduction de la tension autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs.

Elle s'appuie notamment sur les quatre convictions de la stratégie LVMH de circularité créative :

- **l'inventivité** : la sélection de nouvelles matières innovantes comme les matières recyclées, biosourcées, certifiées et/ou issues de l'agriculture régénératrice ;

- **la sobriété** : la sélection de procédés de transformation et de fabrication les plus exigeants sur les sites des Maisons et des fournisseurs avec réduction des impacts environnementaux ;
- **l'éternité** : la garantie de produits à longue durée de vie en assurant une haute qualité grâce à des savoir-faire tels que la réparation et la patine ou à de nouvelles technologies telles que la recharge, le remplissage, le relooking des produits ou bien encore la promotion de nouveaux services ;
- **la renaissance** : le soutien au déploiement d'une seconde vie des matières et des produits via le réemploi, réutilisation, le recyclage ou le surcyclage.

Le Groupe et ses Maisons ont défini ensemble des critères spécifiques d'éco-conception pour chaque secteur d'activités. Ils couvrent à minima les sujets suivants :

- l'utilisation de matières premières certifiées, recyclées ou issues de l'agriculture régénératrice ;
- la traçabilité : la connaissance des fournisseurs et du pays d'origine de la matière première principale ;
- la durée de vie et la fin de vie des produits.

Chaque groupe d'activités a adapté ces critères d'éco-conception au regard de ses enjeux environnementaux spécifiques ; des outils sont en cours de déploiement pour permettre le suivi de ces critères ainsi que l'évaluation de l'empreinte environnementale de chaque produit et emballage associé.

LVMH vise également l'arrêt de l'utilisation de plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients d'ici 2026. Pour atteindre cet objectif, les Maisons travaillent à un plan d'action visant :

- l'utilisation de plastiques recyclés ;
- l'utilisation de plastiques bio-sourcés ;
- la substitution des plastiques par d'autres matériaux.

Au regard du marché des plastiques recyclés, cet objectif nécessite un ajustement constant du plan d'action (collaboration et partenariat avec les fournisseurs, formation des équipes...). LVMH a également pour objectif, d'ici à 2030, que 70% des matériaux d'emballage utilisés par les Maisons (emballages clients) soient d'origine recyclée et que la totalité des emballages clients soient recyclables, compostables ou réutilisables. Ce plan d'action s'applique à toutes les Maisons ; il est particulièrement stratégique pour les Maisons du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques qui sont les principales utilisatrices de plastique dans les emballages clients.

Concernant le risque de tension autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs dans les groupes d'activités Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie. LVMH déploie :

- une politique de Recherche et Développement portée par LVMH Gaïa moteur de recherche et d'innovation scientifique du Groupe dédiée aux enjeux environnementaux et d'innovation technologique du luxe. Les centres de recherche Robert-Jean de Vogüé de Moët Hennessy et Hélios des Parfums et Cosmétiques LVMH participent également à ces travaux. D'ores et déjà des projets sont menés sur le développement de protéines ou de pierres de synthèse ;
- des démarches d'éco-conception qui intègrent des indicateurs sur l'origine et la certification de des matières utilisées.

## 6.1.2 Actions et ressources mobilisées

Afin de piloter les démarches et les objectifs d'éco-conception ainsi que de réduction de l'utilisation des ressources entrantes, LVMH et les Maisons du Groupe déploient les outils suivants qui représentent des dépenses annuelles de l'ordre de 500 000 euros :

- **Parfums et Cosmétiques** : les Maisons ont déployé l'IFE (Indice de Performance Environnementale de la Formulation) et l'IPE (Indice de Performance Environnementale des emballages). La note IFE intègre 7 dimensions : origine naturelle : évaluation basée sur une méthode reconnue internationalement (norme ISO 16128) ; traçabilité : connaissance de la chaîne de valeur des ingrédients ; *clean beauty* : intégration des attentes consommateurs et anticipation des restrictions réglementaires potentielles ; *smart formulation* : calcul permettant d'intégrer le moins d'ingrédients possible dans une formule ; score environnement : catégorisation des impacts selon la méthodologie européenne PEF (Product Environmental Footprint) ; score social : évaluation de l'impact social des opérations via la méthodologie développée par le programme des Nations Unies pour l'Environnement ; impact environnemental : biodégradabilité et écotoxicité des ingrédients en fin de vie calculées avec une méthodologie basée sur l'Ecolabel européen et REACH. L'IPE intègre plusieurs critères comme le poids et le volume de l'emballage, son contenu en matières premières recyclées et biosourcées, sa recyclabilité et sa rechargeabilité. La méthodologie de calcul de l'IPE a été mise à jour afin de l'aligner avec les objectifs LIFE 360 et les différentes réglementations.
- **Mode et Maroquinerie** : les Maisons de ce groupe d'activités sont soumises à des critères d'éco-conception organisés autour de trois piliers : matières premières, traçabilité, fin de vie. Pour le premier pilier, un contenu minimal de 50% de matières premières certifiées, recyclées ou issues d'agriculture régénératrice est fixé. Le second pilier « traçabilité » a pour objectif l'identification des fournisseurs le long de la chaîne de valeur : ainsi il est requis de connaître ses fournisseurs de rang 1 et 2 pour le composant principal du produit et le pays d'origine de la matière lorsque cette dernière est d'origine végétale ou animale. Enfin le troisième pilier « fin de vie » permet de vérifier et suivre les services proposés par les Maisons aux clients en lien avec l'allongement de la durée de vie et la fin de vie de leurs produits (dont un index de réparabilité). Un outil dédié développé avec un partenaire expert permet le suivi de ces indicateurs et critères. Il assure également la conformité à l'article 13 de la loi AGEC relatif au partage d'informations environnementales et de traçabilité au moment de l'achat des produits ainsi qu'au calcul d'impact environnemental pour l'affichage environnemental à la fois au niveau français (loi Climat et Résilience) et au niveau européen (Product Environmental Footprint).
- **Vins et Spiritueux et Montres et Joaillerie** : après avoir été définis, les critères d'éco-conception font l'objet de tests dans les Maisons. Les Vins et Spiritueux disposent d'un IPE, dont la méthodologie de calcul a été mise à jour en 2023, et ils testent un outil de mesure de l'empreinte environnementale des emballages.

Ces outils permettent d'une part de mesurer et réduire les impacts des produits et services dès l'étape de création ainsi que de promouvoir et piloter le développement de nouvelles gammes de produits et services éco-conçus. Avec sa stratégie Zéro Waste, Louis Vuitton met tout en œuvre pour réduire au maximum le volume des déchets de matières dès la phase de conception et tout au long du processus de fabrication. Cette démarche s'applique à toutes les collections de maroquinerie et s'étend progressivement aux autres catégories comme les souliers ou le prêt-à-porter. Illustration de cette stratégie en 2024, le *Zippy Wallet* est entièrement confectionné en cuir souple *Monogram Empreinte*. Les renforts du produit sont ainsi conçus à partir des chutes générées lors de la découpe. Cette démarche de recyclage, qui privilégie également l'utilisation d'un seul et unique matériau pour la conception du produit, concourt à l'amélioration du profil environnemental du produit. Plus largement, la Maison Louis Vuitton est engagée dans une

démarche d'éco-conception des produits intégrant notamment le recours à des matières certifiées comme des cuirs certifiés par l'organisme Leather Working Group (LWG). Louis Vuitton forme aussi ses équipes à l'éco-conception, du design à l'industriel en passant par le marketing et favorisant ainsi les boucles créatives innovantes et transversales. Aujourd'hui dans la cadre de l'objectif d'éco-conception du groupe LVMH, ce sont déjà 15% des références produits du Prêt-à-porter Louis Vuitton qui ont été évaluées conformes et plus de 80% des catégories produits couvertes par une analyse du cycle de vie, socle de l'amélioration continue en matière d'éco-conception. Les Maisons de Parfums et Cosmétiques travaillent à la réduction des poids et volumes d'emballage comme Bulgari qui, en 2024, a réduit de 20% le poids du parfum *Le Gemme* et introduit 25% de verre recyclé. L'emballage du Parfum *Bulgari Man* a également vu son taux de matières recyclées augmenter en 2024 pour passer de 5% en 2019 à 16% en 2024.

### 6.1.3 Objectifs associés

Dans le cadre de sa politique d'éco-conception, LVMH s'est fixé les objectifs volontaires suivants :

	<b>Éco-conception de tous les produits et emballages</b>	<b>Zéro plastique d'origine fossile dans les emballages clients</b>	<b>Contenu en matières recyclées des emballages clients</b>
<b>Nature de l'objectif</b>	Contribution à la réduction des impacts environnementaux liés à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes entrantes et à la production des produits, déchets, emballages et PLV ainsi qu'à la réduction de la tension autour des matériaux rares utilisés pour la confection de produits exclusifs  Opportunité de développement de nouvelles gammes de produits/services éco-conçus	Contribution à la réduction des impacts environnementaux liés à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes entrantes et à la production des emballages	Contribution à la réduction des impacts environnementaux liés à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes entrantes et à la production des emballages
<b>Cible</b>	100 % des nouveaux produits éco-conçus en 2030	Zéro plastique d'origine fossile vierge dans les emballages clients	70 % de matières premières d'origine recyclée dans les emballages clients
<b>Année cible</b>	2030	2026	2030
<b>Périmètre</b>	Tous les produits et/ou emballages des groupes d'activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Vins et Spiritueux et Montres et Joaillerie	Tous les emballages clients du Groupe	Tous les emballages clients en verre et plastique du Groupe
<b>Valeur de référence</b>	0	8 632	38
<b>Unité</b>	Pourcentage de référence produit	Tonnes	En pourcentage
<b>Année de référence</b>	2019	2021	2021
<b>Méthode</b>	Plan d'action de l'UE en faveur de l'économie circulaire	Plan d'action de l'UE en faveur de l'économie circulaire	Plan d'action de l'UE en faveur de l'économie circulaire
<b>Parties prenantes</b>	Fournisseurs du Groupe	Fournisseurs du Groupe	Fournisseurs du Groupe

	Éco-conception de tous les produits et emballages	Zéro plastique d'origine fossile dans les emballages clients	Contenu en matières recyclées des emballages clients
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Non	Mise à jour de la donnée réelle avec l'intégration de nouvelles Maisons dans le reporting environnemental	Non
<b>Indicateurs de performance associés</b>	Nombres de produits alignés avec les critères d'éco-conception LIFE 360	Quantité de plastique fossile vierge utilisé dans les emballages clients	Quantité de matières premières d'origine recyclée utilisée dans les emballages clients

## 6.1.4 Indicateurs et résultats

### Gestion des métriques liés à l'éco-conception et aux ressources entrantes

	Définition
<b>Nom et description des métriques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principaux matériaux utilisés pour la fabrication des produits ou des emballages : quantité en tonnes de matières premières vierges ou recyclées nécessaire à la fabrication de produits et emballages.</li> <li>- Matières biologiques : bois, papier, carton, cuirs et cuirs exotiques, fibres textiles végétales, animales et artificielles, fourrure, raisin, ingrédients cosmétiques d'origine végétale dont betterave, dérivés d'huile de palme..., sucres, matières premières d'origine végétale pour les Vins et Spiritueux (hors raisin).</li> <li>- Matières techniques : verre, plastique, or, diamant, métaux et métaux précieux, pierres de couleurs, fibres textiles d'origine synthétique.</li> <li>- Zéro plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients : quantité de plastique fossile vierge présent dans les emballages clients, ingrédients cosmétiques d'origine minérales.</li> <li>- 70 % de matériaux recyclés dans les emballages clients : quantité de plastique et verres recyclés présents dans les emballages clients.</li> </ul>
<b>Méthodologie utilisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les quantités de matières premières sont consolidées par le Groupe via l'outil de reporting Cascade (mesure directe, facture...).</li> <li>- Le suivi de l'éco-conception des produits et emballages est piloté via le déploiement d'outils spécifiques et dédiés à chaque groupe d'activités (solution Fairly Made pour les Maisons de Mode et Maroquinerie, EDIBOX pour les Maisons des Parfums et Cosmétiques et IPE pour les Maisons des Vins et Spiritueux).</li> <li>- Les emballages clients sont définis comme suit (les emballages de transport sont exclus de cette définition) : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vins et Spiritueux : bouteilles, cartons, capsules...</li> <li>- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...</li> <li>- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis, tubes...</li> <li>- Montres et Joaillerie : étuis, écrins...</li> <li>- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Limite</b>	Les Maisons de Mode et Maroquinerie couvrent partiellement leur catalogue de produits
<b>Unité de Mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantité de matières premières : tonnes.</li> <li>- Suivi éco-conception pour les produits de Mode et Maroquinerie : pourcentage de référence conforme aux critères définis.</li> <li>- IPE des emballages Parfums et Cosmétiques et Vins et Spiritueux : note sur 100.</li> </ul>
<b>Validation externe</b>	Validation de certaines données sur le contenu recyclé et certifié via des certifications externes.
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecte de données annuelles auprès des Maisons <i>via</i> les outils de reporting du Groupe.</li> <li>- Validation des données par le département Environnement.</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	/
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Annuelle

## Ressources entrantes biologiques et techniques utilisées en 2024 par LVMH dont recyclées et certifiées

(en tonnes)	2024	Part d'origine recyclée (en %)	Part certifiée (en %)
Matières biologiques	698 336	40 <sup>(a)</sup>	45
Matières techniques	303 662	28	/
<b>Total</b>	<b>1 001 998</b>	<b>33<sup>(a)</sup></b>	<b>/</b>

(a) Les valeurs n'incluent pas les matières premières utilisées pour les produits des Vins et Spiritueux (raisin...) et Parfums et Cosmétiques (Betteraves, fleurs...) qui ne peuvent pas être d'origine recyclée soit 84 % de la valeur totale des matières biologiques et 59 % de la valeur totale matières biologiques et techniques.

## Principaux matériaux utilisés pour la fabrication des emballages (ressources entrantes)

Le poids des emballages clients évolue ainsi entre 2023 et 2024 :

(en tonnes)	2024	2024 pro-forma <sup>(a)</sup>	2023	Évolution <sup>(b)</sup> (en %)
Vins et Spiritueux	186 971	171 995	159 914	8
Mode et Maroquinerie	23 606	23 602	20 904	13
Parfums et Cosmétiques	34 695	31 360	32 424	(3)
Montres et Joaillerie	2 905	2 111	4 462	(53)
Distribution sélective	13 769	3 921	4 270	(8)
Autres activités	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>261 946</b>	<b>232 990</b>	<b>221 975</b>	<b>5</b>

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(b) Évolution liée à l'activité et aux démarches d'éco-conception.

Le poids total d'emballages clients par type de matériau se répartit ainsi en 2024 :

(en tonnes)	Verre	Papier - carton	Plastique	Métal	Textile	Bois	Autres matériaux d'emballage <sup>(a)</sup>
Vins et Spiritueux	166 086	15 867	1 201	1 254	201	2 354	8
Mode et Maroquinerie	387	19 865	132	189	2 852	179	2
Parfums et Cosmétiques	15 466	10 365	6 668	1 843	231	63	59
Montres et Joaillerie	857	1 395	397	84	50	122	-
Distribution sélective	409	11 993	1 285	81	1	-	-
Autres activités	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>183 205</b>	<b>59 485</b>	<b>9 683</b>	<b>3 451</b>	<b>3 335</b>	<b>2 718</b>	<b>69</b>
Dont recyclé (en %)	43 %	63 %	13 %	7 %	27 %	-	-

(a) Les autres matériaux d'emballage sont notamment la céramique ou le cuir.

## Suivi des objectifs d'éco-conception

Objectifs	2024	2024 pro-forma <sup>(b)</sup>	2023	Objectif
<b>Zéro plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients</b> Quantité de plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients <i>(en tonnes)</i> <sup>(a)</sup>	8 326	7 224	7 942	0 (2026)
<b>70 % de matériaux recyclés dans les emballages clients</b> Pourcentage de matériaux recyclés dans les emballages clients pour le verre et le plastique <i>(en poids)</i> <sup>(a)</sup>	41%	42%	43%	70 % (2030)
<b>Éco-conception produits</b> Mode et Maroquinerie <i>(Taux de conformité aux critères d'éco-conception LIFE 360 en %)</i> <sup>(a)</sup>	33 % (3 781 produits évalués)	/	61% (300 produits évalués)	100 % (2030)

(a) Intégration de Kendo, Maison Francis Kurkdjian, Perfumes Loewe, Sephora North America, Sephora North Asia et DFS.

(b) Valeur et évolution à périmètres comparables.

## Tableau de la note IPE pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques et Vins et Spiritueux

Indicateurs	Base 2023	Performance 2024	Performance 2023	Taux de couverture <i>(en pourcentage du nombre total de références)</i>
IPE emballages Parfums et Cosmétiques (Note sur 100) <sup>(a)</sup>	39,9	41,1	39,9	66 %
IPE emballages Vins et Spiritueux (Note sur 100)	80	77,7	80	98 %

(a) Maisons incluses : Guerlain, Parfums Christian Dior, LVMH Fragrance Brands.

## 6.2 Modalités de gestion des ressources sortantes

## 6.2.1 Politique liée à la longévité accrue des produits

Le groupe LVMH déploie à travers sa stratégie environnementale LIFE 360 une politique en matière de circularité créative. Elle permet de limiter l'impact des produits et services des Maisons du Groupe sur le milieu naturel, en prenant en compte l'intégralité du cycle de vie. Elle concerne l'ensemble des Maisons du Groupe des secteurs de la Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective, Hôtellerie et Autres activités.

L'optimisation des ressources par la longévité des produits et des matières est partagée par LVMH et ses Maisons à travers deux convictions du pilier Circularité créative (parmi les quatre citées au § 6.1.1) de la stratégie LIFE 360 :

- **l'éternité** : la garantie de produits à longue durée de vie en assurant une haute qualité grâce à des savoir-faire tels que la réparation, la restauration ou à de nouvelles technologies telles que la recharge, la remise en beauté des produits ou bien encore la promotion de nouveaux services (réparation, restauration, recharge, réemploi).
- **la renaissance** : le soutien au déploiement d'une seconde vie des matières et des produits via le réemploi, réutilisation, le recyclage ou le surcyclage. Il s'inscrit dans la démarche LVMH Circularity, annoncée au LIFE 360 Summit en décembre 2023 à l'UNESCO. Il permet le développement de nouveaux savoir-faire pour valoriser les invendus, produits défectueux ainsi que les composants de ces produits, dans le but de favoriser leur réintégration dans les différentes chaînes de valeur.

Ces convictions supportent le développement de nouveaux modèles d'affaire :

- Rimowa a lancé « *Re-Crafted* », un service unique de reprise de valises des clients pour les remettre en beauté puis en vente ;
- Nona Source, la plateforme de revente des textiles inutilisés des Maisons de luxe, a confirmé son statut d'accélérateur de circularité dans l'univers de la mode, et de soutien très concret à la jeune création en revendant plus de 290 230 mètres linéaires de tissus de grande qualité à des prix très compétitifs ;
- LVMH Circularity a permis à travers la valorisation des invendus et des matières stratégiques du Groupe de recréer de la matière utilisée en boucle fermée par plusieurs Maisons à l'instar de Christian Dior Couture qui a lancé en 2024 une pièce en Denim provenant du recyclage en boucle fermée de ses matières non utilisées en partenariat avec Weturn.

Les invendus concernent l'ensemble des produits n'ayant pas été écoulés lors du cycle de vente des Maisons. Leur gestion s'inscrit dans la politique de circularité créative du Groupe et vise, pour chacune des branches concernées dans les pays où le Groupe opère, à identifier et implémenter les solutions de don, réemploi ou de recyclage.

À travers la politique d'éco-conception du Groupe, les Maisons travaillent à déterminer la réparabilité et recyclabilité de leurs produits et emballages. Chaque groupe d'activités travaille à définir des indicateurs permettant d'évaluer l'intégralité de ses produits et emballages dès la phase de conception. Le groupe LVMH travaille à une méthodologie consolidée afin de structurer avec l'ensemble de ses Maisons une approche visant à améliorer la réparabilité et recyclabilité :

- concernant la réparabilité, les Maisons de Mode et Maroquinerie, des Montres et Joaillerie, et Distribution sélective travaillent à la mise en place de critères de réparabilité pour leurs produits et emballages. Louis Vuitton a défini dans sa politique d'éco-conception des critères de réparabilité pour l'ensemble de ses produits de maroquinerie. 100% des produits de maroquinerie sont évalués comme réparables. Dès la phase de conception, les critères d'évaluation définis permettent de définir sur trois niveaux distincts la complexité de réparation de ces produits à savoir A (*easy*), B (*intermediate*), C (*difficult*) ;
- concernant la recyclabilité, pour les Maisons des Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques, les emballages en verre de leurs produits sont recyclables. Les étuis et sacs en cartons présents dans l'ensemble des groupes d'activité sont également recyclables. Pour les produits de prêt-à-porter des Maisons du Groupe ont un degré de recyclabilité plus complexe du fait de la diversité des matériaux, la présence de composants, ainsi que les traitements et finitions liés aux produits. Ces critères s'appliquent également aux produits de Montres et Joaillerie.

Les Maisons des groupes d'activité Mode et Maroquinerie et des Montres et Joaillerie sont dotés de services de réparation perfectionnés, proposant des services de restauration des produits anciens ou d'adaptation morphologique pour garantir leur transmissibilité.

## 6.2.2 Actions et ressources mobilisées

Le groupe LVMH et ses Maisons œuvrent à la mise en place de différents plans d'action pour accroître la longévité des produits. Ces actions se regroupent autour de la mise en place de nouveaux services circulaires de durabilité et de revalorisation, concernant 100% des Maisons. Celles relatives au sourcing de matières éco-conçues et permettant d'accroître la qualité et la longévité des produits du Groupe sont décrites au § 6.1 Modalités de gestion des ressources entrantes.

### 1) Solutions de longévité accrue des produits

Tout d'abord, le renforcement de la longévité des produits s'opère par la mise en place de services de réparabilité et d'entretien, de recharge et collecte des produits en fin de vie par les Maisons de Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie, Parfums et Cosmétiques et Distribution sélective.

Le Groupe et les Maisons déploient les services suivants :

#### a) *Des ateliers de réparation, entretien et restauration : en boutique, dans des ateliers dédiés et pôles de savoir-faire régionaux, ou d'expertises centrales*

**Mode et Maroquinerie, Montres et Joaillerie, Distribution sélective :**

Les Maisons de Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie disposent de leurs propres centres de réparation et d'entretien, permettant de renforcer la promesse de longévité de leurs produits. La mise en place de ces nouveaux services nécessite le développement de nouvelles infrastructures, le recrutement et la formation du personnel à des savoir-faire uniques, un travail de communication et marketing pour sensibiliser les clients et les fidéliser, et un travail d'évaluation et amélioration continue. En 2024, le développement de 14 centres de réparation à l'international, pour une Maison de la Mode et Maroquinerie, a nécessité un investissement et des dépenses de fonctionnement à hauteur de 107,7 millions d'euros. En 2025, en prenant en compte les perspectives de croissance, ces dépenses sont estimées à 114 millions d'euros supplémentaires.

Concernant le secteur de la Distribution sélective, Le Bon Marché a lancé son atelier Retouche en 2023, agréé Refashion dès son lancement. Il facilite la réparation des textiles pour les clients et leur permet de bénéficier d'un bonus réparation lancé par le gouvernement en novembre 2023, qui est déduit de leur facture. En 2024, plus de 400 réparations ont été effectuées à l'Atelier, en étant éligibles au bonus gouvernemental.

De plus, pour accompagner les Maisons dans leur démarche d'amélioration continue et d'évaluation de leurs pratiques, le Groupe a mis en place un groupe de travail *Repair and Care*. Il vise à accompagner dix Maisons de Mode et Maroquinerie, sept Maisons de Montres et Joaillerie, une Maison de la Distribution sélective, et les réunir deux fois par an, sur le déploiement de leurs ateliers de réparation et d'entretien et la définition de standards pour les services proposés.

**b) Des services de collecte des produits en fin de vie****Mode et Maroquinerie :**

Le renforcement de la longévité des produits s'opère également par des services de reprise des produits obsolètes ou endommagés par les clients. Rimowa offre à ses clients une garantie à vie sur ses produits, mais aussi un programme de reprise de ses produits, « *Re-Crafted* », avec un déploiement à l'international (Japon, Allemagne, États-Unis et Corée du Sud).

**Parfums et Cosmétiques, Distribution sélective :**

Pour les produits tels que les parfums et cosmétiques, les Maisons des branches Parfums et Cosmétiques et Distribution sélective ont mis en place des programmes de reprise des produits consommés par leurs clients.

Depuis 2009, une Maison de la Distribution sélective a déployé un programme en Europe et aux États-Unis ayant permis de collecter plus de six millions de flacons de parfums. En 2024, les dépenses liées au *management* de ces services de collecte ainsi qu'à l'étude de leur déploiement sur de nouveaux marchés internationaux sont de l'ordre de 520 000 euros. En 2025, ces dépenses sont estimées à 150 000 euros.

**2) Solutions de revalorisation**

LVMH Circularity donne une nouvelle vie à l'ensemble des produits invendus, défectueux et composants de ces produits utilisés au travers de la chaîne de valeur du Groupe.

LVMH Circularity renforce la volonté du Groupe et de l'ensemble de ses Maisons de développer de nouveaux savoir-faire de revalorisation et d'offrir une seconde vie aux produits (invendus et défectueux), leurs composants, sur les différents groupes d'activités du Groupe. De cette manière, elle permet de lier valorisation des matières et produits et éco-conception.

Sur la Mode et Maroquinerie, la boucle fermée s'accroît sur le développement de nouvelles matières et fils à partir de fibres naturelles recyclées, réalisées à partir des gisements inutilisés. Le partenariat avec Weturn, start-up récompensée au LVMH Innovation Award, a permis le développement de ces matières recyclées 100 % traçables et européennes avec deux Maisons du Groupe en 2024. En 2024, les dépenses et investissements estimés par les Maisons de Mode et Maroquinerie pour le développement de la boucle fermée, sont de l'ordre de 200 000 euros. En 2025, il est prévu de les porter à 300 000 euros.

LVMH Circularity élargit la notion de boucle fermée au réemploi de ses composants pour l'industrie de la mode. Grâce à Nona Source, start-up interne du Groupe, ce sont 290 230 mètres linéaires de tissus et 4 500 mètres carrés de cuir qui ont pu être réemployés, une nouvelle offre lancée en mai 2024. Elle permet de rendre accessible des matières de qualité, issues de la production de collections de prêt-à-porter des Maisons du Groupe, auprès des communautés de jeunes créateurs et marques engagées pour une mode circulaire. En 2024, la marque Monoprix s'est alliée à Nona Source pour le sourcing de sa première ligne Atelier. Les 11 pièces ont ainsi été entièrement confectionnées à partir de rouleaux proposés par Nona Source.

Sur les Parfums et Cosmétiques et la Distribution sélective, la notion de boucle fermée s'applique également. Des investissements à hauteur de 100 000 euros ont été réalisés dans le développement de machines automatisées permettant le démantèlement des produits invendus, par deux Maisons ainsi que par le groupe LVMH. Cette innovation permet d'organiser les filières de revalorisation des produits et leurs composants et faciliter leur réintégration dans les lignes de production afin de réduire l'impact environnemental. C'est le cas du verre qui peut être plus facilement redirigé vers les filières de valorisation matière et être recyclé pour la production de nouveaux produits.

## 6.2.3 Objectifs associés

<b>Contribution à la mise en place de services circulaires</b>	
<b>Cible</b>	100 % des Maisons ont mis en place des nouveaux services circulaires.
<b>Année cible</b>	2023
<b>Périmètre</b>	<p>Les nouveaux services peuvent se rapporter aux produits, comme dans la Mode et Maroquinerie et les Montres et Joaillerie, ou à l'emballage dans les Parfums et Cosmétiques.</p> <p>Produits : un service circulaire signifie toute pratique qui donne une nouvelle vie à un produit et à ses composants, y compris la réparation, la location, la réutilisation, le don et le réemploi. Le service doit avoir été introduit après 2019 (année de référence) et avant la fin de 2023. Cela signifie que les Maisons qui ont déjà introduit des réparations pour une catégorie de produits donnée ne pourront pas compter cela comme un nouveau service (sauf si introduit pour des catégories de produits supplémentaires).</p> <p>Emballage : un service circulaire signifie toute pratique qui prolonge la durée de vie de l'emballage et de ses composants, y compris les recharges, les systèmes de consigne, la réutilisation, les produits sans emballage (pour les Vins et Spiritueux et les Parfums et Cosmétiques, où l'emballage représente une part significative de l'empreinte globale) et le recyclage. Le service doit avoir été introduit après 2019 (année de référence) et avant la fin de 2023. Cela signifie que les marques qui ont déjà introduit des recharges pour une gamme donnée ne pourront pas compter cela comme un nouveau service (sauf si introduit pour des gammes supplémentaires).</p>
<b>Valeur de référence</b>	Zéro service circulaire comme défini ci-dessus.
<b>Unité</b>	Pourcentage de Maisons ayant introduit un nouveau service circulaire relatif aux produits (réparation, réutilisation, réemploi, don, location, seconde vie, recyclage, etc.) ou à l'emballage (recharges, systèmes de consigne, réutilisation, produits sans emballage, recyclage, etc.) après 2019.
<b>Année de référence</b>	2019
<b>Méthode</b>	Plan d'action de l'UE en faveur de l'économie circulaire.
<b>Parties prenantes</b>	Maisons du Groupe.
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Suivi du déploiement des nouveaux services à partir de 2024.
<b>Indicateurs de performance associés</b>	L'objectif de mise en place de nouveaux services circulaires a été atteint en 2023. L'indicateur de suivi de performance associé est désormais autour du nombre de produits concernés par le déploiement de certains services circulaires (réparation, recharge, reprise des produits).

Concernant le traitement des invendus, la politique de circularité créative de LIFE 360 est assortie d'un certain nombre d'objectifs de gestion dont l'un vise à ce que 100 % des invendus soient donnés, réemployés ou recyclés d'ici à 2030 dans les pays dans lesquels le Groupe opère. Les indicateurs de suivi associés à cet objectif seront consolidés dans les mois à venir.

Un travail est en cours de réalisation afin de fixer des objectifs et les indicateurs associés sur la recyclabilité et la réparabilité des produits et emballages de l'ensemble des Maisons.

## 6.2.4 Indicateurs et résultats

L'objectif de mise en place des nouveaux services circulaires a été atteint en 2023. Le Groupe se concentre désormais sur le suivi des services circulaires mis en place.

### Gestion des métriques liées à la longévité accrue des produits

	Définition
<b>Nom et description des métriques</b>	Suivi du développement des services circulaires.
<b>Méthodologie utilisée</b>	Les données liées au déploiement des services circulaires est suivi par le Groupe via l'outil de reporting Cascade.
<b>Limite</b>	Les données n'incluent pas la réparabilité et recyclabilité. La méthodologie liée est en cours de construction pour être réalisée de manière consolidée au niveau du Groupe.
<b>Unité de Mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réparation : nombre de produits réparés (données réelles)</li> <li>- Recharge : nombre de recharges réalisées en boutiques ou achetées (données réelles)</li> <li>- Reprise : nombre de produits en fin de vie collectés auprès des clients en boutiques (données réelles)</li> </ul>
<b>Validation externe</b>	/
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>- Validation des données par le département Environnement</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	/
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Annuelle.

### Suivi du développement de services circulaires liés à la longévité des produits

Dans la continuité de l'objectif atteint de mise en place de nouveaux services circulaires, LVMH et les Maisons du Groupe travaillent à leur développement et suivi dans une démarche d'amélioration continue. Les groupes d'activités concernées sont les Maisons de Mode et Maroquinerie, Montres et Joaillerie,

Distribution sélective, Parfums et Cosmétiques, ainsi que les Vins et Spiritueux. Trois services circulaires liés à la longévité des produits sont suivis :

- le management de la réparabilité et le nombre de produits réparés ;
- les services dits de recharge des produits ;
- les services dits de reprise permettant la collecte des produits en fin de vie.

Les résultats liés aux services circulaires permettant la longévité des produits du Groupe sont les suivants :

(en nombre)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Total
Réparation	-	1 117 907	-	959 266	12 311	2 089 484
Recharge	1 550	210 000	2 433 618	-	2 459 823	5 104 991
Reprise	2 180	2 617	-	12 857	3 700 228	3 717 882
<b>Total</b>	<b>3 730</b>	<b>1 330 524</b>	<b>2 433 618</b>	<b>972 123</b>	<b>6 172 632</b>	<b>10 912 357</b>

## 6.3 Modalités de gestion des déchets

### 6.3.1 Politique liée à la gestion des déchets

La politique de gestion des déchets du Groupe fait partie intégrante du pilier Circularité créative de la stratégie environnementale LIFE 360.

LVMH encourage à travers sa politique de gestion des déchets :

- la réduction des déchets à leur source ;
- l'optimisation des services de collecte ;
- la certification ISO 14001 et l'audit des sites de production et centres logistiques dans leur gestion des déchets opérationnels ;
- la mise en place de systèmes de tri sophistiqués pour maximiser la récupération de ses matières et produits ;
- l'amélioration de ses modes de revalorisation employés (pratiques de recyclage avancées et réutilisation en de nouvelles ressources) ;
- la formation sur la gestion des déchets à travers la LIFE Academy.

LVMH et ses Maisons ont fixé un objectif de valorisation des déchets opérationnels d'ici à 2030. Cet objectif s'appuie sur l'écosystème LVMH Circularity, décrit au § 6.2.1 Politique liée à la longévité accrue des produits, pour le développement et l'amélioration des systèmes de tri et des modes de revalorisation employés dans la gestion des déchets du Groupe. En outre, il accélère le passage à des pratiques de recyclage et de réutilisation avancées, et permet la collaboration entre les Maisons du Groupe et des partenaires spécialisés pour transformer les déchets en de nouvelles ressources.

Le programme de gestion des déchets est en cours de mise à jour en collaboration avec l'ensemble des Maisons du Groupe afin de structurer davantage la démarche et notamment de fixer des nouveaux objectifs de réduction des déchets de production.

La politique de gestion des déchets du Groupe concerne les déchets de production et ménagers des sites de production, logistiques, administratifs et des boutiques. Les invendus ne font pas partie du périmètre des déchets. Une partie spécifique leur est dédiée pour leur seconde vie et décrite au § 6.2 Modalités de gestion des ressources sortantes.

### 6.3.2 Actions et ressources mobilisées

Le groupe LVMH et ses Maisons œuvrent à la mise en place de différents plans d'action pour la réduction et valorisation de leurs déchets.

Concernant la gestion de déchets, LVMH catalyse à travers LVMH Circularity sur les différents savoir-faire de revalorisation pour les déchets issus de la production du Groupe (non-dangereux et dangereux), ainsi qu'à faciliter leur réintégration dans les lignes de production afin de maximiser la réduction de l'impact environnemental. Un écosystème a été créé et est mis à disposition à l'ensemble des Maisons de Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Vins et Spiritueux, Montres et Joaillerie,

Distribution sélective, et Hôtellerie et Autres activités pour la gestion des déchets.

En France, la plateforme de tri et démantèlement CEDRE est un des services utilisés par les Maisons. Elle accueille l'ensemble des matières et produits issus de la fabrication, du conditionnement, de la distribution et de la vente des produits du Groupe :

- les matières issues de la fabrication telles que le textile et cuir des sites des Maisons de Mode et Maroquinerie ;
- les matières issues de la fabrication telles que le verre, l'alcool et le plastique des sites des Maisons de Parfums et Cosmétiques ;
- les articles de conditionnement obsolètes, les éléments de publicité sur les lieux de vente, les emballages rapportés par les clients en boutique pour les Maisons de Mode et Maroquinerie, Distribution sélective, Parfums et Cosmétiques et Montres et Joaillerie.

À travers cette plateforme, les Maisons des branches Parfums et Cosmétiques et Distribution sélective revalorisent leurs produits avec un meilleur impact environnemental. Des savoir-faire de tri et démantèlement sont mis en place et permettent de rediriger les déchets des Maisons vers les filières de valorisation les plus adaptées. Les différentes matières (verre, carton, bois, métal, plastique, alcool et cellophane) sont triées et envoyées à un réseau de recycleurs spécialisés. Ce fonctionnement a permis à une Maison de la Distribution sélective de lancer son programme de recyclage en boucle fermée de ses éléments de *visual merchandising* en boutique. Ce programme a été testé une première fois en 2022 sur 37 boutiques avant d'être activé sur la totalité des boutiques en France en 2023. Il s'agit d'une solution circulaire s'inscrivant directement dans une politique de recyclage de 100% des déchets collectés liés à la publicité sur le lieu de vente (soit, le recyclage des modules de présentation des produits et modules publicitaires des boutiques). En 2024, les investissements réalisés pour la mise en place de nouveaux contenants de collecte et tri des éléments de *visual merchandising* sont à hauteur de 240 000 €. Le programme a pour ambition d'être développé en 2025 en Europe.

Les Maisons de Mode et Maroquinerie bénéficient également de la plateforme CEDRE pour la revalorisation de leur textile, cuir, et composants issus de la production. Elle est l'épicentre des partenariats établis par LVMH. La plateforme CEDRE permet de rediriger vers les différentes filières de valorisation en boucle fermée ou ouverte. Pour le textile, un partenariat avec l'Agence du Don en Nature ainsi que l'intégration et la formation de travailleurs d'un ESAT aux métiers de la couture ont permis d'ajouter des services de dons, de réutilisation et de recyclage au fur et à mesure des évolutions technologiques, des nouveaux partenaires pour traiter de plus en plus de matière et pouvoir utiliser les matières surcyclées et recyclées dans la confection de nouveaux produits. En Europe, les coûts liés aux prestations de collecte, tri et traitement des déchets de production pour une Maison de Mode et Maroquinerie sont estimées à hauteur de 1,5 millions d'euros en 2024. Ces dépenses sont estimées à 1,6 millions en 2025 selon les estimations de croissance de la Maison.

Les secteurs de la Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques disposent d'une variété de produits et matières qui permettent aux Maisons de Montres et Joaillerie, Distribution sélective, l'hôtellerie et Autres activités de bénéficier du même écosystème de valorisation.

En Italie, LVMH a mis en place une nouvelle plateforme logistique : Circular ITALIE, en partenariat avec l'entreprise Lindbergh, une entreprise MRO (maintenance, réparation et opérations). Elle est dédiée aux activités de valorisation des déchets des Maisons du Groupe, dans le cadre de son engagement envers l'économie circulaire en Italie. Elle concerne également l'ensemble des secteurs d'activités opérant en Italie tels que la Maisons de Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective, et Autres activités.

Concernant le déploiement des systèmes de management environnemental, les dépenses des sites de production, centres logistiques et sites administratifs du Groupe ont été comptabilisées en suivant les recommandations de l'avis de l'Autorité des Normes Comptables (ANC). 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 ;
- lutte contre le bruit et les vibrations ;
- protection de la biodiversité et autres activités de protection de l'environnement ;
- recherche et développement.

En 2024, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement se répartit comme suit :

- charges d'exploitation : 55 millions d'euros ;
- investissements : 28 millions d'euros.

### 6.3.3 Objectifs associés

Nature de l'objectif	Contribution à la certification des sites hôteliers, de production et logistiques	Contribution à la revalorisation des déchets opérationnels
<b>Cible</b>	100 % des sites hôteliers, de production et logistiques avec un système de management environnemental certifié en 2026.	100 % des déchets opérationnels des sites de production, logistiques, administratifs sont valorisés.
<b>Année cible</b>	2026	2030
<b>Périmètre</b>	Sites hôteliers, de production et logistiques du Groupe	Sites de production, logistiques, administratifs, et boutiques
<b>Valeur de référence</b>	43 %	-
<b>Unité</b>	Pourcentage de sites certifiés	Pourcentage de déchets valorisés
<b>Année de référence</b>	2013	-
<b>Méthode</b>	-	-
<b>Parties prenantes</b>	-	-
<b>Modification de l'objectif ou changement méthodologique</b>	Non	Non
<b>Indicateurs de performance associés</b>	Pourcentage de sites hôteliers, de production et logistiques avec un système de management environnemental certifié	Quantité de déchets opérationnels non-dangereux et dangereux (en tonnes) produits par site

Ces objectifs sont des objectifs de moyen volontaires.

Certaines Maisons possèdent des objectifs de réduction de déchets à l'instar de Louis Vuitton qui, à travers sa stratégie Zéro Waste, a défini un objectif de réduction de déchets de - 25 % sur trois ans dans ses ateliers de maroquinerie.

Les objectifs de réduction de déchet ne font pas à date l'objet d'un objectif consolidé au niveau du Groupe mais ce dernier conduit actuellement une analyse avec les Maisons de ses différentes branches d'activités pour établir un objectif consolidé dans l'année à venir.

## 6.3.4 Indicateurs et résultats

### Gestion des métriques liées à la gestion des déchets

	Définition
<b>Nom et description des métriques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Déchets opérationnels liés aux sites de production, logistiques, administratifs et aux boutiques</li> <li>- Méthodes de revalorisation des déchets opérationnels</li> <li>- Déchets opérationnels traités par la plateforme CEDRE</li> <li>- Certification des sites de production et logistiques</li> </ul>
<b>Méthodologie utilisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les quantités de déchets sont consolidées par le Groupe via l'outil de reporting Cascade</li> <li>- Le nombre de certifications des sites de production et logistiques sont consolidées par le Groupe via l'outil de reporting Cascade</li> </ul>
<b>Limite</b>	Les quantités liées aux déchets opérationnels des sites de production, centres logistiques, sites administratifs et boutiques non-reportées sont estimées
<b>Unité de Mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantité de déchets opérationnels : tonnes</li> <li>- Méthodes de revalorisation : pourcentage</li> <li>- Certifications des sites de production et logistiques : nombre</li> </ul>
<b>Validation externe</b>	Validation des certifications des sites par des certifications externes
<b>Processus de suivi et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecte de données annuelles auprès des Maisons via les outils de reporting du Groupe</li> <li>- Validation des données par le département Environnement</li> </ul>
<b>Révisions et ajustements</b>	/
<b>Fréquence de mise à jour</b>	Annuelle

Dans le cadre de sa politique de gestion des déchets, le groupe LVMH et ses Maisons collectent les données relatives à l'ensemble des déchets produits sur les sites opérés. En 2024, le reporting des déchets opérationnels a fait l'objet d'une refonte importante afin de couvrir l'exhaustivité du périmètre des sites et boutiques opérés. D'une part, les Maisons ont considérablement amélioré le périmètre et la granularité des données reportées. D'autre part, le Groupe a mis en place une méthode d'extrapolation permettant d'inclure l'ensemble des sites non couverts. Ainsi, pour 2024, 100 % des sites sont inclus dans le reporting, englobant non seulement les sites administratifs, de production et logistiques, mais également les boutiques. En 2023, seuls les

sites administratifs, de production et logistiques rapportant des données réelles étaient considérés. Les données sont ainsi sensiblement plus importantes du fait de ces changements en valeur absolue.

Les déchets non-dangereux incluent les déchets biologiques, les emballages vides, les composants produits, les boues et liquides, et les déchets solides mélangés. Ils regroupent comme principaux matériaux le bois, les métaux, le papier, carton, plastique et verre. Les déchets dangereux incluent les emballages vides souillés, les déchets électriques et électroniques, batteries, boues et liquides divers utilisés lors de la production.

## Quantités de déchets opérationnels produits en 2024

(en tonnes)	Déchets produits en 2024 <sup>(a)</sup>	Dont déchets non-dangereux produits en 2024	Dont déchets dangereux produits en 2024	Déchets produits en 2024 pro-forma <sup>(b)</sup>	Déchets produits en 2023 <sup>(c)</sup>	Évolution des déchets produits <sup>(b)</sup> (en %)
<b>Sites de production, logistiques et administratifs</b>						
Vins et Spiritueux	70 832	70 570	262	69 294	86 904	-20
Mode et Maroquinerie	25 126	20 717	4 408	19 485	18 136	7
Parfums et Cosmétiques	16 899	11 984	4 915	10 734	12 114	-11
Montres et Joaillerie	598	564	34	176	265	-34
Distribution sélective	2 659	2 196	463	1 664	1 604	4
Autres activités	11 736	11 469	267	7 427	6 070	-22
<b>Total Sites</b>	<b>127 849</b>	<b>117 500</b>	<b>10 349</b>	<b>108 780</b>	<b>125 094</b>	<b>-13</b>
Boutiques	29 932	29 489	442	-	-	-
<b>Total</b>	<b>157 780</b>	<b>146 989</b>	<b>10 791</b>	<b>108 780</b>	<b>125 094</b>	<b>-13</b>

(a) L'ensemble des données, réelles et simulées, sont intégrées pour les sites de production, logistiques, administratifs et les boutiques en 2024.

(b) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(c) Les données 2023 incluent les données réelles des sites de production, logistique et administratifs.

En accord avec les ESRS, un déchet non-éliminé est un déchet faisant l'objet d'une préparation en vue du réemploi ou à destination d'une filière de recyclage.

## Valorisation des déchets opérationnels non-dangereux en 2024

(en %)	Déchets non éliminés en 2024	Réutilisation	Recyclage	Déchets éliminés en 2024	Incinération avec valorisation énergétique	Incinération sans valorisation énergétique	Enfouissement et autres
Vins et Spiritueux	93	37	56	7	4	-	2
Mode et Maroquinerie	60	3	57	40	30	5	6
Parfums et Cosmétiques	75	1	74	25	21	3	1
Montres et Joaillerie	42	-	42	58	10	16	32
Distribution sélective	58	1	57	42	20	13	9
Autres activités	49	8	41	51	10	14	27
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>19</b>	<b>57</b>	<b>24</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

Conformément à la réglementation européenne, les déchets dangereux concernent les déchets répondant à des propriétés dangereuses définies dans la Directive Cadre sur les Déchets 2008/98/CE. Chaque Maison se conforme à ces exigences dans le traitement et la valorisation de ses déchets opérationnels dangereux.

## Valorisation des déchets opérationnels dangereux en 2024

(en %)	Déchets non éliminés en 2024	Réutilisation	Recyclage	Déchets éliminés en 2024	Incinération avec valorisation énergétique	Incinération sans valorisation énergétique	Enfouissement et autres
Vins et Spiritueux	60	-	60	40	18	13	9
Mode et Maroquinerie	80	1	79	20	18	1	-
Parfums et Cosmétiques	83	2	81	17	14	2	-
Montres et Joaillerie	64	-	64	36	9	19	7
Distribution sélective	19	-	19	81	80	-	-
Autres activités	72	1	71	28	13	13	2
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>1</b>	<b>76</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Les Maisons travaillent à la réduction et à la revalorisation de leurs déchets opérationnels sur l'ensemble de leurs sites et boutiques. En 2024, 76 % des déchets ont été valorisés (réutilisés, recyclés).

Afin d'illustrer le plan d'action lié au développement de l'écosystème LVMH Circularity, LVMH et ses Maisons collectent et publient les données liées à la plateforme de tri et démantèlement CEDRE, située en France. En 2024, ce sont 3 799 tonnes de matières et produits qui ont été valorisés (3 751 tonnes en 2023) par la plateforme CEDRE.

### Quantités de déchets et matières valorisées par la plateforme CEDRE en France en 2024

(en tonnes)	Quantités revalorisées en 2024	Quantités revalorisées en 2023
Mode et Maroquinerie	969	792
Parfums et Cosmétiques	2 253	2 266
Distribution sélective	577	693
<b>Total</b>	<b>3 799</b>	<b>3 751</b>

En 2024, les sites de production et centres logistiques du Groupe continuent de déployer des systèmes de management environnemental certifiés. Ces certifications contribuent au contrôle de la gestion des déchets sur les sites audités.

La performance de certification des sites de production et centres logistiques a été mesurée à travers la performance de déploiement de la certification ISO 14001, et EarthCheck pour les hôtels.

### Niveau de déploiement de systèmes de management environnemental certifiés en 2024

	Performance 2024	Performance 2023	Objectif 2026
<b>Pourcentage de déploiement de systèmes de management environnemental certifiés</b>			
ISO 14001 (sites de production et centres logistiques) <sup>(a)</sup> , EarthCheck (hôtels) <sup>(b)</sup>	74 %	66 % <sup>(c)</sup>	100 %

(a) Les sites éligibles à la certification ISO 14001 sont des sites de production ou logistiques supérieurs à 1 000 m<sup>2</sup>.

(b) Les données incluent les hôtels Belmond et LVMH Hotel Management.

(c) En 2023, le résultat ne prend pas en compte la certification EarthCheck.

## 7. Taxonomie environnementale

Conformément au cadre réglementaire de la Taxonomie verte, définissant notamment la durabilité sur le plan environnemental des activités économiques (le « Règlement »), LVMH a :

- identifié la part de ses activités éligibles au titre des six objectifs environnementaux (les « Objectifs environnementaux »/« Objectifs »);
- analysé la contribution des activités éligibles à l'atteinte des Objectifs environnementaux tout en s'assurant que cette contribution ne porte pas atteinte significativement aux autres Objectifs (« DNSH ») et que l'activité respecte les garanties minimales détaillées ci-après. Cette analyse permet de valider « l'alignement ».

Les activités éligibles au titre des Objectifs environnementaux définies par le Règlement sont notamment celles qui génèrent les impacts les plus significatifs sur le changement climatique et qui présentent par conséquent le potentiel le plus élevé en vue de la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Compte tenu des activités ciblées à date par ces objectifs, seuls les investissements

opérationnels de LVMH dans le secteur de l'immobilier ont été analysés pour les besoins du reporting au 31 décembre 2024. Conformément au Règlement, ils correspondent à la somme :

- des acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles;
- des loyers fixes capitalisés relatifs aux contrats de location ; et
- des immobilisations corporelles et incorporelles ainsi que les loyers fixes capitalisés liés aux variations de périmètre (hors écart d'acquisition).

Le Règlement prévoit notamment la publication de deux indicateurs (« KPI ») établis sur la base d'agrégats financiers et définis comme suit :

- KPI 1 : Capex relatives aux activités éligibles (« Capex éligibles » ou « Capex immobilières »);
- KPI 2 : Capex éligibles respectant les critères de contribution significative d'un Objectif environnemental sans porter atteinte aux autres Objectifs et tout en respectant les garanties minimales (« Capex alignées »).

L'atténuation du changement climatique est l'objectif environnemental principal auquel le Groupe s'est rattaché afin d'effectuer l'analyse d'éligibilité et d'alignement de ses investissements opérationnels. Pour les activités visées par plusieurs Objectifs, le Groupe a également mené l'analyse sous l'angle des objectifs d'adaptation au changement climatique et de transition vers une économie circulaire (voir § 1.1.2 ci-dessous).

Les Capex éligibles et alignés sont présentés ci-dessous, en valeur et en pourcentage des Capex totales et, pour les Capex alignés, en pourcentage des Capex éligibles.

## 7.1 KPI relatifs aux Investissements opérationnels (Capex)

Afin de mener l'exercice requis par le Règlement, LVMH a retenu une approche prudente dans son interprétation des textes pour respecter au mieux leur esprit et leur niveau d'exigence.

La détermination du montant d'une Capex immobilière et l'analyse d'alignement ont été effectuées à la maille de chaque Capex éligible, prise individuellement. L'analyse d'alignement a consisté en une étude systématique du respect des critères de contribution substantielle ainsi que des DNSH. Aucune extrapolation des conclusions atteintes sur une Capex n'a été effectuée à une autre Capex immobilière.

### 7.1.1 Synthèse de l'analyse au titre de l'objectif d'atténuation du changement climatique

Conformément aux critères édictés par le Règlement, la contribution des Capex immobilières à l'atténuation du changement climatique a été appréciée sur la base de l'efficacité énergétique des bâtiments concernés par les acquisitions, les contrats de location, les constructions et les rénovations de bâtiments de l'exercice. Pour les bâtiments dont le permis de

Les actions de LVMH en faveur de l'environnement ne sont reflétées que très partiellement dans les activités et les indicateurs concernés à ce stade par le Règlement et présentés ci-dessous (voir, en particulier, les actions de LVMH en faveur de la biodiversité et de la circularité de ses produits, décrites respectivement aux §5. Biodiversité et Écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité) et §6. Utilisation des ressources et économie circulaire (LIFE 360 Circularité créative).

construire est antérieur au 31 décembre 2020, seuls les locaux acquis, loués ou construits dont l'efficacité énergétique est au moins équivalente à celle des 15% de bâtiments les plus performants du pays de leur localisation et ceux justifiant d'un diagnostic de performance énergétique A sont inclus dans le KPI 2. Pour les bâtiments dont le permis de construire a été obtenu à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2021, seuls les « Bâtiments Net Zero – 10% » sont inclus dans le KPI 2. Pour les rénovations, le critère est considéré comme atteint pour tout projet répondant à la définition d'une rénovation selon la réglementation locale ou si une amélioration de 30% de la consommation énergétique est démontrée. Les seuils de la France ont été appliqués pour évaluer l'efficacité énergétique des bâtiments situés dans les pays ne disposant pas de données relatives à l'efficacité énergétique de leur parc immobilier.

Les montants présentés ci-dessous dans les colonnes « Capex immobilières jugées efficaces énergétiquement », correspondent aux Capex alignées, c'est-à-dire répondant à l'intégralité des critères. En l'absence de documentation probante permettant de justifier l'atteinte des critères techniques, que ce soit pour le critère de contribution substantielle ou ceux du DNSH, la Capex immobilière est considérée comme non-alignée.

Les KPI 1 et KPI 2 relatifs aux Capex immobilières se décomposent ainsi pour l'exercice 2024 :

(en millions d'euros ou en %)	2024						2023											
	Capex totales			Capex immobilières (KPI 1 – Capex éligibles) <sup>(a)</sup>			KPI 2 – Capex immobilières jugées efficaces énergétiquement (KPI 2 – Capex alignées) <sup>(a) (b) (c)</sup>			Capex totales			Capex immobilières (KPI 1 – Capex éligibles) <sup>(a)</sup>			KPI 2 – Capex immobilières jugées efficaces énergétiquement (KPI 2 – Capex alignées) <sup>(a) (b) (c)</sup>		
	Montant	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex totales	en % des Capex éligibles	Montant	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex totales	en % des Capex éligibles	Montant	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex totales	en % des Capex éligibles
Acquisitions relatives au secteur immobilier, dont :	3 531	3 531	39%	402	4,5%	11,4%	4 638	4 638	39%	408	3,4%	8,8%						
– Acquisitions de bâtiments <sup>(d)</sup>	44	44	0%	3	0,0%	0,1%	345	345	3%	61	0,5%	1,3%						
– Loyers fixes capitalisés	2 931	2 931	33%	57	0,6%	1,6%	3 763	3 763	32%	202	1,7%	4,4%						
– Constructions	133	133	1%	105	1,2%	3,0%	99	99	1%	59	0,5%	1,3%						
– Rénovations et initiatives vertes	422	422	5%	237	2,6%	6,7%	430	430	4%	87	0,7%	1,9%						
Autres acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	4 954	-	0%	-	0,0%	-	6 950	-	0%	-	0,0%	-						
<b>Acquisitions d'immobilisations et loyers fixes capitalisés</b>	<b>8 484</b>	<b>3 531</b>	<b>39%</b>	<b>402</b>	<b>4,5%</b>	<b>11,4%</b>	<b>11 588</b>	<b>4 638</b>	<b>39%</b>	<b>408</b>	<b>3,4%</b>	<b>8,8%</b>						
Effet des variations de périmètre	465	-	-	-	-	-	358	-	0%	-	-	-						
<b>Total<sup>(e)</sup></b>	<b>8 949</b>	<b>3 531</b>	<b>39%</b>	<b>402</b>	<b>4,5%</b>	<b>11,4%</b>	<b>11 945</b>	<b>4 638</b>	<b>39%</b>	<b>408</b>	<b>3,4%</b>	<b>8,8%</b>						

(a) Le détail des acquisitions d'immobilisations corporelles selon les activités de la taxonomie n'étant pas disponible dans le reporting financier, il n'a été collecté que pour les Maisons contribuant significativement aux acquisitions de la période ; celles-ci représentent 88 % des Capex totales du Groupe en 2024, en ligne avec le taux de couverture de 2023 et 2022. Une revue des Maisons non incluses dans le périmètre Taxonomie est effectuée en central pour s'assurer que toute acquisition matérielle de bâtiment est bien considérée comme éligible. Aucune extrapolation n'a été réalisée pour les autres Maisons, dont les acquisitions d'immobilisations ont été considérées comme non éligibles pour les besoins du présent reporting.

(b) L'analyse des Capex immobilières prises en compte dans le KPI 2 a confirmé qu'au-delà du respect d'un seuil de consommation énergétique :

- celles-ci respectent les DNSH applicables à chaque activité éligible ;
- celles-ci respectent les prescriptions fixées par le Règlement en termes de Droits humains, Droit du travail, Lutte contre la corruption, Respect de la concurrence et Règles fiscales. Les dispositifs mis en place au sein du Groupe pour évaluer les risques afférents, prévenir et détecter toute situation susceptible de caractériser une violation aux engagements pris, ou y remédier dans le cas d'une violation avérée sont notamment décrits dans les sections « Social » au § 2. Travailleurs de la chaîne de valeur, et « Gouvernance – Conduite des affaires » du présent Rapport de durabilité ; la politique fiscale est en adéquation avec les principes directeurs décrits dans le Code de conduite.

(c) L'analyse de l'efficacité énergétique des locaux loués durant l'exercice n'a été effectuée que pour les Maisons contribuant significativement aux loyers fixes capitalisés, soit 91 % des loyers fixes capitalisés au niveau du Groupe en 2024 (contre 91 % en 2023). Les loyers fixes capitalisés des autres Maisons ont été considérés comme étant éligibles et non alignés pour les besoins du présent reporting.

(d) Lors d'une acquisition de bâtiment, le terrain est considéré comme non éligible. Sa valeur d'acquisition est incluse dans les Capex totales.

(e) Voir Notes 3, 6 et 7 de l'annexe aux comptes consolidés.

La majorité des acquisitions ou locations de LVMH concerne son réseau de boutiques, boutiques qui sont généralement positionnées dans des bâtiments des centres-villes historiques. Or, les normes de construction en vigueur lorsqu'ils ont été bâtis n'intégraient pas ou peu l'efficacité énergétique, et ils n'ont généralement pas bénéficié de travaux récents de rénovation thermique, ce qui conduit à un faible taux de conformité avec les niveaux d'efficacité énergétique requis par le Règlement. De ce fait, le KPI 2 pour les acquisitions et locations de bâtiments s'élève respectivement à 0 % et 0,6 % des Capex totales (contre 0,5 % et 1,7 % en 2023), et 0,1 % et 1,6 % des Capex immobilières (contre 1,3 % et 4,4 % en 2023).

Néanmoins, lorsque des bâtiments à l'efficacité énergétique insuffisante sont acquis ou loués, l'objectif de LVMH, dans la mesure du possible, est d'intégrer dans les projets de rénovation de ces bâtiments l'amélioration de leur efficacité énergétique. Cela concerne en particulier les sites de production, les bureaux récents en périphérie de villes, et dans quelques rares cas les ensembles de centre-ville totalement restructurés. Ces efforts devraient se traduire par l'amélioration du KPI 2 relatif aux Rénovations et constructions de bâtiments. En 2024, les constructions et rénovations respectant les seuils d'efficacité énergétique définis par le Règlement s'élèvent au global à 3,8 % des Capex totales et 9,7 % des Capex éligibles (contre respectivement 1,2 % et 3,1 % en 2023).

## 7.1.2 Précisions sur l'analyse menée pour les autres Objectifs environnementaux

### Objectif d'adaptation au changement climatique

Afin de mener l'analyse multi-objectifs requise par le Règlement, LVMH a considéré comme éligible les investissements opérationnels logés dans des bâtiments dont le permis de construire a été obtenu après le 31 décembre 2020 (incluant les acquisitions, les constructions et les contrats de location) ainsi que les rénovations majeures en Union européenne et les Équipements d'efficacité énergétique. Les autres investissements sont considérés comme non éligibles pour les besoins du présent reporting.

Pour chaque Capex immobilière, l'approche d'analyse de l'alignement pour l'objectif d'adaptation au changement climatique débute par l'analyse des risques physiques climatiques et des moyens mis en œuvre pour réduire sa vulnérabilité, puis est suivie de l'analyse de l'efficacité énergétique. L'analyse des autres critères DNSH est similaire à celle détaillée ci-dessus pour l'objectif d'atténuation du changement climatique.

### Objectif d'économie circulaire

Les investissements opérationnels de Rénovation considérés comme éligibles au titre de l'objectif d'atténuation du changement climatique ont également été considérés comme éligibles pour l'analyse menée au titre de l'objectif de Transition vers l'économie circulaire.

L'analyse d'alignement d'une Rénovation au titre de cet Objectif, obligatoire pour la première fois à compter de 2024, vise à s'assurer que chaque critère technique imposé par le Règlement est respecté. Le contrôle du respect des autres critères DNSH porte notamment sur une analyse d'exposition aux risques climatiques similaire à celle détaillée ci-dessus pour les Objectifs climatiques, sur un débit d'Eau limité ainsi que l'absence de substances dangereuses.

## 7.2 Indicateurs relatifs aux ventes et aux charges de maintenance, R&D et location (Opex)

Les activités principales de LVMH n'étant pas visées à ce stade par le Règlement pour l'atteinte des Objectifs environnementaux, les indicateurs relatifs aux ventes sont présentés comme étant nuls pour LVMH au titre des exercices 2024 et 2023.

Les charges de maintenance des actifs immobiliers, de R&D et de location (relatives aux contrats court terme) représentent une part non significative des charges opérationnelles totales du Groupe. À ce titre, LVMH a appliqué l'exemption de matérialité sur les Opex.

Les tableaux requis par le Règlement sont présentés en Annexes ci-après.

## Tableau 1 – Chiffre d'affaires

Part du chiffre d'affaires issue de produits ou de services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie – Informations pour l'année 2024

Activités économiques	Code(s)	Chiffre d'affaires	Part du chiffre d'affaires, année 2024	Critères de contribution substantielle					
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité
		<i>en millions d'euros</i>	%	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL
<b>A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE</b>									
<b>A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)</b>									
		-	-						
<b>Chiffre d'affaires des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)</b>									
		-	-						
		-	-						
		-	-						
<b>A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)</b>									
		-	-						
<b>Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)</b>									
		-	-						
<b>Chiffre d'affaires total des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2) (A)</b>									
		-	-						
<b>B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE</b>									
<b>Chiffre d'affaires des activités non éligibles à la taxonomie (B)</b>									
		84 683	100 %						
<b>Total (A + B)</b>									
		84 683	100 %						



## Tableau 2 – CAPEX

Part des dépenses CapEx issue des produits ou services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie – Informations pour l'année 2024

Activités économiques	Code(s)	CapEx	Part des CapEx, année 2024	Critères de contribution substantielle					
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité
		<i>en millions d'euros</i>	%	O; N; N/EL	O; N; N/EL	O; N; N/EL	O; N; N/EL	O; N; N/EL	O; N; N/EL
<b>A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE</b>									
<b>A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)</b>									
Rénovation de bâtiment existant	CCM 7.2 CCA 7.2 CE 3.2	209	2%	O	O	N/EL	N/EL	N	N/EL
Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	CCM 7.3 CCA 7.3	21	0%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, maintenance et réparation de stations de recharge pour véhicules électriques	CCM 7.4 CCA 7.4	-	0%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, maintenance et réparation d'instruments et de dispositifs de mesure, de régulation et de contrôle de la performance énergétique des bâtiments	CCM 7.5 CCA 7.5	2	0%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, maintenance et réparation de technologies liées aux énergies renouvelables	CCM 7.6 CCA 7.6	5	0%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7 CCA 7.7	162	2%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7	3	0%	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
<b>CapEx des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)</b>		<b>402</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	-	-	-	-	-
- Dont habilitantes		28	0%	0%	-	-	-	-	-
- Dont transitoires		209	2%	2%	-	-	-	-	-
<b>A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)</b>									
Rénovation de bâtiment existant	CCM 7.2 CCA 7.2 CE 3.2	123	1%	EL	EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL
Rénovation de bâtiment existant	CCM 7.2 CE 3.2	35	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL
Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	CCM 7.3 CCA 7.3	28	0%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7	2 777	31%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7 CCA 7.7	166	2%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
<b>CapEx des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)</b>		<b>3 129</b>	<b>35%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>				
<b>CapEx total des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2) (A)</b>		<b>3 531</b>	<b>39%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>				
<b>B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE</b>									
<b>CapEx des activités non éligibles à la taxonomie (B)</b>		<b>5 418</b>	<b>61%</b>						
<b>Total (A + B)</b>		<b>8 949</b>	<b>100%</b>						

Critères d'absence de préjudice important (« critères DNSH »)

	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité	Garanties minimales	Part des CapEx alignée sur la taxonomie (A.1.) ou éligible à la taxonomie (A.2.) année 2023	Catégorie activité habilitante	Catégorie activité transitoire
	O/N	O/N	O/N	O/N	O/N	O/N	O/N	%	H	T
	O	O	O	O	O	O	O	0%		T
	O	O	O	O	O	O	O	0%	H	
	O	O	O	O	O	O	O	0%	H	
	O	O	O	O	O	O	O	0%	H	
	O	O	O	O	O	O	O	0%	H	
	O	O	O	O	O	O	O	3%		
	O	O	O	O	O	O	O	0%		
	<b>O</b>	<b>O</b>	<b>O</b>	<b>O</b>	<b>O</b>	<b>O</b>	<b>O</b>	<b>4%</b>		
	O	O	O	O	O	O	O		H	
	O	O	O	O	O	O	O			T
								4%		
								4%		
								0%		
								42%		
								0%		
								<b>46%</b>		
								<b>50%</b>	-	

	Part des CapEx/Total CapEx	
	Part des CapEx alignées par Objectif	Part des CapEx éligibles par Objectif
<b>CCM</b>	<b>4 %</b>	<b>39 %</b>
- Rénovation de bâtiment existant	2 %	4 %
- Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	0 %	1 %
- Installation, maintenance et réparation de stations de recharge pour véhicules électriques	0 %	0 %
- Installation, maintenance et réparation d'instruments et de dispositifs de mesure, de régulation et de contrôle de la performance énergétique des bâtiments	0 %	0 %
- Installation, maintenance et réparation de technologies liées aux énergies renouvelables	0 %	0 %
- Acquisition et propriété de bâtiments	2 %	35 %
<b>CCA</b>	<b>4 %</b>	<b>8 %</b>
- Rénovation de bâtiment existant	2 %	4 %
- Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	0 %	1 %
- Installation, maintenance et réparation de stations de recharge pour véhicules électriques	0 %	0 %
- Installation, maintenance et réparation d'instruments et de dispositifs de mesure, de régulation et de contrôle de la performance énergétique des bâtiments	0 %	0 %
- Installation, maintenance et réparation de technologies liées aux énergies renouvelables	0 %	0 %
- Acquisition et propriété de bâtiments	2 %	4 %
<b>WTR</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
<b>CE</b>	<b>0 %</b>	<b>4 %</b>
<b>Rénovation de bâtiment existant</b>	<b>0 %</b>	<b>4 %</b>
<b>PPC</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
<b>BIO</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>

**Tableau 3 – OPEX**

Part des OpEx concernant des produits ou services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie – Informations pour l'année 2024

Activités économiques	Code(s)	OpEx	Part des OpEx, année 2024	Critères de contribution substantielle					
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité
		<i>en millions d'euros</i>	%	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL
<b>A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE</b>									
<b>A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)</b>									
<b>OpEx des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)</b>									
- Dont habitantes									
- Dont transitoires									
<b>A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)</b>									
<b>OpEx des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)</b>									
<b>OpEx total des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2) (A)</b>									
<b>B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE</b>									
<b>OpEx des activités non éligibles à la taxonomie (B)</b>									
<b>Total (A + B)</b>		<b>1390</b>	<b>100 %</b>						



La donnée relative aux dépenses d'entretien quotidien des actifs n'étant pas disponible dans le reporting financier, elle a été extrapolée sur la base de l'analyse menée pour l'année 2021 sur un échantillon des principales Maisons. Les données relatives

aux dépenses de Recherche et développement non capitalisées et aux contrats de location à court terme sont issues du reporting financier 2024.

**Tableau 4 – Activités liées à l'énergie nucléaire et au gaz fossile**

<b>Ligne</b>	<b>Activités liées à l'énergie nucléaire</b>	
1	L'entreprise exerce, finance ou est exposée à des activités de recherche, de développement, de démonstration et de déploiement d'installations innovantes de production d'électricité à partir de processus nucléaires avec un minimum de déchets issus du cycle du combustible.	NON
2	L'entreprise exerce, finance ou est exposée à des activités de construction et d'exploitation sûre de nouvelles installations nucléaires de production d'électricité ou de chaleur industrielle, notamment à des fins de chauffage urbain ou aux fins de procédés industriels tels que la production d'hydrogène, y compris leurs mises à niveau de sûreté, utilisant les meilleures technologies disponibles.	NON
3	L'entreprise exerce, finance ou est exposée à des activités d'exploitation sûre d'installations nucléaires existantes de production d'électricité ou de chaleur industrielle, notamment à des fins de chauffage urbain ou aux fins de procédés industriels tels que la production d'hydrogène, à partir d'énergie nucléaire, y compris leurs mises à niveau de sûreté.	NON
<b>Ligne</b>	<b>Activités liées au gaz fossile</b>	
4	L'entreprise exerce, finance ou est exposée à des activités de construction ou d'exploitation d'installations de production d'électricité à partir de combustibles fossiles gazeux.	NON
5	L'entreprise exerce, finance ou est exposée à des activités de construction, de remise en état et d'exploitation d'installations de production combinée de chaleur/froid et d'électricité à partir de combustibles fossiles gazeux.	NON
6	L'entreprise exerce, finance ou est exposée à des activités de construction, de remise en état ou d'exploitation d'installations de production de chaleur qui produisent de la chaleur/du froid à partir de combustibles fossiles gazeux.	NON

# Rapport de durabilité

## Social

<b>1.</b>	<b>Effectifs de l'entreprise</b>	<b>182</b>
1.1	Stratégie et modèle économique	182
1.2	Principales données concernant les travailleurs du Groupe	184
1.3	Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités	186
1.4	Un environnement de travail attentif aux collaborateurs	187
1.5	Le développement des talents	195
1.6	Une culture de l'inclusion	200
<b>2.</b>	<b>Travailleurs de la chaîne de valeur</b>	<b>206</b>
2.1	Stratégie et modèle économique	206
2.2	Conditions de travail et droits humains de la chaîne de valeur	207
2.3	Transmission et développement des savoir-faire	211
2.4	Diversité, inclusion et égalité des chances	211
<b>3.</b>	<b>Communautés impactées</b>	<b>212</b>
3.1	Stratégie et modèle économique	212
3.2	Droits des communautés locales	213
3.3	Transmission et développement des savoir-faire	214
3.4	Diversité et égalité des chances	215
3.5	Contribution à l'accès à la culture	217
<b>4.</b>	<b>Clients et utilisateurs finaux</b>	<b>218</b>
4.1	Stratégie et modèle économique	218
4.2	Qualité des produits et sécurité des clients	219
4.3	Promouvoir une consommation responsable et prévenir les comportements à risque	219
4.4	Non-discrimination et inclusion	220
4.5	Marketing et pratiques commerciales	222
4.6	Données personnelles des clients	223

La démarche de responsabilité sociale du Groupe est conduite au niveau de LVMH et ses filiales, qui emploient l'intégralité des effectifs du groupe Financière Agache.

## 1. Effectifs de l'entreprise

### 1.1 Stratégie et modèle économique

#### 1.1.1 Engagement pour les talents et leur épanouissement

Les talents des collaborateurs sont un gage de performance et de pérennité pour le Groupe. Leur gestion responsable s'organise autour de quatre piliers, définis à partir d'une concertation avec les parties prenantes, validés par l'analyse de double matérialité :

- conditions d'emploi des collaborateurs ;
- santé, sécurité et bien-être des collaborateurs ;
- transmission et développement des savoir-faire ;
- diversité, inclusion et égalité des chances.

Au sein de ce programme de responsabilité sociale commun, les Maisons déploient chacune leurs propres plans d'action.

LVMH a poursuivi sa stratégie pour attirer et accompagner les talents sur tous les continents. Celle-ci s'appuie sur les engagements du Groupe et de ses Maisons pour un renforcement des actions pour la diversité et l'inclusion, la reconnaissance des talents notamment par leur rémunération, le développement des savoir-faire et leur transmission, la santé, la sécurité, l'équilibre de vie et le bien-être au travail.

La Direction de la Responsabilité Sociale de LVMH est rattachée à Maud Alvarez-Pereyre, Directrice Ressources Humaines Groupe et membre du Comité exécutif de LVMH. Elle porte les engagements globaux du Groupe présentés dans ce chapitre, ainsi que des initiatives et des partenariats pour le Groupe, et déploie la démarche de responsabilité sociale mondiale. Elle coordonne l'action des Maisons par l'intermédiaire d'un réseau de correspondants, réunis au sein du CSR network. Le correspondant « responsabilité sociale » au sein de chaque Maison anime la démarche de la Maison sous la responsabilité de sa Direction des Ressources Humaines et assure la cohérence des actions de sa Maison avec la démarche Groupe.

L'efficacité des politiques clés du Groupe et de ses Maisons est mesurée grâce au « LVMH CSR Track Record ». Cette procédure de reporting RSE synthétise toutes les avancées des Maisons sur la CSR Roadmap de LVMH. Elle est envoyée aux Directeurs des Ressources Humaines ainsi qu'aux Présidents respectifs de chaque Maison.

Dans la suite du chapitre, les montants des investissements et ressources financières actuels et futurs des plans d'action ont été indiqués quand la donnée était disponible et significative.

De la même manière, une mention est ajoutée pour les indicateurs dont la mesure est validée par un organe externe autre que Deloitte.

#### 1.1.2 Organisation et qualité du reporting social et RSE

La remontée des informations sociales se fait par l'intermédiaire d'un reporting organisé en trois volets : une collecte des données sociales, une collecte des politiques sociales et une collecte des avancées des objectifs.

Un support didactique accompagne l'ensemble des acteurs du reporting. Il présente les objectifs et les modalités de la démarche et pour chaque indicateur : sa pertinence, la définition de ses données, le mode de recueil de l'information, la méthode de calcul si besoin et les différents contrôles à effectuer lors du report des données. La vérification de la fiabilité et de la cohérence des informations saisies est renforcée par des contrôles automatiques tout au long de la procédure. Les directions des ressources humaines des Maisons ont la responsabilité des données saisies. Cette saisie est réalisée par entité organisationnelle. Une entité organisationnelle est une structure interne au sein de LVMH qui est définie par ses fonctions, ses responsabilités et ses relations de travail. Elle est modifiée en fonction des besoins de l'organisation et n'a pas nécessairement de statut juridique indépendant.

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

Les effectifs publiés ci-dessous se basent sur les entités organisationnelles et concernent l'ensemble des sociétés consolidées au 31 décembre 2024, incluant la part de LVMH dans les joint-ventures, à l'exception de certaines sociétés faisant partie du Groupe depuis moins d'un an. Celles-ci sont généralement intégrées dans le reporting social l'année suivant la prise de contrôle. Les autres indicateurs sociaux ont été calculés sur un périmètre de 1 017 entités légales couvrant plus de 99% de l'effectif mondial et intègrent les collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures, inclus à 100%.

#### 1.1.3 Consultation des parties prenantes

Les salariés sont associés à l'élaboration de la stratégie du Groupe de deux manières. D'abord, à travers la participation d'Administrateurs salariés au Conseil d'administration et ce depuis 2020. Ensuite, grâce à une enquête d'engagement réalisée auprès de l'ensemble des salariés, sous la responsabilité de la directrice Ressources Humaines, membre du Comité exécutif de LVMH,

qui est intégrée dans les plans stratégiques. Les représentants du personnel bénéficient chaque année d'un point sur l'état du Groupe dans le cadre du Comité de Groupe ainsi que dans le Comité commun des Sociétés européennes (voir § 1.4.4).

Pour se préparer aux futurs défis et opportunités, les équipes des Ressources Humaines, qui collaborent étroitement avec les dirigeants et les managers du Groupe, placent au cœur de la stratégie de ressources humaines l'« Organization and Management Review » (OMR) (voir § 1.5.1 Action relative au développement des talents).

#### 1.1.4 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe

L'analyse de double matérialité a permis d'identifier les impacts et opportunités suivantes qui sont directement en lien avec le modèle économique de LVMH :

- impact positif lié à la stabilité financière et insertion sociale des salariés grâce à l'emploi et au paiement d'un salaire adéquat ;
- impact positif lié à l'épanouissement par le travail et contribution au bien-être ;
- impact positif lié au développement de l'employabilité par les carrières et la mobilité ;
- impact positif lié au renforcement de l'employabilité des salariés de LVMH liée au rayonnement du secteur du luxe et des savoir-faire artisanaux (Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie) ;
- impact négatif lié à l'implantation mondiale nécessitant une attention au respect de la liberté d'association et du droit syndical ;
- impact négatif lié à l'exposition des salariés à des risques physiques, psychologiques ou sécuritaires liés aux spécificités du secteur et ses cadences de travail ;
- impact négatif lié à la saisonnalité de l'activité pouvant entraîner un recours au travail à durée déterminée (auto-entrepreneurs, intérimaires et contrats à durée déterminée) ;
- impact négatif lié à l'exposition potentielle à la discrimination et au harcèlement tout au long de la vie professionnelle (femmes, handicap, etc.) ;
- impact négatif lié à l'accès à un logement décent pour les salariés temporaires/saisonniers (Vins et Spiritueux et Hôtellerie-restauration) ;
- impact négatif lié à l'exposition des salariés à des événements climatiques (Vins et Spiritueux) ;
- risque réputationnel en cas de non-respect des droits des travailleurs et de non-maîtrise des risques santé et sécurité ;
- risque de perte de savoir-faire et de compétences rares sur les métiers de l'artisanat ;

- opportunité de rayonnement et de croissance à travers les savoir-faire artisanaux et les talents créatifs ;
- opportunité de mobilisation de tous les talents par le développement d'une culture inclusive.

Les IROs découlent de l'analyse du modèle économique et leur prise en compte impactera le modèle d'affaires, à travers l'élaboration de la Roadmap RSE 2026-2030.

#### 1.1.5 Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux travailleurs de l'entreprise de faire part de leurs préoccupations

LVMH encourage une culture de dialogue et de communication au sein du Groupe. Tout collaborateur ou partie prenante externe ayant des questions sur l'interprétation des règles internes ou des préoccupations d'ordre éthique est invité à en faire part ou à demander conseil. Le Groupe déploie des enquêtes d'engagement et de conditions de travail, la 'LVMH Global Pulse Survey' auprès de ses collaborateurs. L'enquête permet ainsi de mesurer le ressenti des collaborateurs sur la qualité de vie au travail, l'inclusion au sein de leur équipe et de l'organisation ainsi que leur développement. Le Groupe a également mis en place un dispositif d'alerte permettant de recueillir et examiner les signalements relatifs à des comportements illicites ou contraires à ses principes de conduite internes, avec pour objectif de protéger les lanceurs d'alerte et prévenir le potentiel impact négatif sur la société (voir section Gouvernance § 1.2).

##### La LVMH Alert Line

Voir la section Gouvernance § 1.3.1.

##### Le LVMH Global Pulse Survey

En 2020, LVMH a souhaité déployer une enquête d'ampleur inédite, auprès de l'ensemble de ses collaborateurs dans le monde. La « LVMH Global Pulse Survey » visait à « prendre le pouls des collaborateurs ». LVMH souhaitait connaître leur état d'esprit, leur opinion sur le Groupe, mais aussi leur vision du futur sur le développement de la relation aux clients, la culture de travail ou encore les éléments incontournables de leadership.

L'enquête a mobilisé plus de 78 000 collaborateurs qui ont partagé plus de 180 000 verbatims. Afin de mieux interpréter et de pouvoir enrichir les retours quantitatifs de l'enquête, le Groupe a fait le choix de mener 77 interviews complémentaires, auprès de jeunes talents, de hauts potentiels et de présidents-directeurs généraux.

La restitution des résultats a été l'occasion de discussions entre les managers du groupe LVMH et les salariés des Maisons. 56 % des participants se déclarent motivés et confiants. Ils sont fiers de faire partie du Groupe (93 %) et de travailler pour leur Maison (91 %).

L'enquête Pulse est relancée en octobre 2024 et cible à nouveau l'ensemble des collaborateurs du Groupe, déclinée en 18 langues couvrant 95% des langues parlées dans le Groupe. Une attention particulière est portée sur les sujets de progression de carrière, leur développement, leur engagement, leur bien-être et leur

environnement de travail. Plus de 145 000 collaborateurs, couvrant 76% de l'effectif ont répondu. Le traitement des réponses est en cours. Les résultats seront présentés en 2025 au Comité exécutif du Groupe et restitués aux collaborateurs, pouvant conduire à l'établissement de plans d'action, si nécessaire.

## 1.2 Principales données concernant les travailleurs du Groupe

L'effectif fin de période présenté dans les tableaux ci-dessous est l'effectif au 31 décembre 2024, calculé en additionnant l'effectif au 31 décembre 2024 de l'ensemble des entités du périmètre consolidé au 31 décembre 2024. L'évolution de l'effectif, à périmètre de contrats de travail équivalent, est stable par rapport à l'année passée. Cette évolution reflète l'impact de LVMH sur la stabilité financière de ses salariés ainsi qu'à leur insertion sociale.

Les contrats comptabilisés dans l'effectif sont les contrats à durée indéterminée (CDI), les contrats à durée déterminée (CDD) et les contrats à heures non garanties (CHNG).

L'effectif en contrat à heures non garanties (CHNG) est l'effectif employé par le Groupe, sans nombre minimum ou fixe d'heures de travail prévu au contrat.

Contrairement aux années précédentes, en 2024 les contrats d'apprentissages et de professionnalisation Français sont à comptabiliser dans les effectifs. L'effectif total au 31 décembre 2024 est ainsi de 218 150 collaborateurs.

Il se répartit en 185 008 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI), 19 806 sous contrat à durée déterminée (CDD) et 10 823 sous contrats à heures non garanties (CHNG), et 2 513 contrats d'apprentissages et de professionnalisation. Les effectifs hors de France représentent 82% des effectifs mondiaux.

Hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation, les effectifs sont de 215 637 collaborateurs, en augmentation de 1% par rapport à l'effectif publié de 213 268 au 31 décembre 2023.

Dans les indicateurs d'effectifs, les collaborateurs de LVMH en Chine et ses régions ayant selon la législation sociale chinoise un contrat avec une durée légale mais ne pouvant être pérennisés qu'après plusieurs années, précédemment comptabilisés dans les effectifs CDI (8 721 au 31 décembre 2024) sont, à partir de 2024, comptabilisés dans l'effectif CDD. Les autres indicateurs n'ont pas fait l'objet de retraitements.

Les contrats d'apprentissage et de professionnalisation Français ne sont pas inclus dans l'ensemble des indicateurs, une mention est faite en bas de chaque tableau concernant leur absence de prise en compte. À l'international, ils ne sont pas comptabilisés cette année. Des adaptations des SIRH sont prévues en 2025 pour pouvoir les inclure dans l'ensemble des indicateurs nécessaires.

L'effectif moyen total 2024 du Groupe, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation, en équivalent temps plein (ETP), est de 200 518, en augmentation de 4% par rapport à 2023 (voir *États financiers – Comptes consolidés*, Note 25.2). Cet effectif moyen est calculé en divisant par 12 les effectifs fin de mois, en ETP, de janvier à décembre 2024.

Le nombre total de salariés ayant quitté le Groupe au cours de l'année 2024, hors transferts hors Groupe, s'élève à 48 238, dont 37 092 départs CDI. Seuls les départs non-naturels sont comptabilisés pour les CDD et CHNG.

Compte-tenu du volume de CDD saisonniers de courte durée recrutés chaque année, il semble plus pertinent de continuer à analyser et à suivre le taux de rotation du Groupe sur la population des CDI uniquement. Ce taux est de 19,3% pour 2024, en diminution de 2,8 points par rapport à 2023. Il est calculé en divisant le nombre total de départs CDI de l'année par l'effectif total des CDI inscrit au 31 décembre. En ajoutant à ce calcul les départs autres que ceux liés à la fin de contrat pour les CDD et les CHNG, et en divisant ce nombre par l'effectif total des CDI au 31 décembre de l'année et des CDD et CHNG inscrit au 31 décembre de l'année précédente, auquel sont additionnées les entrées de l'année de ces contrats; pour ainsi avoir une vision représentative du volume de contrats; le taux de rotation est de 19,6%.

### Répartition de l'effectif par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre <sup>(a)</sup>	2024	%
Vins et Spiritueux	8 880	4
Mode et Maroquinerie	74 401	35
Parfums et Cosmétiques	33 189	15
Montres et Joaillerie	28 072	13
Distribution sélective	60 648	28
Autres activités	10 447	5
<b>Total</b>	<b>215 637</b>	<b>100</b>

(a) Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

## Répartition de l'effectif par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre <sup>(a)</sup>	2024	%
Cadres	49 357	23
Techniciens, responsables d'équipe	17 133	8
Employés administratifs, personnel de vente	114 576	53
Personnel de production	34 571	16
<b>Total</b>	<b>215 637</b>	<b>100</b>

(a) Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

## Répartition de l'effectif par sexe

Effectif total au 31 décembre <sup>(a)</sup>	2024
Masculin	28,2%
Féminin	71,4%
Autres	0,4%
Non déclaré	0%
<b>Total salariés</b>	<b>100 %</b>

(a) Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

Les données d'effectifs collectées dans le cadre du reporting social sont réparties en trois genres : « masculin », « féminin » et « autres ». Une catégorie « non-déclaré » existe dans le système Core HR

du Groupe, le nombre total d'employés ayant sélectionné cette option n'est pas significatif.

## Répartition de l'effectif dans les pays où l'entreprise compte au moins 50 salariés représentant au moins 10 % de son nombre total de salariés

Effectif total au 31 décembre <sup>(a)</sup>	2024
France	18 %
États-Unis	21 %

(a) Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

## Répartition de l'effectif<sup>(a)</sup> par type de contrat, ventilées par sexe

	Femme	Homme	Autres	Non Communiqué	Total
Nombre de salariés	154 209	60 508	920	0	215 637
Nombre de salariés permanents	129 800	54 587	621	0	185 008
Nombre de salariés temporaires	14 571	5 166	69	0	19 806
Nombre de salariés au nombre d'heures non garanti	9 838	755	230	0	10 823
Nombre de salariés à temps plein			Voir tableau en § 1.4.5		
Nombre de salariés à temps partiel			Voir tableau en § 1.4.5		

(a) Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

**Répartition de l'effectif<sup>(a)</sup> par type de contrat, ventilé par zone géographique**

	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés	Total
Nombre de salariés	39 856	48 736	44 870	11 299	48 719	22 158	215 637
Nombre de salariés permanents	37 806	43 921	34 121	10 574	38 058	20 529	185 008
Nombre de salariés temporaires	2 050	4 502	1 234	633	9 908	1 479	19 806
Nombre de salariés au nombre d'heures non garanti	0	313	9 515	92	753	150	10 823
Nombre de salariés à temps plein				Voir tableau en 1.4.5			
Nombre de salariés à temps partiel				Voir tableau en 1.4.5			

(a) Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

**1.3 Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités**

	Objectif 2021-2025	Année 2024
<b>Enjeux LVMH : Conditions d'emploi des collaborateurs</b>		
Roadmap RSE		
- Salaire adéquat	100 %	100 %
<b>Enjeux LVMH : Diversité, inclusion et égalité des chances</b>		
Roadmap RSE : Singularités		
- Femmes à des postes clés	50 %	48 %
- Collaborateurs en situation de handicap	2 %	1,9 %
- Recruteurs formés à la non-discrimination, tous les 3 ans	100 %	72 %
<b>Enjeux LVMH : Santé, sécurité et bien-être des collaborateurs</b>		
Roadmap RSE : Santé, sécurité et bien-être des collaborateurs		
- Identifier les enjeux santé et sécurité	100 %	92 %
- Élaborer un plan d'action dédié à la santé et à la sécurité	100 %	97 %
- Déployer et manager la démarche santé et sécurité	100 %	96 %
- Engager chaque collaboratrice collaborateur dans la démarche santé et sécurité	100 %	62 %
- Maintenir une culture vertueuse pour un écosystème sûr	100 %	100 %
<b>Enjeux LVMH : Transmission et développement des savoirs-faires</b>		
Roadmap RSE : Savoir-faire d'excellence		
- Intégrer les Talents dans les Maisons	750 <sup>(a)</sup>	500

(a) Objectif révisé à 500 en 2024.

La formulation des objectifs et des actions induites a été faite par la Direction des Ressources Humaines et nourrie des échanges réguliers avec les représentants du personnel et les enquêtes d'engagement « LVMH Pulse Survey ».

## 1.4 Un environnement de travail attentif aux collaborateurs

Les conditions d'emploi de ses collaborateurs sont un enjeu majeur pour LVMH. Cet engagement se traduit dans le Code de conduite LVMH (voir section Gouvernance § 1.). Qu'il s'agisse de leur bien-être, de leur sécurité ou de leurs droits humains, le Groupe s'engage auprès de ses salariés pour leur garantir un environnement de travail sain et attentif à leurs besoins.

La procédure de surveillance de l'ensemble des politiques liées aux conditions de travail des collaborateurs se fait par le « LVMH Track Record » (voir § 1.1.1).

### 1.4.1 Respect des droits humains

#### Politique relative au respect des droits humains

À travers leurs Codes de conduite, renouvelés en 2024, Agache, société faitière du Groupe, et LVMH veillent à ce que chaque collaborateur puisse jouir de ses droits sans distinction d'origine ethnique, nationale, sociale ou culturelle, de genre, d'orientation sexuelle, de handicap, d'âge, de situation familiale, de religion, de convictions politiques ou d'affiliation syndicale.

Les Codes de conduite d'Agache et de LVMH sont conçus comme le socle d'éthique commun du Groupe et de l'ensemble de ses Maisons rassemblant les règles que les collaborateurs doivent suivre dans l'exercice de leurs fonctions. Ces Codes s'adressent directement aux collaborateurs afin de les responsabiliser au regard des règles que chacun doit suivre dans l'exercice de ses fonctions. Le Code de LVMH est signé par les membres du Comité exécutif de LVMH et porté par les Présidents de Maisons du Groupe. Disponible en 25 langues, le Code de conduite est largement diffusé à travers le Groupe et est intégré à la formation des nouveaux collaborateurs, notamment au moment de leur arrivée.

Le Groupe s'engage à travers ses Codes de conduite afin d'assurer à tous ses collaborateurs, dans toutes ses Maisons et sur l'ensemble des territoires dans lesquels elles opèrent, un environnement de travail respectant la dignité de chacun. Notamment en garantissant des salaires décents (voir § 1.4.2), la sécurité et la santé au travail (voir § 1.4.3), la diversité et l'inclusion (voir § 1.6), et en luttant contre toute forme de discrimination (voir § 1.6.3).

LVMH suit et promeut dans sa sphère d'influence les principes, libertés et droits fondamentaux adoptés par la communauté internationale et notamment la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, les Pactes internationaux relatifs aux droits civils et politiques et économiques, sociaux et culturels, les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, les Principes Directeurs de l'OCDE à l'Intention des Entreprises Multinationales et en particulier son Chapitre IV.

Le Groupe s'attache avec vigilance, dans le cadre de la loi, à identifier les éventuels impacts négatifs, directs ou indirects, de son activité sur la société afin de les prévenir et, le cas échéant, d'y remédier. LVMH s'est ainsi doté d'un plan de vigilance (voir Plan de Vigilance à la suite de ce document) assurant la compatibilité de son modèle économique avec les enjeux de prise en compte des droits humains et libertés fondamentales, de la santé et de la sécurité des personnes, ainsi que de l'environnement.

Avec cette politique, LVMH prévient ses impacts en mettant en place des mécanismes de suivi et d'atténuation, tel que l'accès à une ligne d'écoute : la LVMH Alert Line (voir § 1.1.5). Ce canal d'alerte permet aux collaborateurs un recours efficace en cas de violations des droits humains ou de conditions de travail inappropriées.

#### Indicateurs relatifs au respect des droits humains

En 2024, 806 signalements ont été reçus *via* la plateforme LVMH Alert Line; 60% de ces signalements étaient liés à des sujets ressources humaines. En particulier, 38,4% des signalements reçus en 2024 concernaient des allégations de discrimination ou de harcèlement (soit 309 signalements).

Par ailleurs, 938 signalements (incluant les incidents et plaintes) ont été reçus en 2024 au travers d'autres canaux d'alerte propres aux Maisons et entités du Groupe; 66% de ces signalements (soit 619) portaient sur des allégations de discrimination ou de harcèlement ou relatives à d'autres sujets liés aux ressources humaines. Le Groupe a payé 2,3 millions d'euros en 2024.

Aucune information relative à un incident grave lié aux droits humains concernant les employés du Groupe n'a été reçue *via* les différents canaux de remontée d'informations disponibles. Aucune amende, pénalité ou indemnisation de dommages résultant d'un incident grave lié aux droits humains concernant les employés du Groupe n'est à signaler.

### 1.4.2 Stabilité financière et insertion professionnelle

#### Une politique de rémunération attractive et équitable

La politique de rémunération du groupe LVMH vise à faire de ses programmes de rémunération globale un levier d'attractivité, de compétitivité et de fidélisation durable. Elle vise également à promouvoir une culture de la performance, de l'excellence et du développement des talents.

À travers une politique de rémunération cohérente, le groupe LVMH a la volonté de garantir l'équité interne, afin notamment de favoriser et optimiser le développement et la mobilité des talents au sein d'un écosystème de Maisons très diversifié et international.

La cohérence et l'équité interne sont apportées entre autres par une fine connaissance des métiers et des responsabilités à tous les niveaux des organisations. Le Groupe s'assure également de sa compétitivité externe dans les différents métiers et marchés, en utilisant les éléments de benchmarks via des organismes tiers.

La stratégie de rémunération est définie au niveau de la Direction des Ressources Humaines du Groupe et est mise en œuvre conjointement par la Directrice des Ressources Humaines et la Directrice Compensation & Benefits de chaque Maison, afin de tenir compte de leurs enjeux business et spécificités. La stratégie de rémunération du Groupe valorise une approche holistique qui va au-delà de la rémunération financière traditionnelle et inclut un ensemble complet d'avantages sociaux, tels que la protection sociale (santé et prévoyance), afin de soutenir le bien-être et la qualité de vie des collaborateurs.

En associant la prise en compte de la performance collective à travers les résultats financiers de chaque Maison et la performance individuelle, le groupe LVMH souhaite à travers sa politique de rémunération reconnaître et valoriser la contribution de chacun à la performance globale de l'organisation. Ce principe est directement intégré dans les programmes de rémunération variable définis au sein des Maisons. Certains dispositifs de partage de la valeur (tels que les accords d'intéressements, de participation aux résultats, le plan d'actionnariat salarié) ont également été mis en place au sein des Maisons et viennent renforcer cette volonté d'associer les salariés à la performance du Groupe sur le long terme.

La politique de rémunération est inclusive et veille à respecter les principes d'équité dans toutes les formes de diversité. Elle s'adapte constamment afin d'être en permanence en conformité avec les avancées réglementaires favorisant la transparence sur le sujet de la rémunération et accompagner les ambitions du Groupe en matière de responsabilité sociale.

La rémunération médiane s'élève à 51 128 euros annuels bruts sur un périmètre couvrant 95% des effectifs CDI du Groupe, un niveau élevé qui montre l'attention que porte le Groupe à ses salariés à travers sa politique de rémunération attractive. Le ratio, hors plans d'actions (voir Gouvernement d'entreprise § 2.), entre la rémunération du Président-directeur général et la médiane est de 67,57.

### Une politique assurant un salaire décent

Pour assurer le salaire décent qui permet la stabilité financière et insertion sociale des collaborateurs, LVMH a une politique de rémunération avantageuse par rapport aux attentes de ses salariés et au marché qui inclut une politique de salaires décents.

En 2021, LVMH a constitué une équipe dans le but de définir une politique d'équité salariale applicable, incluant le salaire décent, à tous ses salariés et aux fournisseurs. Les objectifs de la politique sont d'assurer des conditions de rémunération justes, équitables et compréhensibles par le salarié. Élaborés avec l'appui de l'expertise de Fair Wage Network, les principes d'équité salariale ont été endossés en 2022 par la Direction des

Ressources Humaines. L'ensemble des Maisons du Groupe a été invité à vérifier l'application de ces principes et le pilotage en est assuré à travers les réseaux de correspondants des Ressources Humaines, des Rémunérations et Avantages Sociaux et de la Responsabilité Sociale.

### Actions

Le Groupe met en place des enquêtes annuelles sur les niveaux de salaire qui tiennent compte de la spécificité des métiers et des secteurs d'activités. Elles sont menées en France et à l'international, afin de confirmer le bon positionnement des Maisons.

Des actions sont également déployées pour assurer un salaire décent. Ainsi à partir de fin 2023, une première campagne d'audits internes a été lancée avec des Maisons pilotes couvrant près d'un quart de l'effectif afin de vérifier la conformité avec la politique Fair Wage du groupe LVMH, dont les résultats sont attendus début 2025.

Par ailleurs, le Groupe et ses Maisons sont attentifs à ce que les collaborateurs qui travaillent pour le Groupe puissent être associés au développement de l'organisation. En France, outre les mécanismes de partage de la valeur obligatoires (accords de participation), le Groupe et ses Maisons mettent en œuvre d'autres dispositifs, facultatifs : la prime de partage de la valeur après la prime exceptionnelle de pouvoir d'achat, versées chaque année depuis 2019, les accords d'intéressement (98% des collaborateurs en sont bénéficiaires), des mécanismes d'abondement, la possibilité de procéder à des versements volontaires sur le PEE (100% des Maisons en France), des compléments d'intéressement et de participation. Au niveau international, le Groupe encourage l'intéressement mondial Maison au bénéfice des salariés non français.

De plus, en 2024, LVMH a lancé un plan d'actionnariat salarié international qui s'adresse à 70% de son effectif global (soit plus de 135 000 collaborateurs) dans 11 pays et régions en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. Grâce à des conditions de souscription préférentielles, ce plan est l'occasion d'associer les collaborateurs au développement du Groupe. C'est également une marque de reconnaissance pour leur travail et leur engagement au quotidien. Ce programme de partage s'adresse à tous les collaborateurs sans distinction hiérarchique et reflète la volonté du Groupe de se projeter ensemble à long terme. Ce programme a été plébiscité par les collaborateurs du périmètre concerné et toutes les actions disponibles ont été souscrites. En conséquence, le Groupe a décidé de libérer des actions supplémentaires pour satisfaire l'intégralité des souscriptions.

Avec l'ensemble de ces actions, LVMH cherche à réduire les impacts négatifs sur ses salariés que la variation du niveau de vie selon les régions pourrait avoir.

En 2024, tous les salariés ont été rémunérés au moins à un niveau de salaire adéquat. Comme le stipule la CSRD, le calcul du salaire adéquat est fait sur base du salaire minimum légal s'il existe, le cas inverse la méthodologie définie par la CSRD.

### 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs

#### Politique et actions relatives à la santé et sécurité

L'ambition d'excellence du Groupe se traduit sur les questions de santé et de sécurité dans toutes les implantations du Groupe et avec la même volonté de contribuer à la santé, à la sécurité et au bien-être des collaborateurs. L'objectif est de parer aux risques d'accidents ou de maladies professionnelles, qu'elles soient physiques ou psychiques. Une attention particulière est portée aux questions de sécurité des personnes en raison de l'univers du travail manuel dans lesquels opèrent les Maisons du Groupe, l'attractivité et la valeur des produits.

LVMH a décidé de renforcer son plan d'action pour protéger l'ensemble de ses collaborateurs. Dès 2020, un groupe de travail dédié composé d'experts Santé et sécurité et de responsables de Ressources Humaines a été formé. Il a posé un diagnostic et proposé un plan d'action qui s'appuie sur la création d'une charte santé et sécurité.

En 2021, la Charte santé et sécurité LVMH, signée par le Comité exécutif de LVMH et par l'ensemble des Présidents de Maisons, a impulsé une démarche complète et ambitieuse pour une culture du « zéro accident » sur l'ensemble des opérations.

Les Maisons s'engagent sur cinq piliers :

- identifier leurs enjeux par la structuration d'une démarche ;
- élaborer un plan d'action et le revoir périodiquement ;
- suivre la démarche en soumettant leurs résultats aux comités de direction de chacune des Maisons ;
- engager chaque collaborateur et collaboratrice dans la démarche, notamment par la sensibilisation aux gestes de première urgence ;
- maintenir une culture vertueuse par une collaboration entre Groupe et Maisons.

À chaque engagement est associé un indicateur de suivi et un objectif à l'horizon 2025. Dans une démarche d'amélioration continue, le Comité exécutif de LVMH en assure un suivi régulier grâce au Rapport annuel RSE de l'avancée des engagements de la charte santé et sécurité (voir § 1.1.1).

Chaque Maison signataire a nommé un Ambassadeur Santé et sécurité auprès du Groupe. Ces Ambassadeurs forment la Communauté santé et sécurité, qui se réunit régulièrement pour échanger et partager les outils afin de déployer la culture du « zéro accident ». Quatre réunions se sont tenues en 2024.

LVMH et son réseau d'Ambassadeurs mettent à disposition de l'ensemble de ses salariés une boîte à outils santé et sécurité sur l'Intranet du Groupe. Elle regroupe toutes les informations permettant de déployer des politiques et des actions vertueuses, notamment le répertoire de bonnes pratiques issues des Maisons.

Le Groupe se mobilise également en mettant à disposition de ses collaborateurs un module de sensibilisation aux premiers secours, incluant la santé mentale. Ce programme, divisé en trois volets (prévention des risques, intervention en cas d'accident et prévention des risques psychosociaux), est disponible en 14 langues et vise à renforcer la culture de santé et sécurité au sein de l'ensemble des environnements de travail.

Les salariés et prestataires du Groupe travaillant dans les Vins et Spiritueux sont particulièrement exposés aux événements climatiques. Afin de réduire les impacts négatifs découlant d'un travail quotidien ou saisonnier dans les vignes, les Maisons viticoles ont implémenté des politiques et actions spécifiques à leur métier, en partenariat avec les autorités locales et les organisations professionnelles locales.

Moët Hennessy a ainsi envoyé une enquête à toutes ses Maisons afin de recenser l'existence et le type de mesures de réduction des impacts en cas de fortes chaleurs. Les résultats de cette enquête ont permis de développer le Moët Hennessy Safety Guidelines « Work at heat », un nouveau cadre de protection des travailleurs et d'amélioration de leurs conditions de travail face aux aléas. Le plan d'action repose sur sept grands piliers : l'organisation du travail, la réduction de l'impact physique, l'accès à l'eau, l'accès à l'ombre, les équipements de protection individuelle, la formation et l'information, ainsi que la réponse d'urgence.

En 2017, une Charte sur les relations de travail avec les mannequins a été établie par le groupe LVMH en concertation avec le groupe Kering et des professionnels du secteur, animés du même souci de respect de la dignité, de la santé et du bien-être des mannequins. Applicable à l'ensemble des Maisons, cette charte a pour objectif de faire disparaître certains comportements et pratiques qui ne correspondent pas aux valeurs du Groupe et de faire prendre conscience aux mannequins qu'ils sont pleinement acteurs de ces changements. La diffusion des principes de cette charte est soutenue par la mise en place d'un site internet dédié, [wecareformodels.com](http://wecareformodels.com), réalisé par les équipes des groupes LVMH et Kering. Ce site à l'attention des mannequins met notamment à leur disposition des bonnes pratiques et conseils prodigués par des nutritionnistes et coaches indépendants. LVMH a, en outre, mis en place un système d'assistance psychologique, mettant à la disposition des mannequins, sur la totalité de la durée des défilés, une psychologue formée à la détection des troubles psychiques, addictologiques et alimentaires, chargée de les accompagner dans le respect de l'anonymat et de la confidentialité des informations échangées.

En 2024, LVMH a investi plus de 43 millions d'euros pour l'hygiène et la sécurité. Ces montants ont été alloués à la médecine du travail, aux équipements de protection, et à des programmes d'amélioration continue : mise en conformité des nouveaux équipements, signalisations, renouvellement des outils de protection, formation prévention incendie, réduction de l'impact du bruit. Plus généralement, le montant global des dépenses et investissements relatifs aux conditions de travail s'élève à plus de 268 millions d'euros, soit 2,4% de la masse salariale brute au niveau mondial. Le Groupe n'a pas encore connaissance des budgets alloués à cette politique dans le futur.

En 2024, 97% des effectifs de LVMH ont été couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité, basé sur les exigences légales et/ou les normes ou lignes directrices reconnues.

LVMH a également poursuivi ses actions de sensibilisation et de formation à la sécurité au travail et à la prévention des risques. Ainsi, en 2024, sur l'ensemble de l'effectif du Groupe, 93 318 personnes ont suivi une formation sur ces thématiques.

### Politique et actions relatives à la sécurité et la sûreté

La sécurité et la sûreté sont des priorités pour le groupe LVMH qui entend appréhender les problématiques associées de manière cohérente et globale (attaques à main armée, protestations

sociales, terrorisme... ). À travers leurs Codes de conduite respectifs, Agache et LVMH encouragent l'amélioration continue des conditions sociales, sociétales et sanitaires, facteurs essentiels de développement et de protection des personnes. Le Groupe considère que sa responsabilité en tant qu'employeur est d'offrir un environnement de travail sûr et épanouissant à ses collaborateurs, ainsi qu'à toute personne travaillant sur un site du Groupe ou pour le Groupe. LVMH veille à la santé et à la sécurité de ses collaborateurs, s'assure que l'ensemble de ses activités respecte les législations et réglementations sanitaires en vigueur dans tous les pays dans lesquels il opère et s'attache à mettre en œuvre les meilleures pratiques relatives à la sécurité sur le lieu de travail.

### Indicateurs et objectifs relatifs à la santé et la sécurité

Les indicateurs et objectifs associés aux engagements de la nouvelle Charte santé et sécurité de LVMH

		Résultat 2024 <sup>(a)</sup>	Objectif 2025
<b>Engagement 1</b>	Chaque Maison structure une démarche de santé et sécurité.	92 %	
<b>Engagement 2</b>	Chaque Maison revoit périodiquement la démarche de santé et sécurité.	97 %	
<b>Engagement 3</b>	Les comités de direction des Maisons analysent annuellement les résultats en matière de santé et de sécurité, en particulier l'évolution du taux de fréquence des accidents.	96 %	100 %
<b>Engagement 4</b>	Chaque collaborateur et collaboratrice est sensibilisé à la prévention et aux gestes de première urgence.	62 %	
<b>Engagement 5</b>	Le Groupe dédie annuellement une journée à la promotion de la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail.	100 %	

(a) Taux de couverture des collaborateurs et collaboratrices (nombre de collaborateurs et collaboratrices couverts par l'engagement/nombre total de collaborateurs LVMH).

### Taux d'absentéisme <sup>(a)</sup> par zone géographique et par motif

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

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

Pour les contrats CDI, CDD, CHNG, le nombre de jours d'absences, par motif d'absences, est collecté en jours ouvrés auprès de l'ensemble des entités du Groupe dans le cadre du Reporting annuel RH, puis consolidé au niveau du Groupe.

Le taux d'absentéisme est calculé de la manière suivante : nombre de jours d'absences ou journées de travail réellement perdues divisé par le nombre total de jours théoriques de travail de l'effectif sur la même période, multiplié par 100.

Ce taux ainsi calculé s'élève à 5,6% en 2024, vs 5,1% en 2023. Hors maternité/paternité, ce taux d'absentéisme se situe à 4,3% en 2024 vs 3,8% en 2023.

Le nombre total de jours calendaires perdus en raison d'accidents du travail et problèmes de santé dus à des accidents du travail s'élève à 60 894 jours pour 2024. Il s'agit d'une estimation réalisée

sur la base de ces jours d'absences en jours ouvrés récoltés, en suivant la méthodologie suivante :

1. estimation du nombre moyen de jours ouvrés perdus par accidents : Total du nombre de jours ouvrés perdus sur l'année/nombre d'accidents sur l'année ;
2. estimation du nombre moyen de semaines perdues par accident : Nombre moyen de jours ouvrés perdus par accidents/5 jours ouvrés ;
3. conversion du nombre moyen de jours ouvrés perdus en nombre moyen de jours calendaires perdus par accidents : Nombre moyen de semaines perdues par accident \* 7 jours calendaires ;
4. calcul du nombre total de jours calendaires perdus = nombre moyen de jours calendaires perdus\* nombre d'accidents sur l'année.

### Indicateurs d'accidents par groupe d'activités et par zone géographique

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence (a) (b)	Taux de gravité (b) (c)
<b>Répartition par groupe d'activités</b>			
Vins et Spiritueux	127	8,35	0,20
Mode et Maroquinerie	417	3,33	0,09
Parfums et Cosmétiques	154	2,83	0,09
Montres et Joaillerie	98	1,94	0,04
Distribution sélective	401	4,26	0,18
Autres activités	255	14,02	0,34
<b>Répartition par zone géographique</b>			
France	606	10,10	0,39
Europe (hors France)	345	4,55	0,08
États-Unis	160	2,36	0,11
Japon	32	1,80	0,01
Asie (hors Japon)	134	1,43	0,04
Autres Marchés	175	4,10	0,08
<b>Groupe 2024</b>	<b>1 452</b>	<b>4,06</b>	<b>0,12</b>
2023	1 362	3,77	0,13
2022	1 384	4,08	0,14

(a) Le Taux de fréquence est égal au nombre d'accidents de travail avec arrêt, multiplié par 1 000 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées. Les accidents de trajets ne sont pas comptabilisés.

(b) Le calcul des heures travaillées est basé pour la France sur des données réelles et pour les autres pays sur le nombre d'ETP présents au sein du Groupe au 31 décembre de l'exercice et un ratio d'heures travaillées par ETP et par pays issu des bases de l'OCDE.

(c) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues résultant d'un accident de travail, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées. Les accidents de trajets ne sont pas comptabilisés.

Les taux de fréquence et de gravité incluent les accidents des vendeurs depuis 2024.

Un décès est survenu en 2024, dont la qualification de maladie professionnelle est en cours de contestation.

## 1.4.4 Favoriser le dialogue social et garantir la liberté d'expression

### Dialogue social

Le Groupe favorise et encourage un dialogue social fluide et constructif à tous les niveaux.

Il s'assure que les dispositions légales liées au dialogue social soient respectées dans l'ensemble des territoires dans lequel il est présent et un suivi plus précis du périmètre hors Union européenne sera mis en place en 2025.

Au niveau européen, le Comité commun des Sociétés européennes, instance représentative du personnel, est composé de 29 membres issus des 22 pays européens d'implantation des Maisons. Ses règles ont été arrêtées par un accord signé à l'unanimité le 7 juillet 2014 par des représentants du personnel originaires de ces 22 pays, et par la direction des groupes LVMH SE et Christian Dior SE. Ce Comité est informé des sujets transnationaux à l'échelle européenne. Cette année, il s'est réuni le 13 juin 2024 en réunion plénière. Sa composition a été renouvelée en janvier 2024 pour un nouveau mandat de cinq ans.

Le périmètre français est couvert par le Comité de Groupe. Composé à ce jour de 29 membres, il se réunit annuellement en session plénière. Cette instance d'information permet aux élus

de dialoguer avec les présidents de toutes les branches d'activités du Groupe. Ils échangent ainsi sur les orientations stratégiques, sur les enjeux économiques et financiers, sur l'évolution de l'emploi au sein du Groupe, sur les enjeux ESG matériels et sur les perspectives de l'année en cours. Ce Comité s'est réuni le 9 octobre 2024, et sa composition a été renouvelée en 2022 pour un nouveau mandat de quatre ans.

À l'échelle des Maisons, en accord avec la culture de décentralisation du Groupe, les représentants traitent de problématiques sociales propres à leur entité.

En France, les Maisons sont dotées de Comités Sociaux et Économiques (CSE). Les attributions des CSE dépendent des effectifs de l'entreprise. Dans les entreprises de moins de 50 salariés, ils présentent à l'employeur les réclamations individuelles ou collectives des salariés relatives aux salaires, à l'application du Code du travail, etc. Au sein des entités d'au moins 50 salariés, les CSE assurent l'expression collective de l'intérêt des salariés sur les décisions relatives à la gestion et à l'évolution économique et financière de l'entreprise, à l'organisation du travail, à la formation professionnelle et aux techniques de production.

En 2024, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré au total un budget de plus de 40,1 millions d'euros, soit 1,5% de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles, par leur contribution aux CSE.

Au cours de l'année 2024, les représentants du personnel ont participé à 1 151 réunions en France :

Nature des réunions	Nombre
Comité Social et Économique supérieur à 50 salariés	925
Comité Social et Économique inférieur à 50 salariés	226
<b>Total</b>	<b>1151</b>

Ces réunions ont notamment permis la signature de 232 accords d'entreprise en France.

### Liberté d'expression et d'association

Le Groupe protège la liberté fondamentale d'expression pour chacun de ses collaborateurs, ainsi que précisé dans les Codes de conduite d'Agache et de LVMH.

Les Codes de conduite protègent notamment la liberté d'association et reconnaît le droit à la négociation collective.

Les représentants des salariés jouent un rôle clé dans la conduite de relations de travail productives au sein des Maisons. Les représentants du personnel, la Direction générale du Groupe et les Maisons dialoguent de façon continue avec pour but d'améliorer les conditions de travail des salariés tout en maintenant l'activité

opérationnelle. Le Groupe étant décentralisé, le dialogue s'effectue au niveau des Maisons, qui disposent de leurs propres organisations syndicales et instances représentatives du personnel.

Les Maisons mettent à disposition des ressources et des outils pour aider les représentants du personnel à exercer leurs droits : formation spécifique, canaux dédiés (adresse électronique), Intranet, base de données des entreprises, de l'emploi et de l'environnement (BDESE), local, réunions d'échanges. La mise en œuvre de cette politique et le suivi de son efficacité sont menés par la Direction des Ressources Humaines du Groupe. En France, les syndicats sont protégés par le principe de non-discrimination. Niveau Groupe, des efforts seront entrepris l'année prochaine pour collecter les informations relatives au périmètre international.

## Indicateurs relatifs au dialogue social et à l'engagement avec les salariés

Tableau 1 : Modèle de déclaration concernant la couverture des négociations collectives et le dialogue social

Taux de couverture	Couverture des négociations collectives		Dialogue social	
	Salariés – EEE (a)	Salariés – non EEE (b)	Représentation sur le lieu de travail (EEE uniquement)	
	France	États-Unis	France	Europe (hors France)
0 – 19 %		X		
20 – 39 %				
40 – 59 %				
60 – 79 %	X			
80 – 100 %			X	X

(a) Pour les pays avec > 50 salariés représentant > 10 % du total des salariés (CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation).

(b) Estimation pour les régions avec > 50 salariés représentant > 10 % du total des salariés (Effectif total CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation).

En fonction des pays et des configurations des Maisons, les réglementations locales peuvent différer de manière importante d'une localité à une autre. Les Maisons sont toutefois très attentives au respect des dispositions légales applicables et à la possibilité pour les collaborateurs de s'exprimer directement notamment via des *surveys* internes et/ou par l'intermédiaire de leurs représentants du personnel.

### 1.4.5 Équilibre de vie, bien-être au travail et LVMH Heart Fund

#### Politique relative à l'équilibre de vie et au bien-être au travail

Par son Code de conduite, LVMH souhaite assurer le bien-être au travail de ses collaborateurs. LVMH crée les conditions permettant à l'ensemble de ses collaborateurs de s'épanouir dans le cadre de leurs fonctions et de développer tout leur potentiel. LVMH encourage les managers à favoriser le développement de modes de travail collaboratifs et agiles, et à mobiliser les capacités d'initiative, les compétences et les responsabilités professionnelles des membres de leur équipe. Les managers sont incités à porter une attention à l'instauration d'un environnement de confiance, de dialogue constructif et de reconnaissance des contributions de chacun. Le Groupe est attentif aux remontées venant de ses collaborateurs et de ses partenaires sociaux.

LVMH veille au respect de l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle de ses collaborateurs, conscient qu'il s'agit d'un levier essentiel du bien-être et de la qualité de vie au travail de chacun d'entre eux. Le Groupe porte une attention particulière au droit à la déconnexion par des chartes spécifiques adaptées à chaque Maison. Le Groupe favorise, quand l'activité le permet, la flexibilité de l'organisation du travail pour les collaborateurs.

#### Le LVMH Heart Fund

Pour faire face aux aléas de la vie auxquels peuvent être confrontés les collaborateurs du Groupe, LVMH a mis en place le « LVMH Heart Fund ». Lancé le 8 juin 2021, il manifeste la solidarité et l'engagement dont veut faire preuve LVMH auprès de l'ensemble de ses collaborateurs et ce de manière inclusive, en s'adressant à tous, sans aucune condition d'ancienneté. Il a initialement été doté d'un fond de 30 millions d'euros.

Pour contribuer à la santé physique et mentale des collaborateurs, ce programme Groupe comprend deux types de services gratuits, anonymes et confidentiels. Le premier est un accompagnement social et psychologique ouvert à tous les collaborateurs, sans critère d'éligibilité, afin de les aider à faire face à tous types de difficultés du quotidien. Le second est une aide financière, conditionnée à une grille d'éligibilité, rapide et ponctuelle pour apporter un soutien aux collaborateurs confrontés à une situation personnelle urgente, inattendue, sérieuse et grave.

Depuis son lancement, le « LVMH Heart Fund » a été particulièrement actif, notamment lors des catastrophes naturelles survenues ces dernières années. Il a alors mobilisé des aides financières et un soutien social et psychologique, individuel et collectif.

Chaque collaborateur dans le monde peut solliciter le « LVMH Heart Fund » : en composant le numéro de téléphone par pays en langue locale. Cette ligne d'écoute est accessible 24/7 par tous gratuitement, de manière anonyme et confidentielle. Les deux services sont accessibles également en se connectant sur le site internet géré par le partenaire externe WPO, ou en téléchargeant l'application mobile gratuite iConnectYou.

Le « LVMH Heart Fund » a été le sujet de plusieurs newsletters envoyées à l'ensemble des collaborateurs du Groupe et de communications régulières par les équipes des Ressources Humaines dans chacune des Maisons.

Depuis son lancement, le « LVMH Heart Fund » a pu accompagner plus de 9 300 personnes, dont 2 800 en 2024, venant des cinq continents, via le soutien psychologique, social ou financier.

## Indicateurs relatifs à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée

Au niveau mondial, 15 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 53 % 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 <sup>(a)</sup> (en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	15 %	29 %	22 %	2 %	18 %	13 %	8 %
Temps partiel	16 %	7 %	17 %	35 %	5 %	5 %	18 %
Travail en équipe ou en horaires alternants	53 %	22 %	34 %	80 %	72 %	67 %	58 %

(a) Les pourcentages sont calculés sur l'effectif total (CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation).

### 1.4.6 Assurer un logement décent

Dans son Code de conduite, LVMH encourage l'amélioration continue des conditions sociales, sociétales et sanitaires, facteurs essentiels de développement et de protection des personnes.

LVMH considère que sa responsabilité en tant qu'employeur est d'offrir un environnement de travail sûr et épanouissant à ses collaborateurs, ainsi qu'à toute personne travaillant sur un site du Groupe ou pour le Groupe. LVMH veille à la santé et à la sécurité de ses collaborateurs, s'assure que l'ensemble de ses activités respecte les législations et réglementations sanitaires en vigueur dans tous les pays dans lesquels il opère et s'attache à mettre en œuvre les meilleures pratiques relatives à la sécurité sur le lieu de travail.

Dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, des employés nécessitent d'être logés que ce soit en raison de l'éloignement géographique de certaines propriétés, du caractère saisonnier de certains emplois, des coûts élevés et de la rareté de bien locatifs ou des besoins de repos lors des trajets en train ou en croisière. Le secteur a établi des normes exigeantes pour ces logements, priorisant la sécurité, le confort, le bien-être et l'intimité des employés, dans un environnement propre et agréable. Par exemple chez Belmond, les standards techniques des logements sont détaillés dans des directives de conception technique et les responsabilités relatives à l'entretien de ces logements sont précisées dans le document « Human Resources

Foundations ». Cheval Blanc, assure à tous ses employés des Maisons saisonnières (CDI ou CDD saisonniers) un logement décent grâce à une politique d'attribution des logements, ou grâce au versement d'une indemnité logement le cas échéant. Depuis 2023, la Maison parisienne, bien que non saisonnière, propose une solution innovante de logement d'accueil sur 4 mois pour les salariés venant de l'étranger ou de province, en partie financée par la Maison.

La division Vins et Spiritueux met également en œuvre des actions pour assurer un logement décent à toutes les personnes participant à la récolte de ses raisins (vignes et sites de production). Afin de répondre à ces besoins, un programme d'investissement de 15 millions d'euros a été mis en œuvre par Moët & Chandon entre 2014 et 2024 ayant permis l'ouverture de 9 sites d'hébergements. Ce programme a permis de rénover et de construire des logements aux normes. L'ambition de la Maison Moët & Chandon est de poursuivre ces investissements d'ici 2033 afin d'accueillir 60 % des personnels récoltant pour la Maison Moët & Chandon, les 40 % restants étant locaux ou logés par des fournisseurs. Moët Hennessy travaille quotidiennement avec ses parties prenantes afin d'améliorer ses pratiques et assurer que les droits de l'Homme sont respectés pendant les récoltes et tout au long de l'année. Dans une démarche de vérification et d'amélioration continue, Moët Hennessy collabore avec des cabinets d'audit externes spécialisés dans la qualité, la sécurité des personnes et l'environnement et mobilise une douzaine d'auditeurs internes issus de différents services.

## 1.5 Le développement des talents

### 1.5.1 Déployer une politique employeur attractive

#### Politique relative au recrutement et au développement des talents

Le succès à long terme du Groupe repose sur sa capacité à attirer, sélectionner et recruter les talents qui partagent ses valeurs de créativité et d'innovation, d'excellence, d'entrepreneuriat et d'engagement pour un impact positif. Les spécificités de chacune des Maisons les rendant uniques, le Groupe s'engage auprès de tous ses collaborateurs au travers de guidelines de recrutement permettant aux Maisons d'adapter leurs politiques en matière de recrutement à leur besoin. Par ailleurs, tous les collaborateurs impliqués dans le recrutement promeuvent activement l'écosystème distinctif de LVMH, ses engagements sociétaux et environnementaux, le savoir-faire unique de ses Maisons et les diverses opportunités de carrière qu'il offre. Les politiques implémentées dans les Maisons seront mises en œuvre par leur direction des Ressources Humaines respectives. Dans un optique d'amélioration continue et d'égalité entre tous ses salariés, la direction des ressources humaines du Groupe veille à leur déploiement et à leur efficacité.

Dans un contexte économique de plus en plus tendu, une philosophie de recrutement agile et inclusive est un élément essentiel de la stratégie RH globale permettant au Groupe de produire un impact positif sur le développement des carrières et la mobilité de ses salariés.

L'accent est mis sur la mobilité des talents, afin de leur offrir les meilleures opportunités de développement. Une attention particulière est portée à publier en priorité les offres de postes vacants sur la plateforme du Groupe *Voices*, accessible à tous les collaborateurs. Dans un second temps, ces offres sont publiées en externe via Talent Connect Attract, le système interne de suivi des candidats, ou font l'objet d'une démarche d'approche directe.

Pour tirer parti de la puissance de son écosystème, le Groupe a renforcé les opportunités de synergies et d'échanges entre les équipes recrutement des Maisons. Il a également mis l'accent sur leur professionnalisation, sur la base de ressources documentaires partagées et de lignes directrices communes, et sur une surveillance constante de l'environnement concurrentiel.

La direction des Ressources Humaines du Groupe a défini une feuille de route ambitieuse, qui place les talents au cœur de l'organisation :

- **apprentissage** : promouvoir une approche basée sur les compétences, favoriser l'intégration des nouveaux collaborateurs, poursuivre le programme de leadership basé sur le développement personnel ;
- **la mobilité au cœur de l'expérience des talents** : offrir un développement de carrière à l'ensemble des talents, connaître les attentes des talents, promouvoir le recrutement interne ;
- **une culture de l'engagement** : se démarquer en tant que citoyen engagé (RSE, D&I, engagements) ;

- **renforcer l'attractivité du Groupe** : par le biais de l'Employer Value Proposition et via l'Institut des Métiers d'Excellence pour promouvoir les viviers d'experts ;
- **continuer à développer les compétences en matière de leadership**.

L'objectif est de capitaliser sur le portefeuille du Groupe composé de 75 Maisons établies dans 81 pays, dans des secteurs d'activité différents pour offrir des carrières diverses et personnalisées. Pour cela, le Groupe a opéré une refonte de ses pratiques RH, afin que cette promesse portée en externe soit cohérente avec l'expérience vécue par les talents au sein de l'organisation. Chaque talent est encouragé à être acteur de son développement de carrière.

#### Actions relatives à l'attractivité de LVMH

En 2024, LVMH a lancé dans l'ensemble de ses Maisons et des territoires dans lesquelles elles opèrent, sa nouvelle campagne de marque employeur : « Where Dreams Become Careers » (Là où les rêves font carrière). Illustré par les témoignages de 12 employés, cette campagne réaffirme l'engagement du Groupe à offrir à ses collaborateurs un environnement propice à l'évolution de leur carrière. Présent dans les secteurs clés du luxe, LVMH fait de la diversité de ses Maisons et de son écosystème un atout stratégique pour attirer, fidéliser et développer les talents.

En 2024, LVMH a continué à former et à équiper des milliers d'ambassadeurs internes avec la formation en ligne « Craft the Future Ambassador Program », pour sensibiliser autour de la marque employeur LVMH, valorisant ainsi les opportunités et les perspectives proposées par le Groupe à ses talents.

#### Action relative au développement des talents : l'OMR

Les métiers et les compétences ne cessent de se transformer, avec des conséquences directes sur notre organisation. Il est crucial, pour assurer la pérennité du Groupe, de continuer à repérer, à faire grandir et à fidéliser les talents. Le capital humain, et en particulier le développement des talents, jouent donc un rôle essentiel dans la stratégie Ressources Humaines.

L'accompagnement individuel, la revue des organisations, et la transformation de la culture managériale sont des dispositifs essentiels à la croissance du Groupe et au développement des collaborateurs.

Pour se préparer aux futurs défis et opportunités, les équipes des Ressources Humaines, qui collaborent étroitement avec les dirigeants et les managers du Groupe, placent au cœur de la stratégie de ressources humaines « l'Organization and Management Review » (OMR). Depuis plus d'une dizaine d'années, cette revue est conduite dans la continuité des plans stratégiques des Maisons. Elle met en regard les axes stratégiques de développement des activités du Groupe avec les évolutions requises en matière d'organisation et de talents clés.

L'«Organization and Management Review» évolue chaque année, selon les tendances externes liées à l'activité business et pratiques ressources humaines. L'OMR permet de définir le plan stratégique des ressources humaines.

Ce plan énonce la vision, les ambitions et les engagements du Groupe en matière de Ressources Humaines tel que décrit dans le plan d'action Ressources Humaines (voir § 1.5.1 Politiques relatives au recrutement et au développement des talents). Il s'articule

notamment autour des structures organisationnelles, des postes clés actuels et futurs, des actions en faveur du développement des compétences et des parcours des talents clés.

Les données analysées mettent également en lumière la gestion dynamique des talents du Groupe. Ainsi, lors de la dernière campagne OMR, près de 80% des postes clés<sup>(1)</sup> du Groupe bénéficient d'un plan de succession, et 76% des positions les plus stratégiques ont été pourvues en interne.

## Indicateurs relatifs à l'attractivité de LVMH

### Nombre de recrutements par groupe d'activités

(en nombre) <sup>(a)</sup>	2024
Vins et Spiritueux	2 992
Mode et Maroquinerie	14 907
Parfums et Cosmétiques	8 185
Montres et Joaillerie	5 925
Distribution sélective	37 839
Autres activités	6 756
<b>Total</b>	<b>76 604</b>

(a) Sous contrats CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

En 2024, le Groupe a recruté plus de 28 430 jeunes de moins de 30 ans dans le monde, dont 16 009 en CDI. À ces recrutements s'ajoutent 11 234 en contrats de stage ou d'apprentissage signés cette année.

### 1.5.2 Partager les métiers du Groupe auprès des étudiants et développer ses relations académiques

Le Groupe continue de s'engager activement auprès des jeunes et renforce sa politique RH et RSE en leur faveur, notamment sur la formation et l'accès à l'emploi.

En 2024, LVMH a renforcé ses relations avec les institutions académiques, via une présence accrue aux différents événements organisés. Le Groupe a ainsi assisté à plus de 537 événements, et pris part à plusieurs collaborations, tant pour créer du contenu que pour organiser des moments d'échanges avec des cadres dirigeants du Groupe.

Par ailleurs, en 2024, LVMH a lancé le 'Clash of Titans', une compétition académique entre des équipes d'étudiants de l'Essec et Bocconi, visant à rapprocher les étudiants du monde professionnel, à leur présenter différents métiers et à leur offrir l'opportunité de valoriser leurs connaissances en travaillant sur un cas pratique. Cette première édition de 'Clash of Titans', a été menée en collaboration avec les équipes de la Maison Moët & Chandon. À la suite du succès de l'édition 2024, le Groupe prévoit de renouveler l'initiative chaque année. Par ailleurs, en 2025, le 'Clash of Titans' inclura deux écoles supplémentaires – une française et une anglaise.

Grâce à ces actions, confortées par l'analyse des résultats de l'Étude Universum 2024, le Groupe conserve dans ce classement, cette année encore sa première place en tant qu'employeur préféré des étudiants en écoles de commerce en France, et se maintient dans le Top 20 des étudiants en écoles d'ingénieurs. Dans le reste du monde, LVMH reste l'un des employeurs les plus attractifs auprès des étudiants en école de commerce en décrochant la 26<sup>e</sup> place de l'étude Universum World's Most Attractive Employers.

### 1.5.3 Préparer la relève des talents et la transmission des savoir-faire avec les Métiers d'Excellence

Le groupe LVMH a recensé plus de 280 métiers de savoir-faire qui sont au cœur de la chaîne de valeur des Maisons LVMH dans les domaines de la Création, de l'Artisanat et de l'Expérience Client. Le département des Métiers d'Excellence est né en 2014 avec la création de l'Institut des Métiers d'Excellence et est porté par la Direction des Ressources Humaines dans le cadre de sa politique de transmission et de développement des savoir-faire. La Directrice des Ressources Humaines est responsable de sa mise en œuvre et du suivi de son efficacité. Depuis maintenant dix ans, LVMH s'est engagé dans la construction d'un écosystème d'initiatives pour attirer les jeunes générations dans ces filières métiers, les recruter, les former, puis accompagner ses collaborateurs experts métiers tout au long de leur carrière professionnelle afin de préserver les compétences des métiers rares de l'artisanat et du luxe.

(1) Postes clés : il s'agit des postes essentiels pour le succès du Groupe. Ils ont un impact sur le développement à long terme et le succès de LVMH. Ces postes sont clés pour conduire l'ambition du Groupe, mener les changements organisationnels pour répondre à un environnement en rapide évolution.

## Objectif relatif à la préservation et à la transmission des savoir-faire d'exception

L'un des objectifs clés de LVMH est d'assurer la transmission et le développement des savoir-faire métiers et techniques de ses Maisons. Il est essentiel qu'ils soient non seulement préservés, mais aussi adaptés aux enjeux contemporains dans toutes les régions du monde. Grâce aux initiatives des Métiers d'Excellence, LVMH s'engage ainsi à recruter et former les talents de demain, renforcer les compétences de ses collaborateurs et encourager une culture du partage des connaissances à travers tout le Groupe.

### Préserver et transmettre les métiers de la création et de la fabrication artisanale

L'Institut des Métiers d'Excellence a fêté ses dix ans en octobre 2024 avec l'accueil d'une nouvelle promotion de plus de 500 nouveaux étudiants et l'annonce officielle de son ouverture en Chine. L'institut des Métiers d'Excellence est désormais présent dans huit pays (France, Suisse, Italie, Espagne, Japon, Allemagne, USA et Chine).

Cette promotion reflète la diversité des parcours et des profils dans ces métiers : elle regroupe des personnes âgées de 16 à 56 ans, dont un tiers sont en reconversion professionnelle. Depuis 2014, plus de 3 300 apprentis ont été formés à 30 métiers à travers 60 programmes de formation, dont 48 sur-mesure. En 2024, 93% des apprentis ont obtenu leur Brevet d'Excellence LVMH. Leur taux de placement dans les Maisons LVMH et chez leurs partenaires est de 73%.

Au sein de l'Académie des Métiers d'Excellence et des 22 écoles internes des Maisons, les salariés enrichissent et approfondissent leurs compétences en continu. L'Organisme de Formation Académie des Métiers d'Excellence a été créé et certifié Qualiopi en juillet 2024 pour développer les activités de formation professionnelle qualifiante ou certifiante et répondre au mieux aux besoins de nos Maisons dans le développement des compétences dans les métiers en tension.

Créée en 2021, la communauté des Virtuoses LVMH s'élargit chaque année et rassemble en 2024, 259 virtuoses dans le monde entier. Chaque Virtuose incarne l'excellence de son savoir-faire et un parcours exemplaire dans les Maisons du Groupe. Ils bénéficient de programmes de développement personnel et sont amenés à transmettre leur passion et leur savoir-faire, notamment auprès des jeunes générations. Ils bouclent ainsi le cercle vertueux de la transmission des Métiers d'Excellence LVMH. À l'occasion de l'événement SHOW ME qui célébrait le 10<sup>e</sup> anniversaire de la création des Métiers d'Excellence, à Paris, à Milan et à Shanghai, les Virtuoses ont été officiellement distingués sur scène par la remise d'une broche.

En mesurant l'impact de ces actions à travers des indicateurs précis, mentionnés ci-dessous, LVMH s'assure de l'efficacité de sa politique de transmission et de développement des savoir-faire, et de sa contribution à un avenir durable pour l'industrie du luxe. L'évolution de ces métriques permettra d'adapter et d'améliorer continuellement les programmes et initiatives mis en place.

### Institut des ME LVMH

LVMH prévoit d'intégrer plus de 500 jeunes talents par an (voir § 1.3) dans ses Maisons via des programmes d'apprentissage et d'alternance. Le nombre d'apprentis dans les métiers de savoir-faire devrait se maintenir à près de 500 en 2025, notamment grâce à l'extension des programmes de formation de l'Institut ME LVMH dans les huit pays existants.

### Académie ME LVMH

L'Organisme de Formation créé en juillet 2024 fixera des objectifs clairs au bout d'un an d'activité pleine pour répondre à l'ambition de LVMH à devenir une entreprise apprenante et à développer l'apprentissage tout au long de la vie.

### Les Virtuoses

Ce programme met en lumière les talents exceptionnels du Groupe et valorise leur savoir-faire auprès du grand public. Chaque année, le Groupe accueille environ 60 nouveaux virtuoses dans la communauté. Les indicateurs cités ayant été mis en place en 2024, leurs résultats seront publiés à partir de 2025.

### Soutenir les personnes souhaitant découvrir l'univers de luxe : Inside LVMH

Le groupe LVMH confirme son soutien aux jeunes générations et à toutes les personnes désireuses de découvrir l'univers du luxe et de LVMH, au travers de Inside LVMH – un site de transmission et d'éducation ouvert à tous.

Cette plateforme, accessible à l'adresse [www.insidelvmh.com](http://www.insidelvmh.com), offre à chacun et chacune une plongée dans le secteur du luxe, et en particulier de LVMH au travers de ses 75 Maisons, de ses métiers et de ses carrières. Disponible en français et en anglais, INSIDE permet à qui le souhaite de parcourir plus de 100 contenus vidéo, articles et podcasts, quels que soient leur parcours académique.

Elle prodigue des conseils aux jeunes, grâce à l'engagement des équipes LVMH. De nombreux leaders et dirigeants, ainsi que de jeunes talents et managers, partagent ainsi les coulisses du Groupe.

Fin 2024, le site recensait plus de 331 000 personnes ayant un compte actif, provenant de plus de 2 900 écoles dans le monde.

Au sein du site, deux fois par an, les membres actifs sont invités à rejoindre des promotions dédiées à la découverte des fondamentaux du luxe et de LVMH. Ce parcours apprenant est riche de plus de 30h de contenus délivrés par des professeurs académiques d'écoles renommées et des talents du groupe LVMH et de ses Maisons, ainsi que de cas pratiques. À son terme, les apprenants obtiennent un certificat Inside LVMH. Ce certificat représente une opportunité pour les populations jeunes de préparer leur entrée dans le monde professionnel en développant l'attractivité de leur CV et en nourrissant leur préparation aux entretiens d'embauche.

Depuis son lancement en mai 2021, plus de 125 000 personnes ont obtenu leur certificat Inside LVMH.

## Accélérer l'intégration, le développement et la rétention des jeunes générations

LVMH continue de développer son offre visant à engager cette communauté de Talents stratégiques dans l'évolution du Groupe.

L'écosystème des *graduate programs* du Groupe, SPRING, fer de lance de la politique d'engagement envers les jeunes talents, s'est enrichi. Désormais, il accueille 90 jeunes talents à fort potentiel et propose sept parcours, généralistes ou spécialisés (Retail, RH, etc.). Ces parcours offrent des missions à forts enjeux et variées, réalisées au sein de plusieurs Maisons du Groupe, en France et à l'étranger. Ils permettent à ce vivier de futurs leaders de découvrir les secteurs d'activité du Groupe, favorisant ainsi une mobilité accélérée.

Le second pendant du programme SPRING est composé de huit modules de formation pilotes totalisant plus de 350 heures d'accompagnement au leadership. Ces modules sont désormais accessibles aux plus de 65 000 jeunes talents de moins de 30 ans au sein des Maisons du Groupe.

Laboratoire de bonnes pratiques d'intégration et de développement des Talents émergents, les initiatives SPRING confirment ainsi leur vocation à déployer une dynamique de rétention auprès d'une communauté de plus en plus large de collaborateurs en début de carrière.

De même, en 2024, 124 Jeunes Talents issus de 30 Maisons différentes et de toutes les régions où le Groupe est implanté ont participé à la 1<sup>re</sup> édition des SPRING Retail Games : un défi inédit mené par le Groupe autour d'un business case abordant différentes dimensions de la transformation du Retail porté par la Maison Loewe.

Dix équipes multiculturelles et issues de métiers divers ont pu exprimer leur créativité et proposer des solutions innovantes pour une problématique clé de la feuille de route des Maisons. Par cette initiative, le Groupe renouvelle sa volonté d'accorder une place importante à la jeune génération au sein de la communauté des Talents du Groupe.

L'initiative SPRING vise également à acculturer ces Talents aux enjeux actuels et futurs du Retail – dimension essentielle de l'activité du Groupe – via des Masterclass riches de témoignages inspirants de Leaders des Maisons & Divisions parmi lesquels Sephora, Givenchy, Tiffany&Co, Fendi, Fashion Group.

Au travers de ces actions, le groupe LVMH affirme sa volonté d'activer la transmission entre générations.

### LVMH House – Accompagner le développement des compétences et la formation des collaborateurs

En 2024, la LVMH House, organisme de formation interne du Groupe, a intensifié son engagement en matière de développement des compétences du leadership en adaptant ses programmes de formation à tous les niveaux de l'organisation et en les diversifiant pour répondre aux besoins en constante

évolution des employés de LVMH. En mettant l'accent sur un élargissement de son impact pour atteindre une audience plus vaste, la LVMH House a introduit un éventail plus large d'initiatives à destination du middle management, des cadres supérieurs et des talents à haut potentiel dans l'ensemble de ses implantations géographiques. L'enjeu de cette année était de servir les objectifs stratégiques de LVMH grâce à un programme complet de formation sur le leadership. Son but est de préparer les équipes du Groupe à naviguer dans le contexte économique complexe actuel. En 2024, un total de 12 000 talents a été formé par la LVMH House virtuellement et sur site, à Londres et dans ses sites régionaux. Parmi eux, 6 000 talents ont bénéficié des actions spécifiques qui ont été entreprises pour élargir l'accès aux programmes d'intégration de la LVMH House, en ligne et sur plus de vingt sites dans le monde. Les programmes de management et de leadership pour le middle management de la LVMH House ont franchi un nouveau palier, avec 62 sessions organisées dans le monde entier, touchant plus de mille participants. Cette forte croissance reflète l'engagement continu de LVMH à développer le leadership au sein de l'organisation afin d'élargir les opportunités proposées aux cadres. LVMH s'attache ainsi à promouvoir le leadership à tous les niveaux de l'organisation en augmentant à la fois le nombre de sessions et leur portée géographique.

Par ailleurs, LVMH a poursuivi son engagement en matière de développement du leadership en élargissant son programme phare : *Leading for the Future*. Lancée en 2022, cette initiative propose du coaching couplé d'un accompagnement de développement du leadership aux cadres supérieurs ainsi qu'aux talents à haut potentiel de toutes les Maisons et régions. Ce programme les prépare à des postes de direction dans le contexte économique dynamique actuel. Cette année, près de 550 leaders ont participé à vingt programmes organisés dans les principaux centres : Londres (15 programmes), New York (2), Hong Kong (2) et Singapour (1). Depuis sa création, *Leading for the Future* a bénéficié à plus de 1 100 dirigeants de LVMH dans le monde.

Afin développer encore l'offre, LVMH s'est associé à Harvard Business Publishing pour proposer une plateforme en ligne accessible à tous les employés. Grâce à Harvard ManageMentor, tous les talents du Groupe ont accès depuis novembre 2024 à 41 cours de leadership en ligne en 5 langues (anglais, français, espagnol, chinois et portugais), couvrant les compétences les plus recherchées aujourd'hui. Depuis cette date, plus de 1 000 heures de formation ont été suivies. De plus, les employés peuvent accéder à la bibliothèque en ligne de la Harvard Business Review, disponible en huit langues.

D'abord portées par les Maisons, les actions de formation dans le domaine du Retail restent par ailleurs centrales. En particulier, la *Brand Education Community* est une communauté qui vise à fédérer la diversité des actions de formation sur les produits, les services, l'expérience client et la désirabilité des marques. Elle regroupe les leaders et les managers de cette activité dans les différentes Maisons.

## 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs

### Politiques relatives à l'agilité et l'employabilité des collaborateurs

Le groupe LVMH, qui rassemble 75 Maisons dans les secteurs d'activités majeurs du luxe et est établi dans plus de 80 pays, donne à ses collaborateurs les moyens d'améliorer leur agilité et leur employabilité au quotidien. Il leur offre de multiples parcours de carrières et de nombreuses passerelles entre zones géographiques, métiers, domaines et univers.

Pour encourager l'ensemble de ses collaborateurs à être acteurs de leur carrière au sein de cet écosystème, LVMH a mis en place une politique et des processus de mobilité ancrés dans le Groupe via l'OMR (voir §1.5.1). Par ailleurs, des comités « carrière » sont organisés à plusieurs niveaux (Maison, division, global, régional, fonctionnel) par les Directeurs Talent Management et les Directeurs des Ressources Humaines.

### Actions relatives à l'agilité et l'employabilité des collaborateurs

En mars 2024, la Direction des Ressources Humaines du Groupe a construit un programme de développement des carrières, qui place les talents comme les responsables/acteurs principaux de la construction de leur carrière au sein de LVMH. L'ensemble de la communauté Ressources Humaines du Groupe (4 000 personnes) a été formée à ce nouveau programme via des ateliers participatifs déployés dans le monde entier. Il est notamment basé sur une mise à disposition transparente des offres d'emploi et des parcours de carrière entre les métiers et Maisons du Groupe; d'une simplification des règles d'accès à la mobilité; d'un renforcement du rôle du Manager en tant que développeur d'équipes; et du positionnement de la compétence comme ressource essentielle de ce dispositif. Il sera lancé auprès des Managers en 2025, puis de l'ensemble des talents du Groupe en 2026.

LVMH dispose aussi d'une plateforme interne, «Voices», et s'engage à renforcer plus encore la publication en interne des postes et des possibilités de mobilité dans les années à venir.

En janvier 2024, la direction des Ressources Humaines du groupe LVMH, a partagé l'ambition de publier à minima 75% des postes

ouverts (hors postes confidentiels) en 2025. Cet objectif a permis d'accélérer le mouvement vers plus de transparence quant aux opportunités de carrière et de fluidité.

Cette année, les leaders des Ressources Humaines du Groupe se sont réunis afin de coconstruire les plans de succession des positions stratégiques et d'échanger sur les profils en mobilité. Les collaborateurs bénéficient également d'entretiens de carrière, y compris dans les pays où cela n'est pas prévu par la législation.

En 2024, près de 19 000 collaborateurs en CDI ont bénéficié d'une mobilité interne et 84% des collaborateurs clés pour l'organisation ont passé un entretien de carrière.

«Rise», l'expérience du management de la performance et du développement proposée par le Groupe, promeut trois valeurs fondamentales : la responsabilisation, la coopération et l'agilité. Elle donne au collaborateur l'opportunité de proposer lui-même ses axes de développement et d'évolution, et d'initier des conversations plus régulières autour de sa performance et de ses réalisations.

Ce système de gestion de la performance et du développement valorise une culture de leadership basée sur le feedback continu et la collaboration. Grâce à cette approche, les collaborateurs peuvent prendre l'initiative d'échanger avec leur manager au rythme de leurs besoins et des impératifs professionnels, sans attendre une échéance annuelle.

Aujourd'hui, cette nouvelle approche du management de la performance est déployée auprès de plus de 190 000 collaborateurs, et va continuer à s'étendre dans l'ensemble du Groupe.

### Indicateurs de formation et de développement des compétences

L'investissement réalisé par les sociétés du Groupe pour la formation a représenté un montant de 216,3 millions d'euros, soit 1,9% de la masse salariale en 2024. En plus de cet investissement et de la formation qui s'effectue tous les jours sur le lieu de travail, LVMH continue de développer de nouvelles formes d'apprentissage. *Digital learning*, webinaires, échanges et expérimentations au sein des communautés apprenantes : la diversité de ces nouveaux formats d'apprentissage accélérés et collaboratifs ne permet pas aujourd'hui leur recensement. LVMH est néanmoins convaincu de leur impact et de leur pertinence.

#### Investissement de formation

	2024
Investissement formation (en millions d'euros)	216,3
Part de la masse salariale (en %)	1,9
Nombre moyen de jours de formation par salarié	2,2
Coût moyen de la formation par salarié (en euros)	1 007,0
Salariés formés au cours de l'année (en %)	82,2

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total CDI, CDD et CHNG présent au 31 décembre de l'exercice, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

L'investissement moyen de formation par personne en équivalent temps plein est de 1 007 euros. Pour l'année 2024, le nombre total de jours de formation s'élève à 469 298 jours, ce qui équivaut à 2 040 personnes en formation à temps complet sur toute l'année. En 2024, 82,2% des salariés ont eu accès à la formation,

et le nombre moyen de jours de formation par personne est de 2,2 jours, soit 15,4 heures.

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

#### Investissement de formation par catégorie professionnelle et zone géographique

	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Investissement formation ( <i>en millions d'euros</i> )	57,0	41,9	47,2	11,1	46,7	12,3
Part de la masse salariale ( <i>en %</i> )	2,2	1,8	1,5	2,4	2,3	1,6
Salariés formés au cours de l'année ( <i>en %</i> )	77,7	74,5	92,1	79,8	84,9	82,4
<i>Dont : Cadres</i>	79,7	81,9	91,9	80,4	81,5	80,0
<i>Techniciens et Responsables d'équipe</i>	78,0	82,5	77,2	77,3	84,2	83,9
<i>Employés administratifs et Personnel de vente</i>	75,8	70,8	93,2	79,9	84,7	81,4
<i>Personnel de production</i>	75,5	73,4	90,7	97,2	93,4	88,7

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total CDI, CDD et CHNG présent au 31 décembre de l'exercice, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

## 1.6 Une culture de l'inclusion

### 1.6.1 Promouvoir la diversité et l'inclusion

#### Politique relative à la promotion de la diversité et de l'inclusion

LVMH s'engage à promouvoir la diversité et l'inclusion à tous les niveaux de l'organisation et donner à chaque collaborateur le pouvoir de faire la différence. LVMH s'attache à créer un environnement de travail inclusif où chaque collaborateur se sent écouté, respecté et représenté, afin de réduire à son minimum tout risque de discrimination et de harcèlement tout au long de la vie professionnelle des collaborateurs.

LVMH cultive une culture du respect où chacun peut évoluer et innover afin de contribuer à la performance à long terme du Groupe. Cet engagement transversal, qui s'étend à toute la chaîne de valeur du Groupe ainsi qu'à ses interactions avec ses partenaires et clients, se reflète dans la politique Diversité & Inclusion du Groupe portée par le Comité exécutif au niveau global. Cette politique définit un cadre et un langage communs au Groupe, que les Maisons déclinent au sein de leur écosystème selon leur identité propre et leurs marchés. Le déploiement de programmes ciblés et d'actions d'engagement des collaborateurs menées en interne et en externe participent à la construction au quotidien d'une culture inclusive, reflétant la diversité de ses clients et des sociétés dans lesquelles LVMH opère.

LVMH déploie une politique transversale Diversité & Inclusion pour l'ensemble de ses activités et de ses parties prenantes autour de trois piliers fondamentaux :

- le premier pilier, centré sur les talents, vise à garantir des pratiques inclusives dans l'intégralité du parcours des collaborateurs, du recrutement aux opportunités de développement (voir § 1.5) ;
- le deuxième pilier concerne les relations avec les fournisseurs, s'assurant de leurs pratiques inclusives et encourageant activement les Maisons à diversifier leurs chaînes d'approvisionnement de façon proactive ;
- enfin, le dernier pilier se construit grâce à tous les éléments constituant l'image du Groupe et de ses Maisons : des campagnes de publicité à l'expérience en boutique, le Groupe s'efforce de garantir que chacun se sente accueilli, respecté et représenté.

Cette politique s'appuie sur des objectifs clairs (voir § 1.3) suivis au niveau du Groupe, des Maisons et des régions. En 2024, le département Diversité & Inclusion, mené par la Directrice Diversité & Inclusion, a poursuivi la diffusion de la politique auprès des différents comités exécutifs des Maisons et des talents du Groupe, par le biais de conférences, de formations, de sessions de sensibilisation et de campagnes de communication. Les Maisons et les régions jouent également un rôle clé dans la mise en œuvre de la politique globale par le déploiement de stratégies et d'initiatives en faveur de la diversité et l'inclusion.

Les Codes de conduite d'Agache et de LVMH, le socle éthique du Groupe et de ses Maisons, veillent à ce que chaque collaborateur puisse jouir de ses droits sans distinction d'origine ethnique, nationale, sociale ou culturelle, de genre, d'orientation sexuelle, de handicap, d'âge, de situation familiale, de religion, de convictions politiques ou d'affiliation syndicale (voir § 1.4.1).

LVMH s'assure régulièrement que ses pratiques de recrutement sont exemptes de discrimination. Le Groupe fait appel à une association indépendante, ISM Corum, pour réaliser des audits de ses pratiques. Initiés en 2008, ces audits couvrent le périmètre mondial depuis 2014. Ils prennent trois formes majeures : tests de discrimination sur les offres d'emploi publiées lors de campagnes déployées sur de longues périodes et à intervalles réguliers ; enquêtes statistiques sur le risque discriminatoire dans le processus de recrutement ; analyse de la conformité des offres d'emploi et des évaluations. Les résultats des audits sont présentés aux Directions des ressources humaines du Groupe et des Maisons, aux correspondants RSE ainsi qu'aux responsables de la Diversité et inclusion, et sont suivis de plans d'action adéquats. Les résultats de la campagne 2022-2023 ont été exploités en 2024 et la prochaine campagne sera lancée courant 2025.

### Actions relatives à la promotion de la diversité et de l'inclusion

En 2024, LVMH a célébré la troisième édition de la *LVMH's Voices of Inclusion Week*, une semaine mondiale dédiée à l'inclusion au sein du Groupe. À cette occasion, le Groupe et ses Maisons ont mis à l'honneur les actions et les initiatives déployées tout au long de l'année en faveur de la diversité et de l'inclusion au travers de temps d'échange, de partage et de mobilisation. LVMH a également mené une campagne de communication interne et externe amplifiant la voix des talents qui s'engagent au quotidien et à travers le monde pour une culture toujours plus inclusive.

Lors de cette semaine mondiale, le Groupe a également mis l'accent sur l'importance de l'empathie comme valeur et compétence clé d'une culture inclusive. D'abord auprès de tous ses collaborateurs grâce à un témoignage exclusif de Pharrell Williams, Directeur Créatif Homme de Louis Vuitton.

Puis, auprès de toutes ses parties prenantes, dont le grand public, via la création d'un site internet présentant en détail l'engagement du Groupe et des Maisons, les chiffres clés et les actions portées en matière d'inclusion. Dans la continuité du message porté par le Groupe « L'inclusion est l'affaire de tous », l'objectif de cette

plateforme est de contribuer à renforcer la visibilité des actions du Groupe et d'inspirer les collaborateurs à agir.

Comme chaque année depuis 2018 l'*Inclusion Index*, Observatoire de la diversité et de l'inclusion, répertorie et valorise les initiatives menées par l'ensemble du Groupe. Ces initiatives offrent ainsi l'opportunité de mobiliser tous les talents par le développement d'une culture inclusive. En 2024, les Maisons, régions et réseaux d'employés ont soumis près de 260 initiatives au total, soit une progression de 30 % par rapport à l'année dernière.

Les initiatives les plus marquantes ont été récompensées par les *Inclusion Index Awards* au terme d'une campagne de vote ouverte à tous les talents sur la plateforme interne du Groupe et du vote d'un Jury de prestige composé de membres du Comité exécutif du Groupe, de dirigeants de Maisons ainsi que Pharrell Williams.

Les lauréats par catégorie des *Inclusion Index Awards* 2024, récompensés pour leur impact, créativité et engagement, sont les suivants :

1. Équité des Genres : Louis Vuitton avec l'initiative *Girls in Operations* qui encourage les lycéennes à se tourner vers les études d'ingénierie en organisant des stages réservés uniquement aux filles.
2. LGBTI+ : Les réseaux All LVMH Pride pour leur participation aux marches des fiertés à travers le monde avec le soutien du Groupe (voir § 1.6.3).
3. Handicap : Christian Dior Couture pour la mise en place une politique ambitieuse d'inclusion des personnes en situation de handicap, notamment via la signature d'accords ; l'augmentation du recrutement de collaborateurs en situation de handicap et leur le maintien dans l'emploi ; des partenariats et des actions de sensibilisation.
4. Origines : Sephora avec le *Talent Incubator Program* en Amérique du Nord pour le mentorat et le coaching de la prochaine génération de leaders.
5. Générations : Chaumet avec l'initiative Club 55 qui réunit des collaborateurs âgés de plus de 55 ans avec pour objectif de créer un cadre privilégié pour tirer parti de l'expérience des seniors et favoriser la transmission.
6. Culture Inclusive : Loewe avec le *Retail Inclusion Program*, conçu pour renforcer les équipes en magasin afin d'offrir une expérience inclusive, tant pour les clients que pour les collaborateurs.

## Indicateurs relatifs à la promotion de la diversité et de l'inclusion

## Âge moyen et répartition par âge

(en %)	Effectif mondial	France	États-Unis	Reste du monde
Âge : moins de 30 ans	30,7	24,1	40,9	29,1
30 – 50 ans	55,3	54,6	44,0	59,4
50 ans et plus	14,0	21,3	15,1	11,5
	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Âge moyen</b>	<b>37</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

Sous contrats CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

## Répartition par sexe en pourcentage de l'effectif et des recrutements

(% de femmes)	Recrutements		Effectifs Groupe	
	2024	2024	2024	2024
<b>Répartition par groupe d'activités</b>				
Vins et Spiritueux		40		41
Mode et Maroquinerie		62		66
Parfums et Cosmétiques		85		83
Montres et Joaillerie		65		65
Distribution sélective		87		84
Autres activités		46		48
<b>Répartition par catégorie professionnelle</b>				
Cadres		66		65
Techniciens/Responsables d'équipe		57		63
Employés administratifs/Personnel de vente		82		78
Personnel de production		48		62
<b>Répartition par zone géographique</b>				
France		64		66
Europe (hors France)		69		68
États-Unis		84		76
Japon		74		73
Asie (hors Japon)		72		75
Autres marchés		72		70
<b>Groupe LVMH</b>		<b>75</b>		<b>71</b>

Sous contrats CDI, CDD et CHNG, hors contrats d'apprentissage et de professionnalisation.

## 1.6.2 Être ouvert à tous les talents

Le groupe LVMH représente une réelle opportunité pour les talents créatifs du monde entier d'appartenir à une entreprise respectant et encourageant leur singularité.

Chaque année, le Groupe suit la progression de ses objectifs liés à la représentation de ses talents et de ses clients à tous les niveaux. D'ici 2025, LVMH vise la parité aux postes clés (voir § ci-dessous 1.6.3), 2% de salariés en situation de handicap (voir ci-dessous § 1.6.3) au niveau mondial. Cet objectif a été fixé à la suite d'échanges réguliers avec des institutions des organisations non gouvernementales et des personnalités engagées.

Pour atteindre ces objectifs, le Groupe déploie des actions à tous les niveaux de l'organisation et adaptées aux différentes

populations. Du recrutement, à l'engagement des collaborateurs aux programmes de mentorat et de développement de carrières, le Groupe et ses Maisons s'attachent à représenter la diversité de ses clients et des marchés dans lesquels ils opèrent.

Pour renforcer la prévention des discriminations au niveau du recrutement, depuis 2011, le Groupe et ses Maisons forment leurs recruteurs à la prévention des discriminations, de manière régulière et obligatoire. Des formats digitaux ont renforcé les formations dans les régions et Maisons. En 2024, 72% des recruteurs ont été formés à la non-discrimination sur les trois dernières années. Ils ont suivi des sessions approfondies rappelant les engagements du Code de conduite Groupe, les enjeux de la marque employeur et les risques afférant aux préjugés et aux stéréotypes, dans le cadre du déploiement de politiques d'inclusion et de diversité en phase avec les évolutions de la société.

Au-delà du recrutement et dans l'optique d'accompagner le développement des talents locaux, LVMH déploie des programmes de développement professionnel au niveau du Groupe, des Maisons et des régions comme :

- le programme Mentoring & Coaching pour le développement des carrières de l'ensemble des femmes du Groupe ;
- le *Asian Leadership Advancement Program* par Moët Hennessy ;
- le *Connected Leadership Academy* un programme en partenariat avec McKinsey & Co aux États-Unis.

Pour plus d'informations sur les alertes liées à la discrimination, voir section Gouvernance § 1.3.3.

### 1.6.3 Des programmes ciblés pour l'inclusion et la représentativité de tous

#### Lutter contre les discriminations à l'égard des personnes Lesbiennes, Gay, Bisexuelles, Trans, Intersexe (LGBTI+)

LVMH veille à favoriser un environnement de travail respectueux de tous, où chacun a la possibilité de progresser, dans le respect de son identité de genre et son orientation sexuelle. Le Code de conduite du Groupe garantit une égalité de traitement et de droit à tous les collaborateurs dans le respect de toutes les individualités.

Le Groupe est également signataire des normes mondiales de conduite pour la lutte contre la discrimination à l'égard des LGBTI+ en entreprise promulguées par les Nations Unies depuis 2019, engagement réaffirmé en 2023 avec la signature du Groupe et de 21 Maisons de la Charte d'engagement LGBTI+ de l'association française de référence L'Autre Cercle. Les signataires de la charte sont responsables de son suivi et de sa mise en œuvre.

Depuis 2020, le Groupe a accéléré ses prises de parole et actions de sensibilisation lors des temps forts du calendrier comme à l'occasion du Mois des Fiertés ou la Journée mondiale de lutte contre l'homophobie et la transphobie. Depuis 2023, un Rapport annuel d'activités LGBTI+ est publié en externe pour mettre en lumière les actions concrètes portées pour l'inclusion LGBTI+ au niveau du Groupe, des Maisons et des régions.

Pour l'édition 2024 du Mois des Fiertés, LVMH a lancé une vaste campagne mondiale de sensibilisation interne à destination de l'ensemble de ses collaborateurs sur la question de l'inclusion LGBTI+ à travers le monde. Ce fut également l'occasion de faire rayonner les réseaux de collaborateurs *All LVMH Pride* engagés dans ce combat sur le terrain, à l'international. Pour la deuxième année consécutive, le Groupe a soutenu la participation de ses collaborateurs aux marches des fiertés, sous le leadership de ses réseaux *All LVMH Pride*, dans plusieurs villes du monde (Paris, Londres, Madrid, Los Angeles, Tokyo, Hong Kong et Taïwan) les invitant à arborer fièrement un t-shirt conçu par Jonathan Anderson, directeur créatif de Loewe.

#### Des programmes ciblés pour assurer la transmission intergénérationnelle

Conscient de l'importance de la transmission intergénérationnelle, LVMH valorise l'expérience et le savoir-faire de ses collaborateurs seniors. Le Groupe s'attache à maintenir un environnement de travail épanouissant et stimulant pour ses talents plus âgés, favorisant leur maintien dans l'emploi et la transmission de leur expertise. Des programmes de mentorat et de *reverse mentoring* sont mis en place par les Maisons pour encourager le partage de connaissances et d'expériences entre les générations, contribuant ainsi à une culture d'entreprise riche et dynamique.

Les Maisons déploient des initiatives transgénérationnelles qui favorisent le partage d'expériences entre générations et abordent les questions liées à l'employabilité des seniors en entreprise comme Chaumet avec l'initiative Club 55, Moët Hennessy avec *Ageless Conversations* et la holding du Groupe avec le programme *SWITCH*. Les Maisons Moët et Ruinart organisent un séminaire de préparation à la retraite, « Les clés d'une retraite réussie », pour les salariés de 59 ans et plus. Glenmorangie a mis en place des ateliers autour des thématiques du départ en retraite, pour accompagner ses talents, et propose également la réduction du temps de travail des salariés seniors, tout en maintenant leurs conditions salariales. La Maison Hennessy a mis en place un contrat générationnel qui vise à maintenir dans l'emploi les salariés âgés de 57 ans et plus, ainsi que des aménagements de fin de carrière. En termes d'aménagement de poste, les Maisons Moët et Ruinart sont dotées d'un dispositif de détachement d'ouvriers vigneron seniors en production pendant la campagne de taille de la vigne, afin de prévenir la pénibilité. Les collaborateurs seniors de la Maison Parfums Christian Dior, notamment dans son site de production, peuvent bénéficier d'un temps partiel et d'une semaine de congés supplémentaires. Chacune de ces initiatives, bien que propres à leur Maison et aux besoins de leurs collaborateurs, s'inspire et se complète. Afin de répondre de la meilleure des façons aux besoins singuliers des collaborateurs en fin de carrière, les initiatives transgénérationnelles de chaque Maison n'ont pas vocation à être traduites sur l'ensemble du Groupe.

#### Assurer l'équité des genres

Soutenue par des initiatives structurées et des réseaux engagés, LVMH consolide son rôle dans la promotion de l'équité des genres.

La culture d'entreprise de LVMH se distingue par un engagement en faveur de l'équité des genres. Ce pilier de la culture de LVMH, moteur de performance et de créativité, a donné naissance en 2007 à l'initiative EllesVMH, un programme conçu pour accompagner et accélérer le développement de carrière des femmes à tous les niveaux. Avec EllesVMH, le Groupe a su développer une approche inclusive en matière de leadership féminin et continue d'ouvrir des opportunités dans l'ensemble de ses activités. Les actions d'EllesVMH reposent sur trois piliers : la parité, l'équité et la transmission. Leurs objectifs sont annuellement suivis par le Groupe grâce aux OMR (voir §1.5.1). Le Comité exécutif du groupe LVMH s'est fixé comme objectif d'atteindre 50 % de femmes aux postes clés du Groupe d'ici 2025. Il s'agit des postes essentiels à la réussite du Groupe et qui ont un impact sur le développement à long terme de LVMH. Le Groupe compte 543 hommes aux postes clés, soit 52 %

pour 501 femmes, soit 48% de femmes aux postes clés en 2024 (contre 23% en 2007, soit une progression de 25 points). Par ailleurs, 55% des talents identifiés dans les plans de succession des postes clés sont des femmes.

Les méthodologies et hypothèses utilisées pour le calcul du pourcentage de femmes présentes dans l'entreprise peuvent être retrouvées dans le processus de reporting RH (voir § 1.1.2). Concernant le pourcentage de femmes à des postes clés, il suit le processus de l'OMR (voir § 1.5.1). À l'issue de la revue organisationnelle, les postes clef sont identifiés dans les systèmes d'informations Ressources Humaines, ce qui permet de calculer automatiquement le pourcentage de femme de cette population.

En matière d'équité, une surveillance rigoureuse des salaires à l'échelle mondiale permet d'assurer que les talents féminins et masculins soient rémunérés de manière équitable. Cette démarche, renforcée par un audit annuel, a porté ses fruits avec un score de 94,5 dans l'Index français de l'égalité professionnelle hommes-femmes, une progression de 3,5 points depuis 2020.

Enfin, le pilier de la transmission s'appuie sur le pouvoir collectif des 14 réseaux locaux EllesVMH implantés dans le monde en Australie/Nouvelle-Zélande, Chine, Corée du Sud, Espagne/Portugal, États-Unis/Canada, France, Hong Kong/Macao, Italie, Japon, Moyen-Orient/Afrique/Inde, Royaume-Uni, Singapour, Suisse, Taïwan. Cette approche globale qui réunit plus de 10 000 talents permet d'optimiser le développement des talents féminins à travers des partages d'expériences et des actions concrètes.

Les résultats de cette initiative sont tangibles. Alors qu'en 2007, seulement 23% des postes clés du Groupe étaient occupés par des femmes, ce pourcentage a plus que doublé, atteignant 48% en 2024. Dans le même esprit, le nombre de CEO femmes au sein de LVMH est passé de 0 à 17 en dix-sept ans, une évolution qui témoigne de la transformation progressive mais significative des mentalités et des pratiques de l'entreprise. Au-delà des postes stratégiques, 65% des postes exécutifs et de managers sont aujourd'hui occupés par des femmes, attestant de l'impact durable de cette politique d'inclusion.

Dans cette optique, LVMH continue de renforcer son engagement en faveur de l'égalité des genres en développant une approche encore plus stratégique. Au cœur de cette dynamique, la campagne OMR (voir § 1.5.1) permet à l'ensemble des Maisons d'intégrer les priorités commerciales à leurs processus de gestion des talents. Cette démarche assure non seulement l'efficacité organisationnelle mais renforce aussi la représentativité des femmes dans les plans de succession. L'OMR s'appuie sur un partenariat étroit entre les équipes RH et les dirigeants des Maisons pour garantir que les décisions stratégiques en matière de ressources humaines prennent en compte les objectifs d'équité de genres.

La plateforme EllesVMH.com, accessible à tous les collaborateurs, joue un rôle essentiel dans l'autonomisation des femmes au sein du Groupe. Conçue pour soutenir le développement de carrière, elle propose des ressources de formation telles que :

- la *Shero Academy*, qui propose des modules sur des compétences clés comme le *personal branding*, l'esprit entrepreneurial, la négociation, et la progression de carrière.

La plateforme inclut également :

- ELLESracontent, une série inspirante de témoignages de femmes leaders;
- ELLESconseillent, où des femmes cadres partagent des conseils pratiques;
- ELLESéchangent, un mélange éclectique de contenu mettant en lumière des initiatives internes soutenant l'équité des genres.

À travers ses espaces digitaux, la plateforme EllesVMH.com rassemble et connecte les talents à travers le monde, favorisant un sentiment d'appartenance et d'entraide.

En parallèle, le programme de mentorat digital du Groupe EllesVMH Collective vise à connecter tous les talents à travers les Maisons, les fonctions et les régions, afin de soutenir la carrière des femmes. S'appuyant sur l'intelligence artificielle, le programme associe les individus en fonction de leur expertise et de leurs intérêts, en favorisant des connexions significatives qui transcendent les silos organisationnels. Les impacts de ce programme sur la croissance professionnelle et la mobilité sont avérés. Des résultats portés par la grande réussite du lancement en mars 2024. Le programme compte déjà plus de 5 000 talents inscrits et aspire à devenir le plus grand réseau mondial de mentorat.

Ce soutien aux talents féminins est par ailleurs encouragé au plus haut niveau. Les femmes CEO du Groupe s'impliquent activement dans les initiatives d'équité de genres et participent chaque année au Déjeuner Annuel des Femmes CEO. Cet événement rassemble désormais 50 participantes, chacune accompagnée d'une collaboratrice, promouvant ainsi la sororité et le mentorat intergénérationnel.

LVMH se distingue par ses initiatives visant à soutenir toutes les femmes, y compris hors de ses collaboratrices, afin de participer à la transformation de la société :

- *Bold by Veuve Clicquot*, récompense les entrepreneures audacieuses depuis 1972, célébrant plus de 450 femmes dans 27 pays avec le *Bold Woman Award*;
- *Bold is Beautiful* de Benefit soutient l'émancipation des femmes et des jeunes filles via des associations comme Rêv'Elles, dont la raison d'être est d'aider les jeunes de quartiers populaires à développer leurs compétences;
- *Women@Dior*, lancé en 2017, a permis à plus de 2000 jeunes femmes de bénéficier d'un mentorat fondé sur l'autonomie, l'inclusion et la durabilité;
- *Women for Bees* de Guerlain, en partenariat avec l'UNESCO et l'Observatoire Français d'Apiculture, soutient les femmes en les formant à l'apiculture et la biodiversité, un enjeu capital de la Maison, en prévoyant l'installation de 2 500 ruches dans les réserves de biosphère UNESCO d'ici 2025;
- *Echo Culture Awards* de Chaumet, initié en 2022, soutient des femmes engagées dans la transmission culturelle.

LVMH encourage chacune de ses Maisons à s'engager pour l'équité des genres. Chacune de ces initiatives sont propres à leur Maison d'origine et aux besoins de leurs collaboratrices. Par ailleurs, ayant été créées de manière individuelle, le Groupe souhaite laisser la responsabilité et la liberté à ses Maisons de les mettre en œuvre.

### Être engagé en matière d'emploi pour les personnes en situation de handicap

Depuis 2007, la Mission Handicap de la direction RSE pilote la démarche et l'ambition du Groupe à l'international. Elle s'appuie sur un réseau de 200 correspondants RSE et handicap en Maisons, qui se réunissent régulièrement.

Engagé depuis une quinzaine d'années en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap, LVMH déploie un programme pour leur inclusion par le recrutement, le maintien en emploi et l'accessibilité afin de répondre à ses impacts, risques et opportunités liés à la diversité, l'inclusion et l'égalité des chances.

### Actions relatives à l'intégration des personnes en situation de handicap

Membre du Réseau mondial entreprises et handicap de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) dont il a signé la Charte, le Groupe affirme que le handicap est parfaitement compatible avec l'univers du luxe et qu'il contribue lui aussi à son excellence.

Dans les régions du monde où LVMH est présent, les Maisons mettent en place de nombreux plans d'action pour favoriser l'emploi de personnes en situation de handicap (stages, recrutements, formations, aménagements de postes), adaptés aux différents contextes.

En France, pour favoriser l'employabilité des personnes en situation de handicap, un programme d'alternance a été lancé. Depuis 2014, 130 personnes en situation de handicap ont ainsi bénéficié d'un contrat d'alternance dans les Maisons du Groupe.

LVMH accompagne également ses collaborateurs qui déclarent une situation de handicap. Les Maisons proposent des solutions de maintien dans l'emploi adaptées à chaque cas. Lorsque c'est nécessaire, elles aménagent les postes ou accompagnent la personne vers un changement d'activité.

LVMH s'intéresse aussi à l'inclusion de profils fortement éloignés de l'emploi en raison de leur handicap. Après l'expérience réussie de recrutement en CDI de cinq salariés en situation d'autisme dit sévère, LVMH a signé un partenariat avec VETA (Vivre et Travailler Autrement) en novembre 2023, qui vise à promouvoir et à développer ce programme inclusif innovant auprès de ses Maisons et de ses partenaires.

### Indicateurs relatifs à l'intégration des personnes en situation de handicap

Lors de la célébration de l'engagement du Groupe en décembre 2021, la direction des ressources humaines Groupe a annoncé l'objectif de LVMH de passer de 1% à 2% de salariés en situation de handicap d'ici à 2025 au niveau mondial. Cet objectif a été fixé à la suite d'échanges réguliers avec des institutions des organisations non gouvernementales et des personnalités engagées. En 2022, cet objectif a été complété par un objectif d'accessibilité des sites internet du Groupe et des Maisons.

En 2024, le taux d'emploi de personnes en situation de handicap du groupe LVMH au niveau mondial s'élevait à 1,9%. Cela représente 4 058 employés, soit une augmentation de 16% par rapport à 2023. Pour le calcul de ce taux, la définition légale locale d'une personne en situation de handicap a été utilisée.

## 1.6.4 Un engagement continu et transversal pour tous les talents

LVMH poursuit son engagement pour faire progresser une culture toujours plus inclusive au sein du Groupe, des Maisons et des régions, à travers la formation, la sensibilisation et une offre d'engagement continu pour ses collaborateurs.

Lancée fin 2022, la formation digitale «Gérer les préjugés et favoriser l'inclusion chez LVMH» disponible dans neuf langues et destinée à tous les employés à travers le Groupe, des équipes de productions et de vente aux cadres dirigeants, poursuit son déploiement. En 2024, plus de 100 000 collaborateurs du Groupe ont accès à cette formation.

LVMH infuse également la politique Diversité & Inclusion dans les différents supports de sensibilisation et de formation développés par le Groupe par le biais de modules dédiés tels que le programme INSIDE, plateforme éducative internationale ouverte à tous qui offre aux talents de la nouvelle génération l'accès à des connaissances exclusives sur LVMH et l'industrie du luxe (voir § 1.5.3), les LVMH *Spring Graduate Programs* qui accélèrent le développement des compétences (voir § 1.5.3) ou encore les formations LVMH *Discovery* (programme d'intégration du groupe LVMH). Au-delà des programmes portés par le Groupe, LVMH diffuse la politique Diversité & Inclusion auprès des Maisons et régions lors d'interventions et de sessions de sensibilisation menées auprès des collaborateurs.

Le Groupe accompagne ses Maisons dans le développement de formations ciblées, adaptées aux situations qu'elles peuvent rencontrer en boutique comme dans les bureaux, lors du déploiement de leur stratégie Diversité & Inclusion. Par exemple, LVMH a contribué au développement de formations dédiées au personnel en magasins, portant spécifiquement sur l'inclusion dans le contexte des lieux de ventes. Ces formations ont notamment été déployées par les Maisons Loewe avec la formation *Retail Inclusion Program*, qui a remporté un *Inclusion Index Awards* cette année dans la catégorie *Inclusive Culture* (voir § 1.6.1), et Christian Dior Couture avec la formation DEI@Dior.

En 2024, LVMH a poursuivi la diffusion de la série exclusive « *It's Everyone's Business* » accessible en externe qui met en lumière l'accompagnement du Groupe dans le développement professionnel et parfois personnel de ses talents, quelles que soient leurs singularités. Sous le prisme de la diversité, de l'inclusion, de l'équité, chaque épisode plonge le spectateur dans une vision singulière et une ouverture sur le monde telles que vécues et racontées par des collaborateurs. La série se décline en 11 portraits mettant en valeur des voix fortes et positives au sein du Groupe, comme un écho à l'expérience de chaque talent chez LVMH.

Enfin, l'engagement continu et transversal du Groupe se manifeste également par l'action au quotidien des réseaux de collaborateurs qui ne cessent de grandir à travers le monde. Soutenus par le

Groupe, ces réseaux jouent un rôle crucial en favorisant un environnement de travail inclusif au sein de l'organisation. Ils offrent des plateformes pour le dialogue interculturel, le partage d'expériences, la sensibilisation aux différentes formes de diversité et le soutien mutuel entre collaborateurs, tout en célébrant la richesse de chaque individualité. Ouverts à tous, ces réseaux engagent et fédèrent les talents du monde entier pour la promotion et le développement d'une culture inclusive chez LVMH. Parmi eux, les réseaux EllesVMH pour l'égalité des genres (voir § 1.6.3), *All Pride* LVMH pour la lutte contre les discriminations LGBTI+ (voir § 1.6.3), *Disability* (voir § 1.6.3) ou encore LVMH *Employees of African Descent* (LEAD). Chaque réseau se décline en 29 chapitres locaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie et rassemblent plus de 14 000 membres à travers le monde.

## 2. Travailleurs de la chaîne de valeur

### 2.1 Stratégie et modèle économique

#### 2.1.1 Stratégie et modèle économique

Les travailleurs de la chaîne de valeur sont l'ensemble des individus des entreprises fournissant un bien ou un service aux Maisons du Groupe et qui participent directement ou indirectement aux différentes étapes de ces chaînes de valeur, qu'elles soient de rang 1 ou au-delà.

De longue date, LVMH a fait de l'accompagnement de ses fournisseurs un axe stratégique, afin de maintenir avec eux des relations durables mues par une même quête d'excellence. Le Groupe développe une démarche globale visant à s'assurer de l'adoption par ses partenaires de pratiques respectueuses de l'environnement et des droits humains.

#### 2.1.2 Consultation des parties prenantes

La prise en compte des intérêts, points de vue et droits des travailleurs de la chaîne de valeur est un point clé de la stratégie d'approvisionnement du Groupe, visible au travers de plusieurs actions, dont voici quelques exemples :

- un échantillon de travailleurs est systématiquement interviewé individuellement lors des audits sociaux réalisés chez les fournisseurs du Groupe. Ils sont choisis par l'auditeur durant l'audit. Ces interviews sont un moment privilégié d'échange pour ces travailleurs, qui peuvent ouvertement aborder les sujets qu'ils souhaitent ;
- dans certains cas, la mise en œuvre d'une enquête auprès de l'ensemble des collaborateurs d'une structure donnée peut être administrée. Ces enquêtes exhaustives permettent d'identifier les points de faiblesse et de construire en conséquence des plans d'action à mettre en œuvre ;

- le Groupe est engagé dans certaines initiatives sectorielles (RJC – Responsible Jewellery Council, RBI – Responsible Beauty Initiative, RMI – Responsible Mica Initiative...), qui engagent des discussions directes avec les parties intéressées touchées par ces secteurs. Un autre exemple concerne la participation du Groupe dans les syndicats professionnels des métiers du Champagne et du cognac.

#### 2.1.3 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe

Les impacts identifiés sur les travailleurs dans la chaîne de valeur portent sur l'amélioration des conditions de vie, la stabilité économique et l'insertion sociale. Cela porte également sur les conditions de travail (santé et sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination ou encore harcèlement). Pour certaines chaînes de valeur comme la maroquinerie ou le prêt à porter l'impact peut-être aussi sur le renforcement de l'employabilité des travailleurs liée à des expertises métiers très précises et recherchées.

Les risques associés sont d'ordre réputationnel en cas de non-respect des droits des travailleurs de la chaîne de valeur et de non-maîtrise des risques santé et sécurité. Un autre risque pour certaines chaînes de valeur est lié à la perte de savoir-faire des métiers rares de l'artisanat.

## 2.2 Conditions de travail et droits humains de la chaîne de valeur

### 2.2.1 Description de la politique liée

Le Groupe a élaboré son propre référentiel de normes devant guider le comportement de ses collaborateurs et partenaires. Parmi les principes et chartes Groupe évoqués ci-après, certains sont complétés par des codes, politiques ou procédures au sein des Maisons.

#### Les Codes de conduite d'Agache et de LVMH

Les Codes de conduite d'Agache, société faitière du Groupe, et de LVMH sont conçus comme le socle d'éthique commun du Groupe et de ses Maisons rassemblant les règles que les collaborateurs doivent suivre dans l'exercice de leurs fonctions.

Sur la base de ces Codes de conduite, Agache et LVMH ont rédigé des Codes de conduite Fournisseurs et Partenaires commerciaux, remis à jour en septembre 2024.

#### Les Codes de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux

Les Codes de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux matérialisent les exigences du Groupe à l'égard de ses partenaires (fournisseurs, prestataires de services, distributeurs, artisans, bailleurs et tous tiers en relation d'affaires avec une entité du Groupe) et leurs sous-traitants dans différents domaines, où qu'ils soient basés géographiquement et quelles que soient leurs places dans la chaîne de valeur.

Ces exigences portent sur la responsabilité sociale et le respect des droits humains : interdiction du travail forcé et de la traite des êtres humains, du travail des enfants, prohibition du travail illégal ou non déclaré, du harcèlement, des discriminations, dispositions relatives aux salaires, aux horaires, à la liberté syndicale, à l'hygiène et à la sécurité, à la protection des communautés locales et autochtones.

Pour ces politiques relatives aux travailleurs de la chaîne de valeur, le Groupe s'est aligné sur les instruments internationalement reconnus applicables aux travailleurs de la chaîne de valeur, notamment sur les principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme. Ainsi pour la prohibition du travail des enfants, celui-ci est interdit pour tout enfant de moins de 16 ans. Dans les pays où la législation locale prévoit un âge supérieur pour travailler ou prolonge la scolarité obligatoire au-delà de 16 ans, l'âge le plus élevé s'applique.

Le Code de conduite insiste également sur la mise en œuvre de salaires décents et avantages associés : Les Partenaires Commerciaux s'engagent à mettre en place des pratiques de rémunération justes et équitables. Ils doivent au minimum verser des salaires dans leur intégralité en monnaie ayant cours légal, à échéance régulière (a minima mensuellement) et sans délai, rémunérer les travailleurs pour les heures supplémentaires au taux légal, et respecter toutes les exigences légales relatives aux avantages des travailleurs. Dans le cas où il n'existerait pas, dans le pays concerné, de minimum légal en matière de salaire ou de taux de rémunération des heures supplémentaires, les Partenaires Commerciaux doivent

s'assurer que les salaires sont au moins égaux aux moyennes des pratiques du secteur d'activité pertinent et que la rémunération des heures supplémentaires est au moins égale à la rémunération horaire contractuelle ou usuelle. Les salaires doivent permettre de couvrir les besoins essentiels des foyers des travailleurs (logement décent, eau, accès à la scolarité des enfants, transport, prévoyance en cas d'événements imprévus) tout en les laissant disposer librement de leur revenu.

Ce Code requiert l'engagement des partenaires du Groupe à en respecter les principes et précise que ces derniers veillent également à ce que leurs propres sous-traitants et fournisseurs fassent de même dans l'exercice de leurs activités pour le Groupe. Ce Code est déployé au sein de l'ensemble des Maisons du Groupe.

Le Code de conduite confère également à chacune des entités du Groupe le droit de contrôler le respect de ces principes par ses partenaires et sous-traitants tout au long des chaînes de valeur.

En cas de violation du Code par un partenaire ou par un sous-traitant de celui-ci, chacune des entités du Groupe en relation d'affaires avec celui-ci se réserve le droit d'exiger la correction des non-conformités, de suspendre la relation d'affaires ou d'y mettre fin, eu égard au degré de sévérité des manquements constatés.

Une nouvelle version du Code rebaptisé «Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux» a été publiée en septembre 2024 afin de promouvoir une démarche responsable auprès du plus grand nombre des partenaires du Groupe. Les principaux changements sont les suivants :

- un alignement avec le nouveau Code de conduite, en particulier sur la partie Responsabilité Sociale ;
- une nouvelle section dédiée à la « Sous-traitance » : le Groupe/ la Maison concernée doit donner son accord écrit préalable afin d'autoriser le recours à la sous-traitance dans des limites prédéfinies. Les Partenaires s'assurent du respect du Code par leurs sous-traitants autorisés et s'engagent à contrôler ces derniers. Ainsi, la sous-traitance ne devra être autorisée qu'après s'être assuré que le Partenaire a les moyens de contrôler le respect du Code par son sous-traitant.

### 2.2.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur

Les collaborateurs de LVMH en contact avec les fournisseurs ont reçu une formation « Achats Responsables » qui leur permet lors de leurs interactions avec ces derniers d'être à l'écoute et d'identifier, d'exercer une vigilance sur d'éventuelles signaux faibles qui pourraient traduire un non-respect du Code de conduite Fournisseurs.

Dans certains cas, ils peuvent activer une alerte, se traduisant par la mise en place d'un plan d'action d'urgence, voire une suspension d'activité.

Tous les audits sociaux réalisés chez les fournisseurs du Groupe incluent un échange systématique avec un échantillon représentatif des salariés lorsque l'audit est mené. En cas de non-conformité et en fonction du niveau de gravité des faits identifiés, une enquête plus approfondie peut être diligentée et un comité ad hoc réunissant différents départements de la Maison décide de la suite à donner. Un suivi doit avoir lieu au maximum sous trois mois (sous 48h si en lien avec travail des enfants ou travail forcé) et un ré-audit complet doit avoir lieu sous 12, 18 ou 24 mois en fonction du résultat de l'audit initial.

Certaines Maisons complètent leurs audits en utilisant des solutions permettant de recueillir directement les avis d'employés de fournisseurs sur leurs conditions de travail. Ces enquêtes menées lors de chaque audit, permettent d'avoir une vision plus précise des conditions de travail sur les sites concernés, telles que travail forcé ou harcèlement, qui peuvent ne pas être détectés lors des audits. Ces enquêtes totalement anonymes et confidentielles sont administrées dans la ou les langues des travailleurs.

Par exemple, un « Worker Voice Survey » a été pour la deuxième année consécutive réalisé dans le cadre du programme Utthan (broderie en Inde, plus spécifiquement à Mumbai) auprès de plus de 3 000 salariés. Ces personnes majoritairement originaires du nord de l'Inde sont employées à Mumbai, leurs familles étant restées dans leur région d'origine. Les résultats de cette enquête sont partagés avec les employeurs qui eux-mêmes en font une restitution à leurs employés afin d'en sortir des points d'améliorations.

Le Groupe a mis en place un dispositif d'alerte permettant de recueillir et examiner les préoccupations relatives à des comportements illicites ou contraires à ses principes de conduite internes. Les signalements peuvent être effectués par tout collaborateur ou toute partie prenante externe (notamment fournisseur, sous-traitant, etc.) des Maisons et entités du Groupe dans le monde entier. La Politique d'alerte du Groupe décrit les canaux de signalement existant au sein des Maisons et entités du Groupe, ainsi que les règles de recueil et de traitement des signalements afin d'être en mesure d'examiner les préoccupations signalées, d'identifier les potentiels manquements et prendre des mesures correctives le cas échéant. Ce dispositif d'alerte est évoqué plus en détails dans la section Gouvernance § 1.3.1).

Des participations à des initiatives sectorielles sont également développées. Ainsi en Italie certaines des Maisons du Groupe participent aux travaux réalisés par la Camera Nazionale della Moda Italiana pour l'industrie de prêt à porter. Les certifications sectorielles telles que RJC ou RMI sont également prises en compte dans l'évaluation des fournisseurs du Groupe.

## 2.2.3 Actions et ressources liées

Le Groupe attache une grande importance à ce que ses Maisons et leurs partenaires partagent un ensemble commun de règles, d'usages et de principes en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection de l'environnement. La complexité des

chaînes d'approvisionnement mondiales implique un risque d'exposition à des pratiques contraires à ces règles et valeurs.

La politique de gestion responsable des approvisionnements du Groupe a donc pour objet de mobiliser les fournisseurs et l'ensemble des filières concernées autour du respect et de l'amélioration des conditions de travail des travailleurs de la chaîne de valeur en termes de santé/sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, etc.

Dans cette politique sont tout particulièrement pris en compte les risques d'atteintes majeures aux droits humains qui pourraient survenir dans les chaînes de valeur amont du Groupe, c'est-à-dire auprès de ses fournisseurs ou partenaires commerciaux. Si de telles situations survenaient, des actions spécifiques sont mises en place, comme cela a été le cas cette année avec la mise en place d'un plan d'action d'urgence en Italie (voir ci-dessous). Cette politique s'inscrit à ce titre dans la démarche de vigilance du Groupe, présentée dans la section Plan de vigilance du présent document (§ 2. Gouvernance, § 3. Présentation de la méthodologie de cartographie des risques et § 5. Suivi et pilotage).

Elle repose sur l'articulation suivante entre :

- la signature par tous les fournisseurs du Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux LVMH;
- l'identification des fournisseurs à risques grâce à la démarche Convergence;
- cette démarche débute par une cartographie des risques brutes (sociaux et environnementaux) faite au niveau de chaque fournisseur utilisé par LVMH et ses Maisons;
- cela est suivi par le rating réalisé par EcoVadis de certains des fournisseurs identifiés comme pouvant présenter un risque;
- les audits de sites des fournisseurs du Groupe de rang 1 ou au-delà, permettent de vérifier sur le terrain la correcte mise en œuvre des exigences du Groupe ainsi que le déploiement de programmes de remédiation en cas de non-conformité;
- le suivi précis des plans d'action correctifs à la suite des audits afin qu'en fonction de la sévérité identifiée, le fournisseur soit conforme dans les délais impartis; Ces plans d'action correctifs peuvent aller de mise en conformité simple (issue de secours, branchements électriques, affichages réglementaires...) à des mesures plus structurelles (salaire décent, horaires de travail, autorisations administratives...);
- des actions d'accompagnement et de formation des fournisseurs sur les principaux points identifiés comme devant être à améliorer;
- la participation active à des initiatives intersectorielles couvrant les filières à risques.

Cette démarche nécessite des moyens humains (auditeurs externes) et matériels (logiciels où sont compilés et partagés les audits). Un suivi hebdomadaire des résultats d'audit est publié au sein des Maisons avec un focus particulier sur les audits présentant les risques les plus importants. Les fonctions internes qui participent à la gestion des impacts sont principalement les fonctions Achats, Environnement, RSE, Industriel et Qualité.

## Identification des priorités

L'exercice d'analyse globale des risques extra financiers, décrit ci-dessus, a vocation à éclairer l'identification des fournisseurs à auditer en priorité. Sont pris en compte les risques relatifs aux pays et aux catégories d'achats. Cet exercice a été réalisé en 2024 sur la base des données de 2023 et des nouvelles relations d'affaires développées tout au long de l'année.

Dans le cadre du projet Convergence évoqué ci-dessus, le Groupe a également continué à renforcer en 2024 sa participation à la plateforme EcoVadis. Une fois la cartographie des risques bruts réalisée, les principaux fournisseurs identifiés comme étant à risque peuvent être évalués grâce à la méthodologie EcoVadis. Celle-ci permet d'évaluer leurs performances éthique, sociale, environnementale et maîtrise de leur chaîne de valeur via la collecte de données documentaires, de veilles externes et de recherches sur internet.

## Actions d'évaluation et plans de remédiation

Une clause est intégrée aux contrats passés avec les fournisseurs de matières premières et composants avec lesquels le Groupe entretient des relations directes, les obligeant à être transparents sur leur chaîne d'approvisionnement en déclarant leurs sous-traitants.

Certaines Maisons, telles que Loewe ou Loro Piana, ont une démarche de mise en place de questionnaires de pré-référencement pour l'ensemble de leurs fournisseurs stratégiques.

L'ensemble des Maisons du Groupe travaille avec leurs fournisseurs directs dans une logique collaborative et participative en les accompagnant dans le déploiement des audits et des éventuels plans d'action correctifs. Un suivi précis de la mise en place de ces plans d'action correctifs est fait par audit et suivi par chaque Maison. Ce travail peut être réalisé par la société ayant audité le fournisseur ou par les membres de la Maison qui est en relation avec ce fournisseur.

Pour mener à bien ces audits, le Groupe fait appel à des entreprises indépendantes spécialisées et reconnues, ayant répondu positivement à des spécifications lors des appels d'offres réalisés régulièrement.

Dans une logique d'accompagnement et d'amélioration continue, des formations sont régulièrement proposées par le Groupe et ses Maisons à ses fournisseurs. Ainsi en 2024, de telles formations ont été animées en Italie et en Chine (Shanghai et Shenzhen), pays où le Groupe réalise le plus d'audits. Les thématiques abordées lors de ces formations sont en lien avec les principales non-conformités identifiées lors des audits.

Parallèlement aux formations relatives aux achats responsables qui ont pu avoir lieu au sein des Maisons du Groupe, il a été décidé en 2021 de construire une formation commune à LVMH sur ce sujet. Cette formation, construite avec l'aide du cabinet Des Enjeux et Des Hommes, a commencé à être délivrée en 2022, et s'est encore renforcée en 2023 et 2024, avec des sessions animées en France, en Italie, en Amérique du Nord et en Asie.

S'agissant des actions de remédiation, à partir de janvier 2024, un certain nombre d'entreprises du secteur de la mode produisant en Italie ont fait l'objet d'allégations et de mesures administratives visant le non-respect des règles applicables en matière de conditions de travail au sein de leur chaîne d'activités relative à la maroquinerie.

En juin 2024, Manufactures Dior Srl, filiale de Dior Italie, a été placée sous administration judiciaire par le Tribunal de Milan à la suite de faits exceptionnels et isolés, en application du décret législatif 159/2011, article 34 c.1, tel que modifié par la loi 161/2017.

Cette procédure d'administration judiciaire est une mesure de protection visant à prévenir le détournement de la chaîne de valeur d'une société à des fins illégales. Elle a été déclenchée à la suite de la découverte par les autorités de non-respect par deux sous-traitants de Manufactures Dior Srl des règles applicables en matière de conditions de travail.

Dans ce contexte, les équipes de Dior ont pleinement coopéré avec l'Administrateur judiciaire qui a constaté, aux termes de rapports écrits, les mesures mises en place par la société pour contrôler sa chaîne de valeur. La considération du caractère exceptionnel et isolé des faits, ainsi que des dispositifs de contrôle pré-existants et renforcés, cette mesure d'accompagnement a été clôturée en février 2025, quatre mois avant la date initialement fixée.

L'Autorité de la concurrence italienne a parallèlement ouvert une procédure en application du décret législatif 6/9/2005 n.206 (« Codice del Consumo »). La procédure est en cours.

Les actions ciblées déployées par le Groupe dans ce contexte sont présentées plus en détails dans la section Plan de vigilance, § 5.2. Actions de renforcement ciblées.

## Participation à des initiatives multipartites dans les filières à risques

Outre les actions menées auprès de ses fournisseurs directs, LVMH participe à des initiatives visant à renforcer la visibilité sur les chaînes d'approvisionnement et réseaux de sous-traitants, pour être en mesure de mieux évaluer et accompagner l'ensemble des acteurs.

Les enjeux spécifiques aux différents groupes d'activités du Groupe ont conduit à la mise en place de groupes de travail (appelés « coordinations ») et au déploiement de programmes ciblés. De manière générale, les initiatives sectorielles réunissant de nombreux donneurs d'ordres sont privilégiées pour renforcer l'efficacité et la capacité d'influence sur les pratiques des sous-traitants. Cela a été le cas en 2024 sur des catégories telles que le packaging, le *visual merchandising* ou les investissements boutiques des Maisons du Groupe ayant des achats dans ces catégories.

S'agissant des Maisons de Montres et Joaillerie, les filières d'extraction minière, très fragmentées, et laissant une large part à l'économie informelle, présentent des risques importants en matière d'atteinte aux droits humains et font l'objet à ce titre d'engagements forts de la part des Maisons, dans le cadre du programme LIFE 360 en matière de garantie d'approvisionnements en or certifié par le « Responsible Jewellery Council (RJC) ».

Le Groupe et ses Maisons Montres et Joaillerie participent à une initiative avec d'autres acteurs du secteur, le Coloured Gemstones Working Group (CGWG). Il vise à déployer les meilleures pratiques environnementales et sociales dans la filière pierres de couleur en mettant à disposition, en open source à tous les acteurs de l'industrie, l'ensemble des outils développés par l'initiative et en leur permettant d'évaluer la maturité de leurs pratiques.

Les Maisons de Parfums et Cosmétiques ont rejoint l'initiative « Responsible Beauty Initiative » pilotée par EcoVadis pour développer des plans d'action répondant aux enjeux propres à leurs activités en collaboration avec des acteurs majeurs du secteur. Depuis 2022, le groupe d'activités est par ailleurs engagé dans la « Responsible Mica Initiative », qui a pour objectif de mutualiser les ressources de différents acteurs du secteur pour garantir des conditions de travail acceptables dans ces filières. Un travail de cartographie des filières d'approvisionnements indiennes en mica, engagé en 2015 et suivi d'un programme d'audit jusqu'aux mines, leur permet de couvrir plus de 80 % de leurs approvisionnements.

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a également rejoint l'initiative « Action for Sustainable Derivatives », une collaboration cogérée et animée par BSR et Transitions. L'initiative rassemble de grandes sociétés du secteur de la cosmétique ainsi que de l'oléo-chimie dont les objectifs communs sont d'améliorer la traçabilité de la filière des dérivés de palme et les pratiques et conditions de travail tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

S'agissant des Maisons de Mode et Maroquinerie, les filières cuir et coton font l'objet d'exigences particulières de traçabilité intégrées dans le programme LIFE 360. La coordination cuir LVMH réunissant toutes les Maisons de Mode et Maroquinerie se tient deux fois par an. Des objectifs de certification des matières premières comme le coton ou le cuir ont été fixés dans le cadre du programme LIFE 360. Les résultats sont présentés dans la section Environnement § 5.2.1 Politique liée aux impacts sur les écosystèmes et les sols.

Depuis 2018, LVMH participe à l'initiative sectorielle UTTHAN, qui regroupe différents grands donneurs d'ordre du secteur du luxe dans l'univers de la broderie. Cette initiative vise à améliorer et renforcer la reconnaissance de l'expertise broderie de luxe à Bombay, où sont basés un nombre important des brodeurs partenaires des Maisons du Groupe. L'initiative contient également un programme de formations sur sites des brodeurs.

En 2021, les grilles d'audit et les niveaux de conformité ont été revus et simplifiés, et mis à jour pour être alignés sur les nouvelles réglementations indiennes sur le temps de travail.

En 2023, l'initiative a mis en place un protocole assurant systématiquement à chaque brodeur un salaire décent tel que défini par Fair Wage Network ainsi qu'une assurance santé.

En 2024 un programme de formation à la posture au travail a été mis en place, ainsi qu'une formation à la gestion des finances personnelles. Ces formations ont été délivrées auprès de l'ensemble des travailleurs intervenant sur les productions des membres du programme, soit environ 3 000 personnes.

Certaines Maisons complètent leurs audits en utilisant des solutions permettant de recueillir directement les avis d'employés de fournisseurs sur leurs conditions de travail. Ces enquêtes permettent d'avoir une vision plus précise des conditions de travail sur les sites concernés, telles que travail forcé ou harcèlement, qui peuvent ne pas être détectés lors des audits. Ces enquêtes totalement anonymes et confidentielles sont administrées via une application mobile de messagerie instantanée.

LVMH recommande à ses fournisseurs d'afficher, dans les ateliers où sont les travailleurs, le Code de conduite Fournisseurs LVMH dans lequel est mentionnée l'adresse du système d'alerte LVMH. Voir détail du système d'alerte mis en place dans la section Gouvernance § 1.3.1 Politique d'intégrité dans la conduite des affaires.

## 2.2.4 Objectifs liés

La politique d'achat responsable initiée de long terme au sein de LVMH c'est petit à petit enrichie et complétée de nouveaux objectifs de plus en plus spécifiques et adaptés aux situations rencontrées (potentielles ou avérées). Les objectifs indiqués ci-dessous ont été construits lors de réunions réunissant les différents départements concernés par ces sujets : Direction des Opérations, des Achats, du Développement Environnement, RSE, Éthique et Conformité et depuis cette année la Direction Devoir de Vigilance.

Les objectifs définis sont :

- 100 % des acheteurs du Groupe formés aux Achats Responsables et une sensibilisation menée auprès des autres donneurs d'ordre à l'horizon 2026 ;
- 100 % des fournisseurs signent le Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux ;
- lorsque l'analyse de risque montre que le fournisseur est dans une catégorie d'achat et un pays à risque, la Maison doit faire un audit de ce fournisseur avant de démarrer une relation commerciale ;
- tout audit doit donner lieu à plan d'action correctif et un suivi jusqu'à réalisation ;
- lorsque le résultat de l'audit montre des non-conformités critiques, l'activité doit être suspendue jusqu'à correction ;
- dans le cadre de LIFE 360 il est prévu à l'horizon 2030 une Clause de Sustainability dans tous les contrats avec les fournisseurs stratégiques.

## 2.2.5 Métriques liées

La répartition géographique des achats et des fournisseurs en 2023 et des audits réalisés en 2024 s'établit comme suit :

	Europe	Amérique du Nord	Asie	Autres
Répartition des fournisseurs en volume d'achats (en %)	65	17	16	2
Répartition des fournisseurs en nombre (en %)	61	15	19	5
Répartition des audits (en %)	81	2	15	2

Dans le cadre de la politique Convergence, une cartographie des risques bruts des fournisseurs de rang 1 du Groupe qui datait de 2022, basée sur les données 2021 a été remise à jour en 2024 sur la base des données de dépenses achat 2023. Cette nouvelle cartographie des risques a permis de mettre à jour les principaux secteurs à risques (par activité et par pays).

La deuxième étape de cette politique concerne l'évaluation faite suivant la méthodologie mise en place par EcoVadis.

En 2024, 2 226 fournisseurs sont inclus dans cette démarche d'évaluation EcoVadis, ayant été évalués au cours des trois dernières années comme l'exige le Groupe : 79% des fournisseurs ont été réévalués et 68% d'entre eux ont amélioré leur score. La moyenne du portefeuille évalué a progressé depuis la première évaluation et se situe maintenant à 61 pts (vs. 47,5 pts moyenne EcoVadis global et 57 pts en 2023). Après la direction Achats Groupe, Louis Vuitton, le groupe d'activités Beauty, Sephora, le groupe d'activités Vins et Spiritueux, Bulgari, Fendi, Loewe, Celine, Christian Dior Couture, Chaumet et Loro Piana entrés depuis plusieurs années dans ce programme, les Maisons Belmond et Fred ont rejoint l'initiative en 2024.

La troisième étape de la politique Convergence concerne les audits sur site. En 2024, 4 066 audits (hors évaluations EcoVadis) ont été réalisés chez 3 690 fournisseurs et sous-traitants.

Les audits couvrant à la fois les aspects sociaux (santé sécurité, travail forcé, travail des enfants, salaires décents, temps de travail, discriminations, liberté d'association et de revendication, droit de grève, anticorruption) et environnementaux (système de management des aspects environnementaux, utilisation et pollution de l'eau, émission de gaz et pollution atmosphérique, gestion des produits chimiques, gestion des déchets, type de matières premières utilisées) ont représenté 88% des audits réalisés. Les audits uniquement sociaux ont représenté 6% et les audits uniquement environnementaux 6% également.

En 2024, selon une échelle de performance à quatre niveaux, tenant compte du nombre et de la sévérité des non-conformités identifiées, près de la moitié de ces non-conformités ont concerné des problématiques en lien avec des sujets d'hygiène et de sécurité. Des plans d'action correctifs ont été systématiquement définis avec les fournisseurs concernés. Leur mise en œuvre a fait l'objet d'un suivi par l'acheteur responsable du fournisseur concerné au niveau de la Maison.

## 2.3 Transmission et développement des savoir-faire

Les actions menées auprès des fournisseurs et sous-traitants du Groupe sont identiques à celles menées dans le cadre des actions du Groupe auprès de collaborateurs en particulier dans le cadre des initiatives menées par l'Institut des Métiers d'excellence, tels que décrits dans les paragraphes mentionnés ci-dessous :

- ESRS S1 : § 1.5.3 – Préparer la relève des talents et la transmission des savoir-faire avec les Métiers d'Excellence » ;
- ESRS S3 : § 3.1.3 – Transmission et développement des savoir-faire .

## 2.4 Diversité, inclusion et égalité des chances

### 2.4.1 Description de la politique liée

À travers le second pilier de sa politique Diversité & Inclusion, dédiée aux partenaires, le Groupe s'assure que les valeurs et les principes d'une culture inclusive s'étendent à l'ensemble des fournisseurs de sa chaîne de valeur. Les Maisons sont encouragées à diversifier leur chaîne d'approvisionnement pour garantir une représentation des groupes sous-représentés tout au long de leur chaîne de valeur. Cette politique pose des objectifs et un langage communs pour le Groupe et les Maisons. Pour la discrimination et le harcèlement, les principes sont également posés par le Code de conduite Fournisseurs tels que décrit dans le paragraphe suivant.

### 2.4.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur

Le Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux du Groupe prohibe toute forme de discrimination. Il prévoit que les partenaires commerciaux, tels que décrits au § 2.2.1, doivent traiter tous les travailleurs de façon égale et juste et s'engagent à ne pratiquer aucune forme de discrimination – que ce soit en matière de recrutement, de rémunération, d'heures de travail et de repos, de promotion, de protection de la maternité ou de la paternité, de sécurité de l'emploi, d'évaluation, de formation et de perspectives d'emploi – fondée sur des critères d'origine

ethnique, nationale, sociale ou culturelle, de genre, d'orientation sexuelle, de handicap, d'âge, de situation familiale, de religion, de convictions politiques ou d'affiliation syndicale.

Le Code prohibe également toute forme de harcèlement et d'abus. Il prévoit que les partenaires commerciaux, tels que décrits dans le § 2.2.1, doivent traiter leurs travailleurs avec respect et dignité et doivent interdire toute forme d'intimidation, d'humiliation, de menace, d'abus, de violence, de punition corporelle et de harcèlement physique, sexuel, verbal ou moral, qu'elle s'exprime en termes de comportement, d'acte, de geste ou d'écrit.

### 2.4.3 Actions et ressources liées

Au niveau du Groupe, LVMH Métiers d'Art travaille avec des partenaires du monde entier afin de développer une chaîne d'approvisionnement diversifiée pour l'ensemble des Maisons

du Groupe. Au niveau des Maisons, des programmes spécifiques sont déployés pour favoriser une société plus inclusive tout au long de la chaîne de valeur.

Aux États-Unis, le Groupe s'est engagé à dépenser un milliard de dollars auprès d'entreprises détenues par des personnes issues de la diversité d'ici 2030 (entreprises détenues ou contrôlées à plus de 50% par des minorités, des femmes, des vétérans, des personnes handicapées et/ou des membres de la communauté LGBTQ, et dont plus de 50% des bénéficiaires ou des pertes nets sont réalisés par des minorités, des femmes, des vétérans, des personnes handicapées et/ou des membres de la communauté LGBTQ).

Ces initiatives concernent directement la diversification des chaînes d'approvisionnement pour davantage de diversité et d'inclusion.

## 3. Communautés impactées

### 3.1 Stratégie et modèle économique

#### 3.1.1 Consultation des parties prenantes

LVMH s'efforce d'exercer une influence positive sur les populations avec lesquelles il interagit et de prévenir tout dommage aux communautés affectées, tant au sein de ses opérations que de sa chaîne de valeur notamment amont dans le cadre des approvisionnements en matières premières. Le terme « communauté affectée » désigne un ensemble de personnes qui vivent ou travaillent à proximité des sites du Groupe (sièges, ateliers, boutiques ou entrepôts et autres lieux dans lesquels l'entreprise réalise ses activités), de ses chaînes de valeur, en amont ou en aval ou dans sa sphère d'influence. Les interactions avec les communautés affectées sont diverses et couvrent principalement les sujets suivants :

- formation et insertion professionnelle notamment en lien avec les savoir-faire et artisanat d'art spécifiques aux Maisons du Groupe ;
- développement de l'activité économique à l'échelle des territoires dans lesquels le Groupe opère directement ou indirectement ;
- interaction avec les communautés locales proches des opérations ou des filières d'approvisionnement du Groupe en lien avec les impacts environnementaux potentiels liés à ses activités directes et indirectes ;
- interaction avec les communautés locales détentrices de savoir-faire artisanaux et culturels ;
- offre de services culturels aux communautés locales.

Les communautés affectées cibles sont informées, consultées et le cas échéant impliquées dans les actions du Groupe. L'ensemble des métriques présentés dans cette partie ne sont pas revus par un organisme externe autre que le vérificateur des informations en matière de durabilité.

#### 3.1.2 Interaction entre les impacts, risques et opportunités, et la stratégie et le modèle économique du Groupe

L'analyse de double matérialité a permis d'identifier les impacts et opportunités suivantes qui sont directement en lien avec le modèle d'affaire de LVMH :

- impact positif lié à la dynamisation des territoires par la création d'emplois et l'empreinte économique du Groupe (toutes activités) ;
- impact positif lié à la contribution à l'égalité des chances par l'insertion dans le monde professionnel des jeunes et des populations vulnérables (toutes activités) ;
- impact positif lié à la préservation du savoir-faire et de l'artisanat d'art (Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie) ;
- impact positif lié à l'accès à la culture pour le plus grand nombre (Autres activités) ;
- impact lié à l'utilisation de codes/éléments culturels appartenant à des communautés (Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques) ;

- impact lié au conflit d'usage (accès à l'eau et aux sols) et pollution de l'eau et des sols en amont des chaînes de valeur minières et agricoles (Mode et Maroquinerie, Vins et Spiritueux, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie);

- opportunité liée à l'amélioration de l'image de marque liée à la valorisation de savoir-faire artisanaux.

## 3.2 Droits des communautés locales

### 3.2.1 Description de la politique liée

#### Conflit d'usage et pollution

Comme mentionné par le Code de conduite Fournisseurs LVMH, lorsque le Groupe ou ses partenaires interagissent avec des communautés autochtones, telles que définies par la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones, ils obtiennent leur consentement préalable donné librement et en connaissance de cause et s'assurent de leur capacité à respecter les droits humains. Ces consentements sont notamment systématisés dans le cadre de l'approvisionnement de certaines matières premières, des projets d'agroforesterie ou de préservation des écosystèmes. Au sein des opérations LVMH, des processus de consultation des communautés locales sont mis en œuvre pour les activités les plus sensibles comme la gestion des vignobles du Groupe, les activités hôtelières ou la construction ou rénovation de bâtiments.

Par ailleurs, au regard du sujet des conflits d'usage des terres, LVMH met à jour son empreinte biodiversité notamment en termes d'usage des sols et d'intensité de déforestation et de conversion des écosystèmes. Cette analyse permet d'identifier les points les plus à risque. Les impacts liés à la pollution de l'eau et des sols sont présentés dans la section Environnement § 3. Pollution. Dans le cadre de l'utilisation de ressources génétiques spécifiques et locales notamment pour les ingrédients utilisés dans les produits de Parfums et Cosmétiques, des processus similaires de consentement sont déployés conformément au Protocole de Nagoya comme présentés dans la section Environnement § 5. Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité), plus précisément au § 5.1.1.

#### Utilisation de codes/éléments culturels appartenant à des communautés

En tant que groupe responsable et engagé présent dans le monde entier, LVMH s'efforce d'avoir une influence positive sur les populations avec lesquelles il interagit et les régions dans lesquelles il opère et de prévenir tout dommage aux communautés locales. Le Groupe exige de ses Partenaires Commerciaux qu'ils appliquent les mêmes standards. Lorsqu'ils interagissent avec des communautés autochtones, telles que définies par la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones, les Partenaires Commerciaux doivent rechercher leur consentement préalable, donné librement et en connaissance de cause, et s'assurer de leur capacité à respecter les droits humains. L'acte de création se nourrit d'inspirations multiples qui peut conduire à la réinterprétation d'un patrimoine culturel et à sa mise en avant.

Lorsque le cas se présente, les Maisons du Groupe impliquent ou mettent en œuvre des actions de collaboration avec les communautés concernées pour la valorisation de ce patrimoine.

### 3.2.2 Description du processus d'interaction avec les communautés impactées

#### Conflit d'usage et pollution

Les processus d'interactions avec les communautés locales mis en œuvre sont adaptés aux enjeux locaux :

- dans le cadre des projets en lien avec des peuples autochtones, des démarches de consentement libre, informé et préalable (FPIC, Free Prior Informed Consent) sont déployées soit par les partenaires de LVMH en amont du lancement des projets soit via les programmes de certification des matières premières ayant intégré un processus de consentement préalable, donné librement et en connaissance de cause comme les certifications RSPO (dérivés d'huile de palme) et FSC (bois et dérivés du bois);
- certaines Maisons ont déployé des chartes et des outils de consultations spécifiques comme les Maisons des Vins et Spiritueux dans le cadre de la gestion des vignobles;
- des indicateurs de suivi et des systèmes de remontée de plaintes ou de réclamations sont déployés dans certaines filières comme l'approvisionnement en dérivés d'huile de palme.

Ainsi, Hennessy déploie les exigences des « chartes Riverains » qui existent depuis plusieurs années en Charente et Charente-Maritime et qui sont reprises dans la Certification Environnementale Cognac (CEC) des vignobles. Les objectifs sont de :

- favoriser le dialogue et entretenir le lien entre les agriculteurs et l'ensemble des citoyens;
- promouvoir et généraliser les bonnes pratiques en matière d'utilisation de produits phytopharmaceutiques afin de limiter leur impact sur la santé et sur l'environnement;
- encourager les agriculteurs à mieux communiquer sur leurs pratiques;
- promouvoir et expliquer aux citoyens les métiers de l'agriculture et ses diverses productions et les inciter à engager le dialogue avec les agriculteurs.

### 3.2.3 Actions et ressources liées

#### Conflit d'usage et pollution

En 2024, LVMH poursuit le déploiement de certification de matières premières dont certaines intègrent des processus de consentement. Le détail est présenté dans la section Environnement § 5. Biodiversité et écosystèmes (LIFE 360 Biodiversité), plus précisément § 5.2.4.

LVMH continue de systématiser l'intégration des démarches de consentement préalable, donné librement et en connaissance de cause dans tous ses projets d'agriculture régénératrice ou d'agroforesterie. Ainsi, LVMH participe à un projet collectif d'agroforesterie dans la filière palme en Indonésie à hauteur de 0,1 million d'euros annuels depuis trois ans ; le projet se poursuit. Ce projet intègre notamment des actions visant à s'assurer de l'accompagnement des communautés locales comme la formation des agriculteurs, l'amélioration du niveau de vie des agriculteurs et de leurs familles, l'accompagnement des communautés locales pour sécuriser et améliorer leur droit de propriété forestière et le déploiement d'outils de résolution des conflits.

## 3.3 Transmission et développement des savoir-faire

### 3.3.1 Objectifs : valorisation des métiers d'excellence

LVMH met un accent particulier sur la sensibilisation du grand public aux métiers d'excellence. En 2024, le Groupe renforce ses efforts pour partager son engagement en faveur de la transmission de ses savoir-faire et de l'avenir de ses métiers, sous la responsabilité de la Direction des Ressources Humaines. Il n'est pas attendu de la part de LVMH de politique de transmission et développement des savoir-faire auprès des communautés impactées, ni d'élaboration d'objectifs associés.

### 3.3.2 Actions en 2024

#### Orienter vers les métiers du Groupe et recruter plus largement

Afin de susciter des vocations et d'attirer les talents, LVMH a mis en place un programme de sensibilisation pour faire connaître ces métiers auprès des plus jeunes et un salon de l'orientation et du recrutement pour faire changer les regards sur ses métiers et les rendre accessibles au plus grand nombre. Depuis son lancement, le programme « Excellent ! » a ainsi sensibilisé plus de 5 300 collégiens en France, en Italie et aux États-Unis grâce à l'implication des équipes des ressources humaines et des experts métiers des Maisons, dont 1 680 collégiens en 2024 (objectif 2024 fixé et atteint).

### 3.2.4 Objectifs et métriques associés

LVMH déploie un certain nombre d'indicateurs pour piloter les projets d'agriculture régénératrice et de préservation des écosystèmes qui couvrent par exemple :

- le nombre d'agriculteurs formés aux bonnes pratiques d'agroforesterie ;
- le nombre d'agriculteurs et de membres de leurs familles dont les revenus se sont améliorés ;
- le nombre de communautés avec des droits de propriété forestière sécurisés ;
- le nombre de communautés équipées d'un système de résolution des conflits.

LVMH travaille au déploiement systématique de ce type d'indicateurs.

Dans le prolongement de cette action, le programme You & ME, lancé en 2021, consiste en une tournée annuelle qui va à la rencontre des jeunes et des personnes en reconversion à travers la France et l'Italie, en vue de les sensibiliser aux métiers du luxe et d'identifier les futurs talents. La tournée s'est arrêtée dans cinq villes de France (Paris, Reims, Clichy-sous-Bois, Orléans et Lyon) et dans trois villes en Italie (Florence, Padoue, Naples), entre février et mai 2024. À travers des ateliers pratiques et des échanges avec des professionnels, You & ME contribue à faire découvrir des métiers de passion et d'excellence, en favorisant les opportunités d'apprentissage dans les Maisons du groupe. Ce salon itinérant, doublé d'une plateforme numérique ([youandme.lvmh.com](https://youandme.lvmh.com)) a touché plus de 10 000 visiteurs (objectif 2024 fixé et atteint) dans les principaux bassins d'emplois du Groupe et donné accès à plus de 3 500 offres de stage (chiffré basé sur des projections 2023), contrats d'alternance, CDD et CDI. Cette tournée sera renouvelée en 2025.

En collaboration avec France Travail, LVMH a produit une série documentaire « Fiers de nos Métiers d'Excellence » diffusée sur les plateformes numériques (YouTube). Le groupe a également organisé avec des influenceurs Français et Italiens la production et la diffusion de contenus éducatifs sur les savoir-faire artisanaux (visites d'ateliers et rencontres d'experts métiers), accessibles via les réseaux sociaux.

Ces actions contribuent à renforcer l'image de marque liée à la valorisation des savoir-faire et à préserver le savoir-faire et l'artisanat d'art. Cette quantification sera appréciée les années à venir.

### Soutenir et promouvoir les savoir-faire externes

LVMH s'attache à soutenir et à faire rayonner les savoir-faire externes, en lien avec l'expertise de ses Maisons. Tout au long de l'année écoulée, le Groupe a réitéré cet engagement. Le Prix ELLE Artisanas en France, dont la quatrième édition s'est tenue cette année, continue ainsi à valoriser les talents de femmes exerçant un métier de savoir-faire dans la mode, le design, les arts culinaires et la sauvegarde du patrimoine français.

La deuxième édition du prix dédié à l'Artisanat s'est tenue en Italie, «Premio Maestri d'Eccellenza», en collaboration avec Confartigianato et la Camera Nazionale della Moda Italiana. Trois artisans ont été récompensés, dans les catégories «savoir-faire emblématique», «savoir-faire lié à l'innovation» et «savoir-faire émergent». La Maison Loro Piana était cette année partenaire de l'événement.

Ces contributions seront quantifiées dans les années à venir, elles seront reconduites d'une année sur l'autre en fonction des besoins.

## 3.4 Diversité et égalité des chances

Le groupe LVMH est présent à travers ses Maisons dans près de 80 pays, de nombreux territoires, métropoles et villages. LVMH participe ainsi à la vitalité du tissu économique et social local. Cette dynamique permet au Groupe de contribuer volontairement et de manière impactante aux grands enjeux d'insertion dans le monde professionnel des jeunes et des populations vulnérables.

### 3.4.1 Description de la politique

LVMH a pour ambition d'étendre son impact social positif au-delà du périmètre de son activité et de celle de sa chaîne de valeur. Le Groupe et ses Maisons participent à l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi, notamment de celles en situation de handicap, des jeunes et des personnes en situation de vulnérabilité (personnes avec handicaps lourds, personnes en insertion, personnes tenues éloignées du marché du travail, etc.). Dans le respect de son modèle décentralisé, le Groupe et ses Maisons ont développé des partenariats avec des associations, des ONG et des territoires afin d'accompagner l'insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées ou minorées dans l'emploi.

### 3.4.2 Actions et ressources liées

Les actions sont menées dans les territoires dans lesquels opère le Groupe, avec une attention particulière à la France et là où les besoins sont les plus significatifs. Cet engagement de long terme s'inscrit dans la durée.

## 3.3.3 Mesures et indicateurs de performance

### Impact de la tournée « You & ME »

Depuis sa création, la tournée a permis de faire découvrir les métiers du luxe à plus de 21 600 jeunes. L'objectif est de les encourager à découvrir ces métiers de passion et à s'engager dans des formations qualifiantes.

La série « Fiers de nos Métiers d'Excellence » diffusée sur YouTube a été vue 150 000 fois pour métiers de la joaillerie, 160 000 fois pour ceux de la maroquinerie, 147 000 pour les métiers de la vente, 157 000 pour la haute couture, 88 000 pour la formulation cosmétique et 82 000 pour la tonnellerie.

### Accompagner l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi

En France, le Groupe a noué un partenariat durable avec Nos Quartiers ont des Talents, qui œuvre pour l'égalité vers l'emploi. Il siège au Conseil d'administration de l'association depuis sa création. En 2024, 207 cadres ont parrainé et marrainé de jeunes diplômés issus de milieux sociaux modestes. Depuis 2007, 1 024 jeunes ont trouvé un emploi après avoir été parrainés par un collaborateur du Groupe.

Présidé par Madame Brigitte Macron, LIVE – L'Institut des Vocations pour l'Emploi, financé par le Groupe, s'adresse aux adultes de plus de 25 ans qui veulent rebondir professionnellement après une longue période d'inactivité ou de difficultés personnelles. L'institut les accompagne dans la reprise de leur parcours et la construction d'un projet professionnel. Six campus ont déjà ouvert dont deux en 2024 : Clichy-sous-Bois, pour la région Île de-France en 2019, Valence pour la région Auvergne-Rhône-Alpes, Roubaix pour la région Hauts de-France en 2021, Marseille pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2023, Reims pour la région Grand-Est et Le Havre pour la région Normandie. Plus de 1 700 personnes ont été accompagnées depuis la première inauguration et plus des quatre cinquièmes d'entre elles ont concrétisé leur projet par un emploi ou une formation. En septembre 2024, 300 nouvelles personnes ont été accueillies sur les six campus, pour un accompagnement de 18 semaines. Chaque campus accueille deux promotions par an permettant au total d'accompagner 600 à 650 personnes.

## Favoriser l'accès à l'éducation des jeunes

LVMH souhaite accompagner l'accès des jeunes à une éducation de qualité et s'appuie pour cela sur la valeur d'excellence des Maisons dans le cadre d'une démarche d'égalité des chances. LVMH encourage ainsi l'accès à la formation professionnelle, à l'enseignement supérieur, et aux postes à responsabilité, quelles que soient leurs origines familiales, sociales et culturelles.

LVMH est partenaire du dispositif des « Conventions d'éducation prioritaire » de Sciences Po Paris, programme d'ouverture sociale destiné aux élèves méritants issus de milieux modestes et de territoires éloignés de l'enseignement supérieur sélectif, qui permet le financement de bourses d'études. LVMH encourage également ses managers à parrainer des jeunes de cette filière. En 2021, LVMH a reconduit son engagement pour cinq ans. Au total, en 2024, dix étudiants étaient accompagnés par des managers du Groupe.

En 2023, LVMH a poursuivi son partenariat avec Clichy-sous-Bois et Montfermeil, villes situées dans le département de la Seine-Saint-Denis en France, aux populations jeunes et diverses. Porté par une ambition commune d'excellence, ce programme contribue à faciliter l'insertion de jeunes issus de quartiers défavorisés. Il déploie une palette d'actions : près de 200 places en stage de découverte de l'entreprise offertes aux collégiens et lycéens, visites des Maisons du Groupe, soutien à la recherche d'emploi incluant une préparation aux entretiens, etc. La tournée You & ME des Métiers d'Excellence inclut un arrêt dans la ville de Clichy sous-Bois.

À la rencontre de collégiens, lycéens, étudiants et personnes en reconversion, le Groupe leur a fait découvrir ses métiers de savoir-faire dans les domaines de la Création, l'Artisanat et l'Expérience Client et a proposé plus de 3 500 contrats (stage, alternance, CDD et CDI) en France et en Italie. Une « Prépa en ligne » a été lancée sur la plateforme digitale « You and ME » (voir § 3.3.2 Actions en 2024) pour guider et accompagner tous les candidats dans la préparation de leur dossier de candidature.

LVMH en France parraine le « Défilé Cultures et Création » de Montfermeil, à l'invitation de la ville, qui met en exergue les talents créatifs du territoire. En amont de l'événement, le Groupe forme les jeunes en master classes (167 en 2024) et organise des rencontres avec les créateurs et artisans. Lors du défilé, auquel LVMH apporte une contribution, LVMH décerne les Prix « RSE Jeune Talent LVMH » et « Jeune Talent » et ouvre ainsi la possibilité à des jeunes passionnés par la création, mais éloignés de l'univers de la mode, de se faire connaître. La Maison Guerlain décerne un « Prix Mise en beauté » à un jeune passionné par l'univers du maquillage. Pour son édition 2024, le défilé a rassemblé plus de 300 participants qui ont créé des tenues ou défilé sur le thème « Sport et Olympisme » devant près de 2 500 spectateurs.

En 2021, LVMH Amérique du Nord a établi un partenariat avec Harlem's Fashion Row (HFR), agence visant à ouvrir les portes de l'industrie de la mode aux talents créatifs issus des minorités ethniques, par le biais d'événements et de collaborations. Ce partenariat continu a pris plusieurs formes. Tout en fournissant un soutien financier direct par le biais du fonds HFR ICON360, Louis Vuitton organise des journées annuelles de mentorat qui rassemblent les designers de HFR avec les équipes de direction et opérations de Louis Vuitton, leur offrant des conseils

professionnels sur le développement de leur marque ainsi que l'avancement de leur carrière.

LVMH Amérique du Nord soutient également chaque année le défilé de mode annuel et les Style Awards de HFR qui présente 3 à 4 créateurs devant 550 spectateurs de l'univers de la mode et des médias. Il a célébré sa dix-septième édition en septembre 2024 pendant la semaine de la mode à New York. L'un des points forts de la cérémonie de remise des prix est le « Virgil Abloh Award Presented by LVMH », créé en 2022, pour honorer la mémoire du défunt créateur. Parmi les précédents lauréats figurent Issa Rae, A\$AP Rocky et Teyana Taylor. Sephora, Dior Beauty, Benefit Cosmetics, Moët Hennessy USA et Tiffany & Co. ont par ailleurs apporté leur soutien à l'événement depuis la création du partenariat.

De même, Tiffany & Co. s'est associée à l'Université North Carolina Agricultural and Technical State University (NCA&T), un établissement composé historiquement d'étudiants africains américains, (Historically Black Colleges & Universities), pour les « Tenacity Talks ». Ces discussions fournissent aux étudiants en Merchandising et en Design des informations et conseils précieux provenant des représentants de HFR et de Tiffany. 75 étudiants en ont bénéficié depuis 2022, dont 30 en 2024.

Enfin, LVMH collabore avec HFR sur des actions éducatives donnant un aperçu des carrières possibles dans le secteur du luxe lors de tables rondes entre des lycéens de Harlem et des employés de LVMH.

Grâce à ces actions concrètes, LVMH démontre son engagement à promouvoir l'inclusion et la collaboration, faisant ainsi progresser la reconnaissance et la représentation des talents divers au sein de l'industrie de la mode.

### 3.4.3 Objectif 2025

La volonté du Groupe est de démultiplier son impact positif en mobilisant ses collaborateurs et en les associant à sa démarche. L'objectif de proposer à 100 % de ses collaborateurs au moins une action d'engagement (incluant la diversité sociale dans l'accès à l'éducation, à l'emploi et à l'entrepreneuriat et le soutien aux populations vulnérables) est le fruit de concertations continues avec les parties prenantes mobilisées autour de l'insertion dans le monde professionnel des personnes en situation de handicap, des jeunes et des personnes en situation de vulnérabilité, associations, élus locaux et institutions.

### 3.4.4 Métriques pour l'année 2024

En 2024, 93 % des collaborateurs ont eu la possibilité de s'engager pour une action au bénéfice de l'intérêt général, au travers de leur Maison et 44 764 d'entre eux se sont engagés activement pour la diversité sociale dans l'accès à l'éducation, à l'emploi et à l'entrepreneuriat et le soutien aux populations vulnérables. 700 partenariats ont été actifs avec des associations et des fondations agissant pour la diversité sociale dans l'accès à l'éducation, à l'emploi et à l'entrepreneuriat et le soutien aux populations vulnérables. Les métriques sont consolidées à travers le processus de reporting RSE.

## 3.5 Contribution à l'accès à la culture

Les actions de mécénat sont placées sous la responsabilité de la Direction du Mécénat.

### 3.5.1 Le mécénat chez LVMH

Depuis sa création, LVMH a souhaité que son succès économique permette la mise en œuvre d'un mécénat ambitieux en faveur de l'Art et du Patrimoine, de la Jeunesse et de l'éducation artistique et des causes humanitaires, sociales et scientifiques. LVMH et ses Maisons veulent aussi agir pour l'intérêt général en ouvrant leur monde à la Culture, à la Transmission et à la Solidarité en faveur du plus grand nombre. Les Maisons du groupe LVMH forment un patrimoine unique, souvent séculaire, partie intégrante de l'Art de vivre et de la culture française, européenne, occidentale, s'appuyant sur des savoir-faire historiques et une créativité toujours en mouvement.

LVMH est engagé depuis son origine à soutenir les artistes et le monde de la culture et à favoriser son accès et sa connaissance par le plus large public, les jeunes en particulier. Le mécénat du Groupe fédère talents artistiques, intellectuels et scientifiques en France et dans le monde. Il s'agit de contribuer à préserver et enrichir un patrimoine matériel et immatériel.

Ce soutien pérenne s'entend en priorité en France où le Groupe a son siège social et concentre de nombreuses activités mais également dans l'ensemble des pays dans lesquels le Groupe opère, contribuant ainsi au respect, développement et dialogue des cultures.

### 3.5.2 Actions de mécénat

En 2024, les actions principales du Groupe ont été les suivantes.

#### Restauration et mise en lumière du patrimoine historique

LVMH apporte un soutien déterminé à la préservation des lieux et monuments d'intérêt patrimonial majeur.

Le 7 décembre 2024, a eu lieu l'inauguration officielle de Notre-Dame de Paris rebâtie. LVMH aura été l'un des principaux mécènes de ce chantier extraordinaire d'engagement et de virtuosité.

#### Enrichissement du patrimoine artistique des musées nationaux

LVMH a été le mécène principal de l'achat du tableau « Panier de fraises » de Jean Baptiste Chardin, classé comme Trésor National, pour le compte du Musée du Louvre. Sans cette contribution déterminante, ce chef d'œuvre en mains privées depuis plus d'un siècle aurait quitté le territoire français pour un grand musée international.

#### Soutien à la création, à la culture et à sa diffusion

Fidèle mécène de Nuit Blanche, LVMH soutient à travers cet événement la scène artistique et la rencontre d'un large public avec les artistes contemporains. En 2024, LVMH a de nouveau accompagné ce rendez-vous culturel majeur qui mettait à l'honneur les territoires ultramarins. Du centre de la capitale

jusqu'au bout du monde, toute la France a été célébrée, dans sa richesse et sa diversité.

LVMH a enfin apporté son soutien à deux grandes institutions culturelles dans le monde : le MOMA de New York et le SMK de Copenhague afin de contribuer à la réalisation d'expositions à vocation internationale.

#### LVMH Prize

Le LVMH Prize a pour ambition de soutenir les jeunes créateurs de mode en France et dans le monde. Un jury d'exception repère les talents de demain et les aide à se développer en octroyant aux lauréats non seulement une bourse significative mais aussi un mentorat sur mesure dans tous les domaines d'expertise dont a besoin une jeune maison de mode. Il s'agit d'un véritable accélérateur de carrière pour les jeunes créateurs.

#### Soutien aux jeunes talents

Propriétaire de violons et violoncelle Stradivarius, le groupe LVMH prête ces instruments d'exception à des virtuoses prometteurs comme Daniel Lozakovich.

#### La Fondation Louis Vuitton

Créée en 2014, la Fondation Louis Vuitton est devenue l'une des institutions majeures de la scène artistique mondiale et rencontre un large succès auprès du public français comme international : elle a déjà accueilli près de 11 millions de visiteurs.

Animée par une mission d'intérêt général, la Fondation s'engage à rendre l'art et la culture accessibles à tous. Afin de promouvoir la création artistique sur le plan national et international, elle s'appuie sur des expositions temporaires d'art moderne et contemporain, des présentations d'œuvres de sa collection, des commandes d'artistes, ainsi que des manifestations pluridisciplinaires (concerts, performances, colloques, projections, danse...).

Soucieuse de rendre ces événements accessibles au plus grand nombre, la Fondation a développé différents partenariats, notamment avec le Secours Populaire la Fondation Culture et Diversité ou le Refettorio Paris. Tout au long de l'année, elle s'attache aussi à recevoir gratuitement des publics éloignés de la culture. Elle accorde une attention particulière aux propositions « en famille » afin de favoriser la découverte de l'art de manière transgénérationnelle. Le « Family Festival » (week-end festif et créatif où sont organisés ateliers artistiques, spectacle, danse, parcours contés et pratiques sportives pour tous les âges) a accueilli pour sa 4<sup>e</sup> édition plus de 10 000 personnes en juin.

La Fondation Louis Vuitton a poursuivi sa programmation internationale « Hors Les Murs », avec des expositions consacrées cette année à Ernest Pignon-Ernest à Venise, Albert Oehlen à Beijing, Rineke Dijkstra puis Gregory Crewdson à Munich, Sheila Hicks à Séoul, Isaac Julien à Osaka, Mark Leckey puis Wade Guyton à Tokyo.

## 4. Clients et utilisateurs finaux

### 4.1 Stratégie et modèle économique

LVMH cible une clientèle diversifiée à l'échelle mondiale, unie par une appréciation des produits de qualité et expériences uniques. Ces clients apprécient l'artisanat, l'exclusivité et l'héritage des marques et sont souvent fidèles à certaines Maisons. Ils recherchent un service personnalisé et des produits innovants, reflétant leur désir d'offres haut de gamme et de haute qualité. Les 75 Maisons de LVMH s'adressent à divers segments de marché et couvrent différents secteurs d'activités tels que les vins et spiritueux, la mode et maroquinerie, les parfums et cosmétiques, les montres et joaillerie ou encore la distribution sélective, permettant au Groupe de s'adresser à un large éventail de consommateurs. Dans la conduite de ses activités, le groupe LVMH s'engage à respecter l'ensemble des lois, règlements et conventions nationales et internationales applicables, ainsi que les meilleures pratiques, notamment en matière de normes de travail et de responsabilité sociale, de protection de l'environnement, d'éthique et d'intégrité des affaires. Le groupe LVMH s'engage à respecter la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, les Pactes internationaux relatifs aux droits civils et politiques, et économiques, sociaux et culturels, le Pacte mondial des Nations Unies, les 17 objectifs du développement durable élaborés et développés par les Nations-Unies, les principes directeurs de l'OCDE, les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et la Charte mondiale des Nations Unies sur les « Principes d'autonomisation des femmes ».

#### 4.1.1 Consultation des parties prenantes

LVMH place les clients et les consommateurs au cœur de sa stratégie. Le Groupe mise sur des produits de haute qualité et durables et une expérience client exceptionnelle, en boutique et en ligne, pour fidéliser sa clientèle. LVMH intègre également les valeurs éthiques et environnementales dans sa stratégie et respecte les droits des consommateurs. Enfin, le Groupe s'adapte aux nouveaux modes de consommation en investissant dans le digital et les expériences omnicanales sur une offre de produits originaux, pour une consommation de long terme.

#### 4.1.2 Interaction entre les IROs et la stratégie et le modèle économique du Groupe

Les impacts positifs et négatifs, ainsi que les opportunités financières, identifiés par le groupe LVMH concernant les clients et consommateurs finaux résultent des différents secteurs dans lequel le Groupe opère. Comme mentionné plus haut, les intérêts de ces parties prenantes clés sont prises en compte dans la stratégie de l'entreprise et les activités du Groupe. Ces éléments sont détaillés dans les sections suivantes, notamment à travers les politiques et actions déployées par les Maisons.

L'analyse de double matérialité a permis d'identifier les impacts et opportunités suivantes qui sont directement en lien avec le modèle économique de LVMH :

- impact négatif lié à l'atteinte potentielle à la vie privée liée à la gestion des données personnelles des clients ;
- impact négatif lié à la santé des enfants et adolescents par l'utilisation de produits cosmétiques à un jeune âge (Parfums et Cosmétiques) ;
- impact négatif potentiel lié à l'atteinte à la santé des consommateurs et à l'utilisation de substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes dans les produits cosmétiques (Cosmétiques) ;
- impact négatif lié à la santé et la consommation nocive d'alcool (adultes/mineurs) (Vins et Spiritueux) ;
- impact négatif lié à l'accès à des produits inappropriés à un public mineur (Vins et Spiritueux) ;
- impact négatif lié à l'accès à des contenus inappropriés à un public mineur (Restauration, hôtellerie) ;
- risque de diffusion de stéréotypes au sein de la société par le biais de pratiques publicitaires et de communication ;
- opportunité de développement de l'image de marque et de l'attractivité commerciale liées à la prise en considération des attentes croissantes des clients et des consommateurs sur les sujets de durabilité (qualité, santé/sécurité, etc.) ;
- opportunité de développement de produits et services prenant en considération toutes les singularités.

Les IROs découlent de l'analyse du modèle économique et leur prise en compte impactera le modèle d'affaires, à travers l'élaboration de la Roadmap RSE 2026-2030.

L'ensemble des métriques présentés dans la partie S4 ne sont pas revus par un organisme externe autre que le vérificateur des informations en matière de durabilité.

## 4.2 Qualité des produits et sécurité des clients

Voir le chapitre Environnement § 3. Pollution pour plus de détails sur les politiques et actions.

### Description du processus d'interaction avec les consommateurs

Le Groupe et ses Maisons ont débuté le déploiement d'outils de mesure de l'impact environnemental des produits; de suivi de leur éco-conception (voir la section Environnement, § 6.1.2 Actions et ressources mobilisées) ainsi que de consolidation d'information liées à la traçabilité. LVMH s'est fixé l'objectif que tous ses produits (Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie) soient dotés d'un système d'information en 2026. Les informations sont partagées au consommateur sur les sites internet des Maisons, via un QR code ou directement sur étiquette. En 2024, ce sont déjà plus de 31 000 références (30 000 en 2023) des Maisons du Groupe qui bénéficient d'un système d'information.

Depuis plusieurs années, LVMH participe aux travaux méthodologiques français et européens sur l'affichage environnemental notamment pour le secteur de la mode. LVMH et ses Maisons

de mode ont poursuivi le déploiement d'un outil permettant le suivi des exigences de l'article 13 de la loi AGEC relatif au partage d'informations environnementales et de traçabilité au moment de l'achat des produits. En 2024, Sephora a lancé deux nouveaux labels «*Clean at Sephora*» qui écartent des ingrédients controversés et «*Planet Aware by Sephora*» qui met en avant les marques qui ont des engagements environnementaux forts, que ce soit pour leurs ingrédients ou leurs emballages. Pour l'obtenir, les marques devront se conformer à un cahier des charges de 32 critères. Guerlain poursuit le développement de sa plateforme de transparence et de traçabilité Bee Respect où il est possible de connaître pour plus de 550 produits de la Maison l'origine des matières premières, mais aussi des composants des emballages et découvrir les fournisseurs de la Maison.

Lorsque les Maisons sont contactées par les clients (boutique, courrier, site internet...) au sujet des produits (qualité, sécurité, composition, origine, etc.), les réponses sont rédigées par les équipes juridiques et le soutien d'autres experts internes selon les sujets et transmises au service client pour réponse. Ces échanges nourrissent les Maisons qui, le cas échéant, peuvent être amenées à faire évoluer certains process internes.

## 4.3 Promouvoir une consommation responsable et prévenir les comportements à risque

### 4.3.1 Promouvoir une consommation responsable

Les Maisons des Vins et Spiritueux du Groupe promeuvent l'art de la dégustation et invitent leurs consommateurs à la découverte de leur patrimoine et savoir-faire. Ces Maisons sont également pleinement conscientes du fait que leur première responsabilité sociétale est de prévenir les risques liés à la consommation nocive d'alcool.

#### Politique de Moët Hennessy concernant les impacts négatifs liés à la consommation nocive d'alcool et à sa promotion

Moët Hennessy s'engage à promouvoir une consommation modérée et des choix responsables en matière d'alcool tant auprès de ses collaborateurs que de ses clients et consommateurs finaux. Sensibiliser et éduquer ses consommateurs, clients et salariés sur les comportements à risque tels que la consommation nocive d'alcool est une priorité.

Moët Hennessy adopte une position ferme contre la consommation d'alcool chez les mineurs et les femmes enceintes.

Moët Hennessy soutient pleinement l'objectif de l'Organisation Mondiale de la Santé de réduire de 20% la consommation nocive d'alcool dans le monde d'ici 2030.

Moët Hennessy a rejoint l'IARD (International Alliance for Responsible Drinking) en octobre 2021, groupe rassemblant les leaders de l'industrie des bières, vins et spiritueux, dédié à la promotion de la consommation responsable. Moët Hennessy s'engage à respecter les standards établis par l'IARD dans ses pratiques de marketing digital et marketing d'influence, dans les informations partagées avec ses consommateurs (notamment par la voie de l'étiquetage des produits), sur la vente en ligne et les livraisons à domicile. Moët Hennessy s'engage également à travailler avec l'ensemble de la profession pour aller plus loin sur le sujet de la consommation responsable.

Pour plus d'informations sur l'information fournies aux clients et aux consommateurs finaux, voir § 4.6 Marketing et pratiques commerciales.

#### Actions de Moët Hennessy concernant les impacts potentiellement négatifs liés à la consommation nocive d'alcool et à sa promotion

Moët Hennessy est membre de l'association «*Wine in Moderation – Art de vivre*» qui rassemble des acteurs du vin du monde entier autour d'un programme de responsabilité sociétale, proposant aux professionnels du vin des informations et des outils pour un service du vin responsable, et incitant les consommateurs à avoir une relation responsable au vin et à sa culture. Au niveau local, Moët Hennessy soutient également les initiatives nationales de l'industrie pour une consommation responsable, telles que Responsibility.org aux États-Unis, Prévention & Modération en

France, et d'autres initiatives à travers le monde. Un partenariat depuis plus de 10 ans et qui s'inscrit dans la durée. Moët Hennessy contribue financièrement au bon fonctionnement de ces organisations et participe aux réunions afin définir la stratégie, partager des bonnes pratiques et supporter la mise en œuvre de la stratégie lorsque cela est nécessaire. Les organisations françaises et américaines avec lesquelles Moët Hennessy travaille ne se concentrent pas uniquement sur le secteur viti-vinicole (qui couvrent les boissons alcoolisées). Le support de Moët Hennessy permet notamment à ces associations de faire de la prévention routière, de la prévention sur le syndrome d'alcoolisation foetal, ou de la prévention lors de festivals de musique.

### Actions concernant la restriction d'accès des produits inappropriés à des mineurs

Moët Hennessy se conforme aux obligations en vigueur. Un suivi est assuré par des audits menés par les autorités locales compétentes en matière de licences d'alcool. À ce jour, aucun problème concernant l'alcool ou les contenus inappropriés n'a été soulevé lors des audits.

## 4.3.2 Prévenir les comportements à risque

### Politique pour maîtriser l'atteinte potentielle à la santé par l'usage précoce de produits cosmétiques

Les Maisons de ce groupe d'activités respectent les législations internationales les plus sévères en matière de sécurité, dont le règlement européen relatif aux produits cosmétiques. Leurs produits doivent répondre aux exigences internes très strictes de développement, de contraintes de qualité, de traçabilité et de sécurité des produits.

## 4.4 Non-discrimination et inclusion

### 4.4.1 Description de la politique liée

À travers le troisième pilier de sa politique Diversité & Inclusion dédié à l'image, le Groupe s'assure que les valeurs et les principes d'une culture inclusive s'étendent de l'expérience en boutiques de ses clients à ses campagnes de publicité. Les Maisons sont encouragées à représenter la diversité des clients et des marchés du Groupe afin que chacun se sente accueilli, respecté et représenté.

Conscient de son impact en matière de prescription d'une norme de la beauté et de son rôle potentiel dans la perpétuation de stéréotypes à travers ses communications, LVMH s'est doté dès 2017 d'une Charte incluant l'apparence physique des modèles et mannequins et continue de déployer sectoriellement des politiques spécifiques. Le Groupe s'efforce de garantir que chacun se sente accueilli, respecté et représenté, grâce à tous les éléments constituant l'image du Groupe et de ses Maisons : des campagnes de publicité à l'expérience en boutique.

### Description du processus d'interaction avec les clients et consommateurs finaux

Les réponses aux questions des consommateurs sur les produits (composition, dangers potentiels) sont traitées : les réponses relatives aux problèmes de qualité/sécurité sont rédigées par l'équipe qualité réglementaire et transmises au service client pour réponse.

Les interactions avec les clients et consommateurs les plus vulnérables se font de la manière suivante :

- pour les personnes en situation de handicap, une ligne de retour d'information qualité/sécurité permet de communiquer facilement en Langue des Signes Française ou par écrit avec Sourline, qui traduira pour votre conseiller Sephora ;
- pour les enfants et adolescents, des conditions d'âge sont fixées pour accéder aux programmes de fidélité et à certains services et événements.

Le groupe LVMH est animé du souci constant de préserver la santé et la sécurité de ses clients et consommateurs finaux, notamment en évitant l'usage de substances chimiques préoccupantes et très préoccupantes. La gestion des impacts négatifs potentiels et les risques associés à ces substances est décrite dans la section Environnement § 3.4.1.

### Métriques

Des indicateurs de suivi sont en place :

- temps moyen de remontée d'information en cas de problème lié à la qualité/sécurité ;
- nombre d'insatisfactions par type de produit ;
- marques impactées.

Cette certitude fait écho à son engagement déterminé en faveur des droits humains, du respect de la diversité, et de l'égalité entre les sexes, conformément à son Code de conduite. C'est pourquoi, après avoir consulté les professionnels de la filière, LVMH a souhaité développer des règles allant au-delà des obligations légales.

### Apparence physique dans l'univers de la Mode et Maroquinerie et les Parfums et Cosmétiques

En 2017, la Charte sur les relations de travail avec les mannequins, établie par le Groupe a pour objectif d'insuffler un véritable changement dans l'univers de la mode, en particulier en luttant contre les stéréotypes liés à l'apparence physique. Ainsi, les marques s'engagent à exclure les tailles 32 pour les femmes et 42 pour les hommes (tailles françaises) de leurs castings. Elles doivent donc demander aux agences de ne leur présenter que des mannequins au minimum de taille 34 pour les femmes et 44 pour les hommes.

## Politique de Sephora pour la distribution des produits de Parfums et Cosmétiques

Avec une implantation mondiale de plus de 2 000 boutiques et une clientèle extrêmement large, Sephora avait fait le constat du manque de représentation de la diversité dans l'industrie de la beauté et ses conséquences tant sur les individus que sur la société dans son ensemble. Afin de mieux comprendre son rôle, Sephora a écouté ses parties prenantes de manière à prendre des mesures fortes pour renforcer l'inclusion et la visibilité de tous, quelles que soient leur identité, morphologie et origine.

Sephora utilise ses plateformes de marque pour mettre en valeur toutes les personnes, avec leurs infinies formes de beauté, afin de soutenir la croissance de marques diversifiées et de raconter des histoires qui célèbrent chacun.

Conformément au Code de conduite de LVMH, Sephora a identifié 12 engagements en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, qui s'appliquent à l'ensemble de son organisation ainsi qu'à ses clients et partenaires. En ce qui concerne spécifiquement les clients et consommateurs finaux, les trois engagements mondiaux suivants sont essentiels pour Sephora :

- garantir une expérience d'achat inclusive en ligne et en magasin ;
- communiquer la position du Groupe contre l'injustice sociale et pour l'autonomisation de l'écosystème ;
- célébrer la diversité, l'équité et l'inclusion par des événements et des actions mondiales.

Sephora propose un assortiment de produits reflétant la diversité des besoins de sa clientèle et un environnement d'achat accessible et accueillant pour tous. L'ambition est de créer des expériences équitables pour chacun, en partenariat avec des organisations locales et internationales de premier plan, afin de promouvoir l'équité sociale et de faire la différence dans les communautés où Sephora opère.

Afin de maîtriser les impacts négatifs potentiels de Sephora sur la santé mentale des clients et consommateurs finaux à travers la diffusion de stéréotypes dans les campagnes publicitaires, Sephora a mis en place plusieurs actions. La campagne « We Belong To Something Beautiful » est la première campagne institutionnelle mondiale lancée par Sephora. Elle a inspiré l'action : de l'évolution de l'expérience en magasin à l'élargissement de l'assortiment de produits, contribuant véritablement à redéfinir la beauté. Sephora fournit un effort concerté pour représenter toutes les carnations dans ses produits de maquillage, s'assurant que les produits sont adaptés à tous et inclusifs.

### 4.4.2 Description du processus d'interaction avec les consommateurs

La LVMH Alert Line est à disposition des consommateurs qui souhaiteraient signaler tout dysfonctionnement en matière de contenu discriminatoire. Par ailleurs, les services clients peuvent être contactés pour signaler des plaintes de consommateurs concernant des pratiques marketing non inclusives. Les réseaux sociaux sont également fréquemment utilisés à cet effet. Les

commentaires sous chaque produit constituent également un moyen de communication pour les clients, et sont aussi particulièrement examinés.

### 4.4.3 Actions et ressources liées

Depuis 2022, la formation digitale déployée par le Groupe « Gérer les préjugés et favoriser l'inclusion chez LVMH », disponible en 9 langues et accessible à tous les talents du Groupe forment les employés aux pratiques inclusives, notamment concernant l'accueil des clients en boutiques (voir § 1.6.1 – Promouvoir la diversité et l'inclusion pour plus d'informations sur les pratiques inclusives). En régions, des formations digitales ont également été lancées avec « Activating Workplace Inclusion » aux États-Unis et « Culture of Respect » dans la région Asie-Pacifique pour promouvoir un environnement de travail plus inclusif. Ces formations ont pour vocation de perdurer dans le temps. Enfin, au niveau des Maisons, Loewe ou encore Christian Dior Couture, en collaboration avec le Groupe, déploient des programmes de formation « Retail Inclusion Programme » et « DEI@Dior » conçus pour renforcer les compétences des équipes en magasins et offrir une expérience plus inclusive, tant pour les clients que pour les collaborateurs.

Aux États-Unis, avec Open to All, un programme à but non lucratif de non-discrimination, LVMH avec Moët Hennessy, Rimowa, Benefit Cosmetics, fresh, Kendo et Sephora ainsi que d'autres détaillants ont co-créé la « Mitigate Racial Bias in Retail Charter », lancée en 2022 et a rassemblé plus de 80 détaillants pour s'engager à garantir un environnement de vente au détail plus accueillant pour tous en établissant des processus et des pratiques qui peuvent contribuer à atténuer les préjugés raciaux dans l'expérience d'achat. Depuis son lancement, la collaboration de la charte a rassemblé les signataires chaque mois pour partager les meilleures pratiques, favoriser les partenariats et créer un impact significatif dans le commerce de détail en général. Les actions continueront en 2025.

En janvier 2021, Sephora États-Unis a publié sa toute première étude à grande échelle sur les préjugés, intitulée « The Racial Bias in Retail Study », qui a mesuré aux États-Unis le risque de traitement biaisé en raison de l'origine dans le commerce de détail et mis en évidence les tactiques et les actions qui peuvent atténuer les préjugés dans l'expérience d'achat. En 2025, Sephora étudiera l'opportunité de renouveler cette étude.

En juin 2020, Sephora États-Unis a été le premier grand détaillant à prendre l'engagement de consacrer au moins 15% de son assortiment à des marques appartenant à des personnes issues de minorités (*BIPOC – Black, Indigenous and People Of Color*), rejoint par Sephora Canada en 2021. Depuis lors, Sephora a presque triplé son assortiment global de marques appartenant à des personnes issues de minorités. Les actions continueront en 2025. En 2023, Sephora a lancé aux États-Unis la toute première bourse Sephora Beauty Grant en partenariat avec Fifteen Percent Pledge. La bourse accorde 100 000 dollars à un entrepreneur dans le secteur de la beauté pour lui permettre d'atteindre le niveau supérieur de croissance et de potentiel pour sa marque. Le programme a été renouvelé en 2024 et sera reconduit en 2025 en fonction des besoins à venir.

Réalisée en 2023, l'étude de Sephora États-Unis a montré que neuf clients sur dix porteurs d'un handicap disent faire leurs achats en magasin. Cette étude est composée de deux enquêtes, l'une qualitative, l'autre quantitative. La première a été réalisée dans 12 boutiques Sephora à Chicago et à Houston, la seconde auprès de 750 clients aux États-Unis et au Canada. S'appuyant sur cette étude, Sephora a élaboré une série de formations de sensibilisation pour les employés des magasins (conseillers beauté et directeurs de magasin) afin de mieux servir les clients en situation de handicap. Une série de formations en trois parties, intitulée « Service à la clientèle conscient », s'est concentrée sur le capacitisme, les handicaps invisibles et dynamiques, et l'alliance. En outre, elle a accru l'utilisation des points de vente mobiles en magasin, favorisant l'accessibilité. Une nouvelle étude sera menée en fonction des besoins à venir.

#### 4.4.4 Objectifs liés

Le Groupe a pour objectif d'accompagner les Maisons pour la mise en place d'actions favorisant la réalisation des piliers de sa politique Diversité & Inclusion. Cette politique globale définit un cadre commun au Groupe, que les Maisons adaptent au sein de leur écosystème, selon leur identité et leur activité.

### 4.5 Marketing et pratiques commerciales

En 2024, LVMH a développé une approche mondiale intitulée « Communication durable pour des marques désirables ». Destiné aux Maisons du Groupe, incluant tous les directeurs marketing et les équipes Communication/Image/Média/RSE, elle vise à encourager l'adoption de nouveaux comportements en matière de communication, intégrant la transition environnementale ainsi que des pratiques responsables et transparentes pour maîtriser ses impacts potentiellement négatifs sur les clients et consommateurs finaux et renforcer ses impacts positifs sur les clients et consommateurs finaux.

Ceci se traduit notamment par :

- l'adoption de nouveaux narratifs de marque et produits (modes de vie et comportements) dans les communications commerciales ;
- le développement et déploiement de directives pour une production créative durable, de la préproduction à la post-production, complétant l'utilisation de solutions indépendantes comme Carbon'clap, SeCO2, Albert et Adgreen pour mesurer l'empreinte carbone des productions imprimées et vidéo ;
- et le développement et déploiement d'un calculateur d'empreinte carbone spécifique à l'investissement média.

Aux États-Unis, dans le cadre de sa démarche de Diversité & Inclusion, le groupe LVMH, propose des lignes directrices pour une communication inclusive. Les Maisons sont encouragées à privilégier des narratifs authentiques et pertinents, respectant l'identité de marque et s'adressant à la diversité des consommateurs. Des exemples concrets, positifs et négatifs, illustrent les attentes du public américain. La prise en compte

En collaboration avec le Groupe, les Maisons déploient des programmes ciblés qui répondent aux objectifs de la politique globale et participent à une culture plus inclusive, de manière à refléter la diversité de ses clients et de ses marchés.

La feuille de route mondiale de Sephora en matière de diversité, d'équité et d'inclusion s'articule autour de trois segments prioritaires partagés à l'échelle mondiale : l'égalité et l'équité entre les sexes, le handicap et les communautés sous-représentées. Pour chaque priorité, des objectifs spécifiques sont fixés à court, moyen et long terme. Les objectifs sont mesurés à l'aide de paramètres dédiés et ce travail est soutenu par un comité de pilotage mondial pour la diversité et l'inclusion. La feuille de route mondiale en matière de diversité, d'équité et d'inclusion est ensuite alimentée par des priorités régionales et locales et des actions réalisées dans les domaines susmentionnés.

#### 4.4.5 Métriques liées

Le Groupe ayant pour rôle d'accompagner les Maisons dans la mise en place d'actions dédiées et de partenariats, des échanges réguliers sont organisés afin d'atteindre les objectifs fixés par la Politique.

des nuances culturelles spécifiques aux États-Unis est essentielle à l'efficacité des communications. Ce document sert de référence pour les Maisons du groupe LVMH.

Les actions et le déploiement des différentes politiques sont propres à chaque Maison.

#### 4.5.1 Politiques et actions concernant la promotion de vins et spiritueux

Moët Hennessy a développé il y a plus de 15 ans un Code de Marketing & Communication responsable destiné à être diffusé aux professionnels et au grand public. Ce Code a été régulièrement mis à jour, permettant ainsi d'intégrer des règles en matière de marketing digital et marketing d'influence, en ligne avec les engagements de l'Alliance International sur la Consommation Responsable (IARD). Les équipes marketing sont formées sur la base de ce Code, qui est également systématiquement partagé avec leurs agences externes. Par ailleurs, Moët Hennessy est membre du Pacte sur le Marketing Responsable de la World Federation of Advertisers qui est un standard du secteur visant à prévenir l'exposition des mineurs au marketing des boissons alcoolisées. Moët Hennessy sélectionne avec soin les influenceurs avec lesquels il collabore, en s'assurant que ceux-ci ont bien plus de 25 ans, que leur public est principalement composé d'adultes et que toute publication qu'ils font au nom de Moët Hennessy est responsable et transparente.

Les Maisons des Vins et Spiritueux du Groupe reconnaissent l'importance d'un marketing et d'un étiquetage responsables.

Moët Hennessy s'engage à fournir à ses consommateurs des informations claires et précises sur l'ensemble de ses vins et spiritueux, afin qu'ils puissent faire des choix éclairés et responsables. Dans le cadre de l'engagement du Groupe sur l'amélioration d'accès à une information de qualité pour les consommateurs, des informations sont fournies sur la composition des produits, les informations nutritionnelles, les matériaux d'emballage, les informations de recyclage et des recommandations pour une consommation responsable. Améliorer l'accès à l'information et aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées est l'un des piliers clés de l'engagement du Groupe en matière de consommation responsable.

Moët Hennessy a été un pionnier des solutions d'information consommateur numérique (i.e. étiquetage digital) avec la plateforme de transparence Hennessy, accessible depuis un QR code sur les bouteilles qui donne notamment des informations nutritionnelles. Des solutions similaires sont mises en œuvre pour l'ensemble des Maisons.

## 4.6 Données personnelles des clients

### 4.6.1 Description de la politique liée

Le Groupe accorde une grande importance au respect de la vie privée de ses clients, et notamment à la protection de leurs données personnelles. À ce titre, le Groupe a déployé six grands principes, édictés dans le Code de conduite LVMH publié en avril 2024 et précisés dans une Charte Vie Privée LVMH à paraître au premier trimestre 2025. Elle a été rédigée par la Directrice Privacy, Technologies et Droit Commercial qui est rattachée à la Directrice Juridique du Groupe.

Ces principes sont les suivants :

- chaque traitement de données personnelles doit être licite et ne pas porter préjudice à d'autres droits ainsi qu'à la dignité humaine de la personne concernée (principe de légalité);
- les données personnelles traitées doivent être adéquates, pertinentes et limitées au minimum nécessaire correspondant aux fins spécifiques de leur collecte et traitement (principe de nécessité);
- l'utilisation des données personnelles doit être limitée à la réalisation des finalités pour lesquelles elles ont été collectées, et de la manière la plus respectueuse de la vie privée et de l'intimité des personnes concernées (principe de proportionnalité);
- les risques qui peuvent survenir au cours du cycle de vie des données personnelles doivent être recensés, évalués et documentés afin de mettre en œuvre les mesures de sécurité nécessaires, de manière à éviter la matérialisation de ces risques et à pouvoir garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité de ces données (principe de sécurité);

En 2024, Moët Hennessy a renforcé son engagement en matière de publicité responsable en lançant plusieurs initiatives clés :

- intégration de la conformité au Code de conduite LVMH dans le référentiel Audit de l'entreprise;
- audit externe global visant à garantir le bon niveau de conformité des engagements de Moët Hennessy en matière de publicité numérique via l'ensemble des plateformes digitales (> 95%).

À partir de 2026, toutes les nouvelles étiquettes des gammes de Moët Hennessy incluront des informations sur la teneur en alcool et les informations nutritionnelles des produits, ainsi que des recommandations visant à prévenir la consommation d'alcool (1) par les mineurs, (2) avant de prendre le volant et (3) pendant la grossesse, accessible directement sur l'étiquette ou via des QR codes.

Cet engagement est partagé avec l'ensemble des entreprises membres de l'Alliance International sur la Consommation Responsable (IARD), et sera mis en œuvre progressivement pour l'ensemble des Maisons de Moët Hennessy, sur l'ensemble des marchés où la législation le permet.

- les personnes concernées doivent être informées des modalités de traitements auxquelles leurs données personnelles sont soumises (principe de transparence);
- les personnes concernées doivent pouvoir exercer un contrôle sur les données personnelles les concernant (principe de respect des droits des personnes concernées).

Ces principes s'appliquent à chaque Maison du Groupe où qu'elle se trouve, et quelles que soient les réglementations qui leurs sont applicables, étant entendu que si ces réglementations sont plus protectrices de la Vie Privée elles prévaudront. Tous les membres du Comité exécutif de LVMH portent ces engagements dans leurs périmètres de responsabilité respectifs. Il appartient à chaque Président de Maison et à l'ensemble de ses collaborateurs de s'approprier ce cadre éthique commun et d'en faire vivre les principes. Le Code de conduite LVMH est accessible en diverses langues sur le site institutionnel du groupe LVMH.

En raison des fortes disparités sectorielles et organisationnelles entre chacune des Maisons qui composent le Groupe (certaines étant concurrentes entre elles), elles organisent leur gouvernance interne de manière autonome.

Chaque Maison rédige et applique sa propre politique de protection des données personnelles clients, et les met à la disposition de ces derniers selon ses canaux de communications habituels, en tout état de cause sur son site de E-commerce lorsqu'il en existe un. À noter que LVMH en tant que société holding n'a pas de clients et n'a donc pas de politique de protection des données personnelles clients.

Afin de s'assurer du respect des principes du Code de conduite, des lois applicables, et de sa politique propre, chaque Maison du Groupe a désigné un responsable du respect de la vie privée qui pilote la mise en conformité des activités de sa Maison. Il s'agit soit d'un Délégué à la Protection des Données pour les Maisons du Groupe situées sur le territoire de l'Union européenne ou d'un Privacy Leader lorsqu'elles sont situées en dehors de l'Union européenne.

Ces personnes font partie d'une communauté qui se réunit à minima mensuellement afin d'échanger et partager leurs expériences.

Des campagnes d'auto-évaluation sont lancées annuellement (voir § 4.6.5).

#### 4.6.2 Description du processus d'interaction avec les consommateurs

Compte tenu des fortes disparités sectorielles et organisationnelles au sein du Groupe, chaque Maison organise ses processus d'interaction avec les consommateurs de manière autonome sous respect du principe de transparence (voir § 4.6.1) prévu dans le Code de conduite LVMH et des réglementations applicables.

Par exemple, pour les activités en France, Sephora prévoit notamment la possibilité pour les clients de contacter l'équipe Data Privacy via une adresse email générique pour des demandes relatives à leurs données personnelles. Ces demandes sont traitées par le département du DPO (Data Protection officer) conformément à la réglementation applicable et en coordination avec le ou les autres départements concernés (ex : service client). Une réponse est ensuite adressée au client.

#### 4.6.3 Actions et ressources liées

Les actions et ressources liées diffèrent selon la gouvernance interne mise en place par la Maison concernée et de sa stratégie marketing et commerciale.

Par exemple, l'équipe de la Direction de la Protection des données de Louis Vuitton Malletier a créé des vidéos de sensibilisation à la protection des données personnelles dédiées aux forces de vente en magasin. Ces vidéos sont diffusées dans l'ensemble des magasins et un référencement régulier des personnes ayant visionné ces vidéos est fait.

#### 4.6.4 Objectifs liés

Le Groupe a déployé six grands principes, édictés par le Code de conduite LVMH publié en avril 2024 et précisés dans la Charte Vie Privée LVMH à paraître au premier trimestre 2025 qui doivent être respectés quelque soient les produits vendus ou services rendus, quel que soit le territoire sur lequel la Maison se trouve.

#### 4.6.5 Métriques liées

Afin de surveiller le niveau de conformité du Groupe et de ses Maisons, des points de contrôles facultatifs relatifs à la protection des données à caractère personnel sont présents dans le référentiel ERICA.

Ces points de contrôle concernent principalement deux sujets :

- l'existence au sein de chaque Maison d'un responsable du respect de la Vie Privée (Délégué à la protection des Données ou Privacy Leader), de son expertise et des ressources qui lui sont allouées ;
- le niveau de conformité de la Maison aux principes du Code de conduite LVMH.

Ces points de contrôle sont à date facultatifs mais seront obligatoires à compter de la campagne 2026 sur la conformité en année 2025. Les campagnes de contrôle se font annuellement.

# Rapport de durabilité

## Gouvernance

<b>1.</b>	<b>Conduite des affaires</b>	<b>226</b>
1.1	Une gouvernance dédiée aux questions de conduite des affaires .....	226
1.2	Impacts et risques matériels .....	226
1.3	Culture d'entreprise et politiques en matière de conduite des affaires .....	227
1.4	Prévention et détection de la corruption .....	231
1.5	Une attention particulière à la lutte contre les contrefaçons .....	233
1.6	Une démarche d'évaluation et d'accompagnement des fournisseurs .....	235
1.7	Bien-être animal .....	238

La mise en œuvre opérationnelle des valeurs et référentiels éthiques du Groupe est portée par une gouvernance dédiée chez LVMH.

## 1. Conduite des affaires

### 1.1 Une gouvernance dédiée aux questions de conduite des affaires

Afin d'assurer la diffusion optimale d'une forte culture éthique, LVMH a mis en place une gouvernance adaptée au profil du Groupe, à ses réalités opérationnelles et à son mode de fonctionnement décentralisé.

Au sein du Conseil d'administration de LVMH, un Comité durabilité et gouvernance, composé d'Administrateurs indépendants, veille au respect des valeurs individuelles et collectives sur lesquelles le Groupe fonde son action, avec pour missions principales :

- d'assister le Conseil d'administration dans la définition des grandes orientations stratégiques du Groupe en matière sociale, éthique, environnementale et climatique ;
- de contribuer à la définition des règles de conduite devant inspirer le comportement des dirigeants et des collaborateurs ;
- de veiller au respect de ces règles et d'assurer le suivi des dispositifs mis en place.

Par ailleurs, le Président-directeur général et le Comité exécutif de LVMH portent les engagements du Groupe en matière d'éthique et de responsabilité sociale et environnementale.

La Direction Éthique & Compliance du Groupe anime et coordonne la démarche éthique et conformité de LVMH en matière de lutte contre la corruption, de respect des sanctions internationales et de lutte contre le blanchiment. Elle est rattachée au Directeur Administration Générale & Affaires Juridiques du Groupe, membre du Comité exécutif de LVMH et directement rattaché au Président-directeur général.

La Direction Éthique & Compliance rend compte auprès du Comité durabilité et gouvernance des avancées du Groupe en matière d'éthique et d'intégrité. En 2024, la Direction Éthique

& Compliance du Groupe est intervenue quatre fois devant ce Comité.

Il existe un réseau de correspondants Éthique & Compliance au sein des Maisons du Groupe qui ont pour mission de mettre en œuvre la démarche éthique du Groupe au sein de leur organisation. Au 31 décembre 2024, la communauté Éthique & Compliance est composée de 111 correspondants et *compliance officers* au sein du Groupe, auxquels s'ajoutent 80 correspondants issus des réseaux internes des Maisons. La Direction Éthique & Compliance de LVMH anime ce réseau de manière globale mais aussi par le biais d'initiatives locales grâce à la présence d'équipes dédiées au sein des Holdings LVMH dans les zones Asie-Pacifique et Amérique.

Au niveau des Maisons, les Présidents de Maisons assurent la diffusion des principes éthiques et normes internes du Groupe dans leurs périmètres respectifs et veillent à leur bonne application. Les correspondants Éthique & Compliance de chaque Maison présentent à leur Comité Éthique & Compliance l'état du déploiement du programme de conformité au sein de leur Maison.

La Direction Éthique & Compliance du Groupe travaille en étroite collaboration avec plusieurs fonctions Groupe qui contribuent au bon déploiement des mesures de conformité, comme les Ressources Humaines, les Achats, la Finance, l'Audit et le Contrôle Interne, mais également les Directions Juridique et Lutte Anti-contrefaçon.

Des objectifs en matière d'éthique et de responsabilités sociale et environnementale sont intégrés dans les critères d'attribution de la partie variable de la rémunération du Président directeur général et du Directeur général adjoint de LVMH.

### 1.2 Impacts et risques matériels

L'analyse de double matérialité menée sur l'ensemble des géographies et activités du Groupe sur les enjeux de conduite des affaires a fait ressortir des impacts et risques matériels naturellement intégrés à la stratégie du Groupe en matière d'éthique et conformité.

Ainsi, le Groupe déploie des politiques et dispositifs afin de prévenir les potentiels impacts que pourraient avoir les pratiques suivantes sur la société et les parties prenantes du Groupe :

- incidents de corruption ;
- blanchiment de capitaux ;
- incidents liés au respect des sanctions économiques ;
- atteintes aux droits des lanceurs d'alerte.

Les politiques et dispositifs de conformité visent également à adresser les risques matériels auxquels le Groupe serait exposé en cas d'actes de corruption, de pratiques anticoncurrentielles ou contrevenant aux sanctions internationales, ou encore au regard de l'atteinte portée à l'image du Groupe en cas de profusion non contenue de contrefaçons sur le marché ou en cas de controverse liée au bien-être animal.

## 1.3 Culture d'entreprise et politiques en matière de conduite des affaires

### 1.3.1 Une politique d'intégrité dans la conduite des affaires

Fermelement déterminé à agir en toutes circonstances conformément à la ligne éthique qu'il a définie et dans le respect des lois et règlements applicables, notamment en matière de lutte contre la corruption, de lutte anti-blanchiment et de respect des sanctions internationales, le Groupe met en œuvre des politiques de conformité définies par la Direction Éthique & Compliance et déployées au sein des Maisons par son réseau de correspondants.

Ainsi, LVMH a élaboré un référentiel de normes – codes, chartes et politiques internes – qui expriment les engagements du Groupe en la matière. Avec les procédures définies et mises en œuvre au sein des Maisons, ils forment le cadre éthique dans lequel s'inscrivent toutes les actions menées par LVMH, ses collaborateurs et ses partenaires.

Le Groupe rappelle dans ces documents son engagement au respect des normes internationales de référence en matière d'éthique, de responsabilité sociale et environnementale (notamment la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, les Pactes internationaux relatifs aux droits civils et politiques et économiques, sociaux et culturels, les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, les Principes Directeurs de l'OCDE) comme préalable indispensable à la crédibilité de sa démarche éthique.

La Direction Administration Générale & Affaires Juridiques de LVMH porte la mise en œuvre des politiques du Groupe décrites ci-après en matière de conduite des affaires. Au sein des Maisons, les Présidents sont responsables de la mise en œuvre de ces politiques sur leurs périmètres respectifs.

#### Les Codes de conduite de Financière Agache et de LVMH

Le Code de conduite de LVMH, socle d'éthique commun du Groupe et de ses Maisons, rassemblent les règles que les collaborateurs doivent suivre dans l'exercice de leurs fonctions. Il est applicable à l'ensemble des collaborateurs des Maisons, quel que soit le secteur d'activité ou la zone géographique concernée.

Financière Agache et ses filiales (en dehors de LVMH et de ses propres filiales) appliquent pour leur part le Code de conduite d'Agache, société faîtière du Groupe, qui reprend lui-même les principes et règles du Code de conduite de LVMH.

La nouvelle version du Code de conduite LVMH, publiée en avril 2024, a été signée par l'ensemble des membres du Comité exécutif de LVMH. Disponible en 25 langues sur le site internet de LVMH ainsi que sur les Intranets du Groupe et de ses Maisons, il est communiqué à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, notamment lors de leur arrivée.

Il est également intégré à la formation des collaborateurs afin de promouvoir la culture éthique du Groupe et ses principes par

le biais de formations en présentiel ou au travers d'un module e-learning de sensibilisation déployé au périmètre du Groupe depuis le deuxième semestre 2024 (voir § 1.3.2 ci-après).

Les Codes de conduite s'articulent autour de trois grands chapitres : un Groupe engagé ; un employeur responsable ; un Groupe intègre.

Ils reflètent les engagements du Groupe en matière d'éthique, de responsabilité sociale et environnementale, ainsi que les récentes initiatives prises en ces matières, et renvoie aux chartes et politiques élaborées au sein du Groupe dans ces domaines.

Les Présidents des Maisons du Groupe sont responsables de la mise en œuvre de ce Code dans leurs périmètres respectifs.

#### Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux

Comme évoqué précédemment (voir section Social, § 2.2.1), le Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux de LVMH, mis à jour en septembre 2024, matérialise les exigences du Groupe à l'égard de ses partenaires (fournisseurs, prestataires de services, distributeurs, artisans, bailleurs etc.) et leurs sous-traitants. Ce Code contient notamment un chapitre relatif à l'intégrité dans la conduite des affaires dans lequel sont définis les principes suivants : lutte contre la corruption et le trafic d'influence, lutte contre le blanchiment d'argent, respect des restrictions commerciales et sanctions internationales, respect du droit de la concurrence, prévention des délits d'initiés, respect de la vie privée et protection des données personnelles, respect de la législation douanière, protection des actifs, etc. Ce Code requiert l'engagement des partenaires du Groupe à en respecter les principes et précise que ces derniers veillent également à ce que leurs propres sous-traitants et fournisseurs fassent de même. Ce Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux est déployé par l'ensemble des Maisons du Groupe.

#### Politique de lutte contre la corruption

Le Groupe a élaboré sa Charte Anticorruption publiée en avril 2024. Cette Charte rappelle la politique de « tolérance zéro » appliquée par LVMH vis-à-vis de la corruption et du trafic d'influence afin de prévenir de potentiels impacts et gérer les risques associés. Elle définit un socle de règles de conduite communes à l'ensemble des collaborateurs du Groupe en matière de prévention de la corruption. Cette Charte décrit le programme de conformité anticorruption mis en place par LVMH en application de la loi française du 9 décembre 2016, dite « Sapin 2 », afin de prévenir, détecter et maîtriser le risque de corruption (pour plus de détails, voir § 1.4 ci-après).

L'ensemble des collaborateurs des Maisons doit bénéficier d'une sensibilisation à la lutte anticorruption. Par ailleurs, les fonctions les plus exposées au risque de corruption et de trafic d'influence (instances dirigeantes, achats, architecture et *store planning*, fonctions commerciales, logistique) bénéficient de formations dédiées.

## Directives de lutte contre le blanchiment d'argent

Le Groupe définit des actions à mettre en place, dans l'ensemble des pays où il opère, afin d'éviter que ses opérations soient utilisées comme véhicule pour le blanchiment d'argent et, de manière plus générale, de prévenir l'impact négatif que le blanchiment de capitaux peut avoir sur la société. Les directives anti-blanchiment du Groupe répondent aux exigences réglementaires locales (notamment aux dispositions du Code monétaire et financier français). Elles rappellent aux Maisons l'importance de veiller au respect des seuils de paiement en espèces dans tous les pays où le Groupe opère. Par ailleurs, les Maisons doivent conduire des analyses de risques au regard des transactions et clients les plus sensibles afin de pouvoir prendre les mesures de prévention nécessaires pour adresser le risque de blanchiment d'argent.

## Politique de respect des sanctions internationales

Le Groupe s'engage partout dans le monde à respecter les sanctions internationales qui lui sont applicables. Le Groupe met en place des mesures afin de s'assurer que ses Maisons respectent les sanctions tant individuelles que sectorielles, étant précisé que la Corée du Nord, Cuba, l'Iran, la Syrie et la Russie, visés par des régimes de sanctions très stricts, font l'objet de mesures de vigilance renforcées pour s'assurer du respect des restrictions légales. Le Groupe gère ces sanctions économiques selon une approche par les risques en mettant en place les mesures suivantes :

- « *screening* » (ou criblage) afin de s'assurer que le Groupe ne traite pas avec des personnes ou entités inscrites sur des listes de gel d'avoirs ;
- clauses relatives au respect des sanctions insérées dans les contrats ;
- mesures spécifiques afin de se conformer aux contraintes liées à l'import et à l'export de produits visés par des restrictions.

Toutes ces mesures font l'objet de contrôles réguliers par les Directions du contrôle et de l'audit internes du Groupe.

## Politique de conformité au droit de la concurrence

L'engagement du Groupe au respect d'une concurrence libre et non faussée est formalisé par la Charte de conformité au droit de la concurrence de LVMH qui a pour objectif de contribuer au développement d'une véritable culture de conformité au droit de la concurrence au sein du Groupe et de prévenir ainsi les risques associés aux pratiques anticoncurrentielles. Cette Charte présente les principales règles du droit de la concurrence et définit les standards de conduite que l'ensemble des collaborateurs doit appliquer au quotidien, dans la gestion des relations avec ses partenaires commerciaux – fournisseurs, clients et concurrents.

## Politiques et procédures propres aux Maisons

La Direction Éthique & Compliance du Groupe met en place des règles et outils communs visant à faciliter la prévention, la détection et la remédiation des comportements prohibés dans les matières évoquées précédemment (à l'exception de la conformité au droit de la concurrence assurée par la direction Juridique du Groupe).

Compte tenu de la diversité des secteurs d'activités et du modèle d'organisation décentralisé de LVMH, les Maisons ont développé des politiques, procédures et outils propres à leurs contextes d'activités et risques respectifs, dans le respect du cadre fixé par les politiques du Groupe exposées précédemment.

## Dispositif d'alerte et politique de protection des lanceurs d'alertes

LVMH encourage une culture de dialogue et de communication au sein du Groupe. Tout collaborateur ou partie prenante externe ayant des questions sur l'interprétation des règles internes ou des préoccupations d'ordre éthique est invité à en faire part ou à demander conseil.

Au surplus, le Groupe a mis en place un dispositif d'alerte permettant de recueillir et examiner les signalements relatifs à des comportements illicites ou contraires à ses principes de conduite internes, avec pour objectif de protéger les lanceurs d'alerte et prévenir le potentiel impact négatif sur la société que créerait une atteinte aux droits des lanceurs d'alerte. Les signalements peuvent être effectués par tout collaborateur (actuel ou ancien) et toute partie prenante externe (notamment fournisseur, sous-traitant, etc.) du Groupe dans le monde entier.

La Politique d'alerte du Groupe décrit les canaux de signalement existant au sein des Maisons et entités du Groupe ainsi que les règles gouvernant le recueil et le traitement des signalements. Ces règles détaillent les conditions d'examen de ces signalements, de prise de mesures correctives en cas de manquement aux règles internes du Groupe et de protection des lanceurs d'alertes (conformément à la directive européenne 2019/1937 du 23 octobre 2019 relative à la protection des lanceurs d'alerte et à la loi n° 2022-401 du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte). Les Présidents de Maisons du Groupe sont responsables de la mise en œuvre de cette politique dans leur organisation.

Le dispositif d'alerte est porté à la connaissance des collaborateurs et parties prenantes externes par voie d'affichages, de communications écrites et de vidéos (voir § 1.3.2 ci-après). Le Code de conduite du Groupe comprend une partie dédiée au dispositif d'alerte. De même, le Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux signé par les partenaires du Groupe contient une section dédiée au système d'alerte LVMH qui leur est accessible ainsi qu'un renvoi, *via* un lien hypertexte, à la Politique d'alerte du Groupe.

Cette Politique d'alerte est publiée sur le site internet de LVMH et sur les intranets des Maisons. Elle est plus spécifiquement portée à la connaissance des collaborateurs du Groupe à l'occasion de communications ou actions de sensibilisation propres à chaque Maison. Le module de formation en ligne relatif au Code de conduite, destiné à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, décrit les canaux de signalement existant et permet d'accéder à la Politique d'alerte.

Le dispositif d'alerte du Groupe promeut le dialogue interne au sein des Maisons et entités du Groupe et renvoie ainsi aux référents Ressources Humaines et aux correspondants Éthique & Compliance comme canaux de signalement internes.

En complément de ces canaux internes, LVMH a mis en place un dispositif d'alerte centralisé, sécurisé et permettant l'anonymat de l'auteur du signalement : la « LVMH Alert Line ». Cette plateforme en ligne, accessible en quinze langues notamment via le site internet du Groupe (<https://www.lvmh.fr/lvmh-alert-line/>), permet le recueil et le traitement de signalements soumis de bonne foi par tout collaborateur ou partie prenante externe, visant des situations susceptibles de caractériser une violation des lois ou règlements, du Code de conduite LVMH ou des chartes et politiques du Groupe ou de ses Maisons.

Lorsque le signalement est effectué sur la LVMH Alert Line, il est reçu par la Direction Éthique & Compliance du Groupe, puis adressé au correspondant Éthique & Compliance de la Maison concernée. Par exception, afin de garantir un traitement impartial et objectif des signalements reçus, certains cas sont traités directement par le Groupe lorsque :

- le signalement vise des membres du Comité exécutif de LVMH ou des instances dirigeantes de la Maison concernée ;
- les allégations impliquent le correspondant Éthique & Compliance de la Maison, ou s'il existe un conflit d'intérêts ou une situation susceptible de compromettre son impartialité ;
- le signalement contient des allégations de représailles à la suite d'une alerte traitée par une Maison.

Le Groupe veille à ce qu'aucune mesure disciplinaire ou de représailles ne soit prise à l'encontre de l'auteur de l'alerte effectuée de bonne foi ou de toute personne lui ayant apporté son assistance :

- les ressources humaines s'assurent ainsi qu'aucune mesure de représailles n'est prise à l'encontre de l'auteur de l'alerte ;
- les personnes qui auraient commis des actes de représailles sont passibles de sanctions disciplinaires ;
- les personnes en charge de traiter les alertes sont soumises à une obligation de confidentialité (notamment via la signature d'un accord de confidentialité).

Les personnes en charge de recueillir et traiter les signalements bénéficient de formations régulières, notamment sur les principes de confidentialité et d'impartialité à respecter, ainsi que sur la nécessité de protéger les lanceurs d'alerte (voir les actions liées ci-après, § 1.3.2).

### Évaluation de la culture d'entreprise et du dispositif de conformité

La direction Éthique & Compliance du Groupe rassemble et consolide les informations relatives à l'état du déploiement du programme de conformité du Groupe au sein des Maisons par le biais d'un exercice de reporting annuel détaillé.

Par ailleurs, le référentiel de contrôle interne de LVMH intègre un socle de contrôles en matière d'éthique et conformité qui font l'objet d'évaluations en termes de design et d'efficacité par les différentes entités du Groupe. Ainsi, les dispositifs déployés par les Maisons en matière de lutte anticorruption, lutte anti-blanchiment et respect des sanctions internationales font l'objet d'un contrôle annuel dans le cadre de la démarche « ERICA » (« Enterprise Risk and Internal Control Assessment »). Ces points de contrôle incluent notamment :

- le respect du Code de conduite et de la Charte Anticorruption et leur communication aux collaborateurs des Maisons ;
- la désignation d'un correspondant Éthique & Compliance et d'un Comité Éthique & Compliance au niveau des Maisons ;
- l'existence d'une politique d'alerte, le déploiement d'actions de communication sur le dispositif d'alerte interne et la formation des personnes en charge de traiter les signalements ;
- l'existence d'une cartographie des risques de corruption ;
- l'existence de dispositifs de déclaration des conflits d'intérêts ainsi que des cadeaux et invitations ;
- l'existence d'un dispositif d'évaluation des tiers ;
- le suivi de formations anticorruption par les collaborateurs identifiés comme particulièrement exposés au risque de corruption ;
- l'existence de procédures de contrôles comptables anticorruption ;
- le respect des régimes de sanctions internationales applicables ;
- la mise en place de mesures de prévention des risques de blanchiment d'argent.

Enfin, la Direction de l'Audit interne, en charge du contrôle de troisième niveau, effectue des audits dédiés aux sujets éthique et conformité. Comme chaque année, des audits spécifiques ont ainsi été réalisés en 2024 afin de s'assurer du déploiement effectif du programme au sein des Maisons et de leurs filiales.

### 1.3.2 Actions menées par le Groupe en 2024 en lien avec sa politique d'intégrité dans la conduite des affaires

#### Formations et actions de sensibilisation

Un certain nombre d'actions de communication, sensibilisation et formation sont mises en œuvre afin de prévenir les atteintes aux diverses politiques du Groupe en matière de conduite des affaires.

À titre d'exemple, les correspondants Éthique & Compliance des Maisons, qui ont pour mission de mettre en œuvre la démarche d'éthique et d'intégrité des affaires au sein du Groupe et de diffuser ainsi cette culture au sein de leurs Maisons respectives, bénéficient d'une formation continue. Ainsi, depuis 2022, les « Académies Éthique & Compliance » réunissent les correspondants des Maisons lors de journées de formation présentiels, organisées au niveau régional, dédiées au dispositif de lutte anticorruption du Groupe et au traitement des signalements. En 2024, ces Académies ont eu lieu en avril et juin lors de trois journées réunissant respectivement les communautés des régions Europe (à Paris), Asie-Pacifique (à Shanghai) et Amérique (à New York).

Par ailleurs, chaque année, les « Compliance Days » sont l'occasion pour le Directeur Éthique & Compliance du Groupe de réunir sa communauté, de dresser le bilan de l'année passée et de fixer les objectifs pour l'année à venir. Lors de cet événement, le Directeur Éthique & Compliance invite les Maisons à échanger sur les bonnes pratiques mises en œuvre et fait intervenir des experts afin d'enrichir la culture éthique du Groupe. En 2024, cet événement a eu lieu à Paris les 13 et 14 novembre et a réuni environ 130 personnes (correspondants Éthique & Compliance et représentants des fonctions qui contribuent au déploiement du programme éthique et compliance du Groupe), en présence du Président du Comité durabilité et gouvernance du Conseil d'administration et plusieurs membres du Comité exécutif de LVMH.

Au-delà de ces rendez-vous annuels, la Direction Éthique & Compliance du Groupe rassemble son réseau de correspondants lors de sessions de travail organisées ponctuellement en fonction de l'actualité réglementaire ou interne. Enfin, la Direction Éthique & Compliance partage un ensemble de ressources (documents de synthèse, guides, partages de bonnes pratiques, outils de communication, vidéos de sensibilisation, etc.) *via* un Intranet « Éthique et Conformité » et un canal de communication dédié.

Au sein des Maisons, différentes initiatives de formation et sensibilisation sont entreprises à destination des collaborateurs, en présentiel ou sous la forme de modules en ligne, notamment à l'occasion de l'accueil des nouveaux arrivants, afin de diffuser et promouvoir la culture éthique du Groupe.

Ainsi, le module e-learning de sensibilisation aux principes du Code de conduite (évoqué plus haut) est déployé au sein des Maisons depuis le deuxième semestre 2024. Ce module s'adresse à l'ensemble des collaborateurs du Groupe et les sensibilise au respect des principes éthiques du Groupe et aux comportements à adopter pour les faire vivre au quotidien. Des liens sont faits vers les chartes et politiques internes du Groupe pour permettre aux collaborateurs de s'y référer. Ce module rappelle aux collaborateurs l'existence du dispositif d'alerte du Groupe,

en décrivant les canaux de signalement et en renvoyant vers la Politique d'alerte. Il rappelle en outre que les alertes sont traitées en toute confidentialité et de manière impartiale, et qu'aucune mesure de représailles ne sera tolérée à l'encontre des personnes ayant fait usage du dispositif de bonne foi ou des personnes les ayant aidées.

Le déploiement d'actions de sensibilisation et de formation en matière de lutte anticorruption participe également à la mise en œuvre de la politique d'intégrité du Groupe (voir § 1.4.2 ci-après).

#### Dispositif d'alerte

Le dispositif d'alerte précédemment évoqué joue un rôle important dans la mise en œuvre de la politique d'intégrité du Groupe.

Ce dispositif fait l'objet de communications régulières au sein des Maisons, notamment à l'occasion de l'accueil des nouveaux collaborateurs, dans le cadre de formations en présentiel ou par l'usage d'outils de communication tels que des affichages ou des vidéos de sensibilisation. Les collaborateurs sont en particulier informés de la manière dont ils ont accès au dispositif et du fait que le Groupe interdit toute mesure de représailles à l'encontre des lanceurs d'alerte de bonne foi.

Comme évoqué précédemment, les personnes en charge de recueillir les signalements au sein des Maisons sont formées régulièrement, notamment à l'occasion des « Académies Éthique & Compliance » organisées cette année en avril et juin à Paris, New York et Hong Kong. Ces académies ont été l'occasion de poursuivre la formation continue de 113 *compliance officers* présents sur la bonne application de la politique d'alerte du Groupe, notamment au travers d'études de cas pratiques.

Les signalements reçus sont traités conformément à la Politique d'alerte du Groupe et donnent lieu le cas échéant à des investigations conformément au droit applicable ainsi qu'à des actions correctives telles que des formations, actions de sensibilisation, rappels de règles internes, rupture de la relation d'affaires avec un partenaire du Groupe, ou encore des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement de collaborateurs. Les alertes et les actions correctives qui en résultent permettent ainsi d'enrichir les processus d'identification et de prévention des risques, dans une logique d'amélioration continue propre à la démarche éthique du Groupe.

### 1.3.3 Métriques liées

Les métriques présentées sur la partie Gouvernance ne sont pas revues par un organisme externe autre que le vérificateur des informations en matière de durabilité.

Au 31 décembre 2024, 58 218 collaborateurs des Maisons ont suivi le nouveau module e-learning relatif au Code de conduite LVMH déployé au sein des Maisons depuis le deuxième semestre 2024.

En 2024, 806 signalements ont été reçus *via* la plateforme LVMH Alert Line, dont 60 % concernaient des sujets liés aux ressources humaines. Par ailleurs, 938 signalements ont été reçus en 2024 au travers d'autres canaux d'alerte propres aux Maisons et entités du Groupe ; 66 % de ces signalements portaient sur des allégations relatives à des sujets liés aux ressources humaines. Pour plus d'informations, voir la section Social, § 1.4.1.

## 1.4 Prévention et détection de la corruption

### 1.4.1 Une politique de « tolérance zéro » en matière de corruption et trafic d'influence

LVMH adopte une politique de « tolérance zéro » en matière de corruption et trafic d'influence afin de prévenir de potentiels impacts ainsi que les risques associés. En application de la loi Sapin 2 du 9 décembre 2016, le Groupe s'est ainsi doté d'un programme de conformité anticorruption visant à prévenir et détecter tout fait de corruption ou de trafic d'influence.

Les Présidents de Maisons et leur Comité de direction sont garants de la mise en œuvre de ce programme anticorruption dans leurs périmètres respectifs et veillent à la bonne application des politiques et procédures internes propres à leur Maison.

#### Charte Anticorruption LVMH

Le Code de conduite LVMH traduit les engagements du Groupe en matière de lutte contre la corruption. La Charte Anticorruption LVMH complète le Code de conduite et constitue le cadre de référence en matière de prévention de la corruption et du trafic d'influence.

Cette Charte publiée en avril 2024 s'applique à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, partout dans le monde. Elle est disponible en 20 langues sur le site internet de LVMH ainsi que sur les intranets du Groupe et de ses Maisons. Elle est communiquée à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, notamment lors de leur arrivée, et intégrée aux règlements intérieurs.

La Charte Anticorruption invite les collaborateurs à faire preuve de vigilance dans leurs activités quotidiennes, afin d'identifier et gérer au mieux les situations susceptibles de les exposer, eux et le Groupe, à un risque de corruption. Élaborée sur la base des cartographies des risques de corruption et de trafic d'influence des Maisons, elle définit et illustre, au travers de cas concrets, les différents types de comportements à proscrire ainsi que les bons réflexes à adopter, notamment en matière de cadeaux et invitations, conflits d'intérêts, recrutement, paiement de facilitation, recours aux agents et intermédiaires, opérations de dons, mécénat et *sponsoring*.

La Charte rappelle que les collaborateurs et dirigeants du Groupe ayant enfreint les principes et règles qu'elle énonce s'exposent à des sanctions disciplinaires proportionnées à la gravité des faits, pouvant aller jusqu'au licenciement. Elle rappelle en outre la gouvernance mise en place au sein du Groupe afin d'assurer la diffusion d'une forte culture éthique.

#### Politiques et procédures de lutte anticorruption

Le Groupe émet des politiques qui sont déployées par les Maisons afin de mettre en œuvre le programme anticorruption du Groupe. On peut citer comme exemple la Politique d'alerte du Groupe qui fixe les règles de recueil et traitement des alertes tant au niveau du Groupe que par les Maisons.

Des politiques et procédures propres aux Maisons complètent les politiques Groupe : elles précisent et déclinent le contenu et la mise en œuvre des règles gouvernant chaque pilier du programme de conformité anticorruption de LVMH, sur la base des risques identifiés dans leurs propres cartographies des risques de corruption.

Notamment, en complément de la Charte Anticorruption LVMH, les Maisons ont décliné leurs propres règles et mis en place des procédures de gestion des risques liés aux conflits d'intérêts ainsi qu'en matière de cadeaux et invitations. De même, les Maisons déploient leur dispositif d'évaluation de l'intégrité des tiers afin d'identifier de potentiels risques liés à leurs fournisseurs.

En cas de non-respect des politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption, les collaborateurs encourent des sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement. Les partenaires commerciaux peuvent quant à eux voir leur relation avec le Groupe résiliée. Des actions correctives peuvent par ailleurs être mises en œuvre (par exemple, actions de sensibilisation ou de formation).

#### Cartographie des risques de corruption

Les Maisons identifient et hiérarchisent les scénarios de risque de corruption et de trafic d'influence propres à leurs activités dans le cadre d'exercices de cartographie basés sur des entretiens avec des représentants des différentes fonctions et zones géographiques. Ces cartographies font ressortir l'exposition des Maisons au risque de corruption et permettent la définition de plans d'action pour gérer les risques identifiés. Les plans d'action sont présentés aux instances dirigeantes des Maisons avec les résultats des cartographies.

Une consolidation de ces cartographies par secteurs d'activités a été réalisée en 2022. Une nouvelle consolidation interviendra à l'issue des mises à jour des cartographies des Maisons.

#### Politique de sensibilisation et de formation

Les collaborateurs du Groupe doivent bénéficier d'une sensibilisation à la lutte anticorruption.

En outre, les fonctions les plus exposées au risque de corruption et de trafic d'influence doivent bénéficier de formations dédiées adaptées à leurs activités et aux risques qui leur sont propres (voir ci-après, § 1.4.2).

#### Dispositif d'alerte anticorruption

Tout collaborateur confronté à une situation susceptible de caractériser une violation des principes énoncés dans la Charte Anticorruption de LVMH ou dans les politiques internes des Maisons est encouragé à signaler sans délai cette situation en utilisant le dispositif d'alerte du Groupe décrit précédemment (voir § 1.3.1 ci-dessus). En complément des canaux existant au sein des Maisons, la « LVMH Alert Line » permet de recueillir des signalements, émanant de collaborateurs ou de parties

prenantes externes, portant notamment sur de potentiels actes de corruption ou de trafic d'influence.

La Politique d'alerte du Groupe définit les règles de recueil et traitement des signalements. Elle requiert de mener les enquêtes dans un délai raisonnable, en toute confidentialité, avec sérieux, indépendance et de manière objective et proportionnée (voir § 1.3.1, notamment les cas traités directement par le Groupe pour garantir un traitement impartial des signalements). Des lignes directrices précisent les règles et bonnes pratiques à suivre par les personnes en charge des enquêtes. En outre, les personnes en charge de recueillir et traiter les signalements bénéficient de formations régulières, notamment sur les principes de confidentialité et d'impartialité à appliquer dans le cadre du traitement de l'alerte et sur la nécessité de protéger les lanceurs d'alerte.

La Direction Éthique & Compliance du Groupe informe le Directeur Administration Générale & Affaires Juridiques, membre du Comité exécutif, du résultat des enquêtes relatives à des allégations de corruption ou trafic d'influence. Le Conseil d'administration, via son Comité durabilité et gouvernance, est lui aussi informé du nombre de signalements reçus, des catégories les plus représentées, ainsi que du résultat des enquêtes visant des allégations de corruption.

Au sein de leurs Maisons respectives, les Présidents sont à leur tour informés des alertes sensibles, notamment celles qui comportent des allégations de corruption.

#### Contrôle et évaluation du dispositif anticorruption

LVMH contrôle régulièrement la mise en œuvre du programme de conformité anticorruption dans l'ensemble de son organisation.

Des contrôles de premier niveau sont mis en œuvre, la plupart du temps au niveau opérationnel, notamment par les managers (exemple : en matière de formation).

Comme évoqué précédemment, la démarche ERICA, pilotée par la direction du Contrôle interne, contribue très largement au contrôle de deuxième niveau et à l'évaluation du dispositif anticorruption du Groupe, via dix points de contrôle anticorruption qui font l'objet d'un contrôle annuel (voir § 1.3.1 ci-dessus).

Enfin, la Direction de l'Audit interne du Groupe, en charge des contrôles de troisième niveau, effectue des audits dédiés au programme de conformité anticorruption au sein des Maisons du Groupe.

### 1.4.2 Actions mises en œuvre dans le cadre de la politique anticorruption du Groupe

Afin de prévenir les risques de corruption et d'apprendre aux collaborateurs à les détecter, différentes initiatives de sensibilisation sont entreprises au sein du Groupe sous la forme de modules en ligne ou en présentiel, notamment à l'occasion de l'accueil des nouveaux collaborateurs.

En complément des actions de sensibilisation mises en œuvre par les Maisons, un module e-learning de sensibilisation à la lutte anticorruption a été développé par le Groupe. La nouvelle version de ce module est déployée au sein des Maisons depuis le second semestre 2024. Ce nouveau module accompagne la Charte Anticorruption du Groupe : il définit les différentes formes de la corruption et présente les sanctions disciplinaires et pénales encourues. Il souligne le rôle de chacun et illustre les comportements à adopter ou éviter au travers de cas pratiques et mises en situations dans le contexte des activités du Groupe.

Par ailleurs, les Maisons développent des formations obligatoires dédiées à certaines fonctions les plus exposées aux risques de corruption et de trafic d'influence. Ces formations approfondies sont déployées par les Maisons sur la base de leurs cartographies des risques afin de former les collaborateurs de ces fonctions exposées à reconnaître les situations à risques selon leurs activités, notamment en s'appuyant sur des cas pratiques personnalisés. Ces formations dédiées font référence au dispositif anticorruption, reprennent la définition de la corruption et ses différentes formes, les sanctions encourues, les comportements à adopter face aux situations à risques propres à leurs activités.

Ainsi, en 2024, les Maisons ont formé plusieurs de leurs fonctions à risque au travers de formations personnalisées, dispensées en présentiel ou par visio-conférence. En outre, comme l'ensemble des collaborateurs, 100% des fonctions à risque sont couverts par l'obligation de suivre une formation de sensibilisation à la lutte anticorruption (par le biais du module e-learning Groupe ou d'une initiative équivalente des Maisons).

Les membres du Conseil d'administration comme ceux du Comité exécutif de LVMH sont régulièrement sensibilisés aux enjeux de lutte anticorruption et informés du déploiement du programme de conformité anticorruption au sein du Groupe. En outre, ils ont été invités à suivre les modules e-learning dédiés au Code de conduite LVMH et à la lutte contre la corruption.

Enfin, comme évoqué précédemment, les personnes en charge de recueillir les signalements au sein des Maisons sont formées afin de traiter et enquêter sur les allégations de corruption en toute confidentialité et impartialité.

### 1.4.3 Métriques liées

Au 31 décembre 2024, 36 235 collaborateurs des Maisons ont suivi le nouveau module e-learning anticorruption du Groupe déployé depuis le second semestre 2024. Par ailleurs, 30 589 collaborateurs ont été formés à la lutte anticorruption sur la base d'autres modules ou formations en présentiel propres aux Maisons.

En 2024, aucune condamnation n'a été prononcée à l'égard des Maisons du Groupe pour infraction à la législation sur la lutte contre la corruption.

## 1.5 Une attention particulière à la lutte contre les contrefaçons

### 1.5.1 Une politique de protection et de défense des droits de propriété intellectuelle du Groupe

Le Groupe attache une importance particulière à la valorisation, à la protection et à la défense de ses droits de propriété intellectuelle, qui constituent des actifs stratégiques essentiels.

La politique de propriété intellectuelle appliquée à l'ensemble du groupe LVMH repose notamment sur les principes suivants :

- **protection et défense des droits de propriété intellectuelle** : le Groupe et ses Maisons veillent à protéger activement l'ensemble de leurs créations et actifs de propriété intellectuelle en procédant notamment à des dépôts de marques, de dessins et modèles, de copyrights et de brevets, en France et à travers le monde. LVMH et ses Maisons défendent activement lesdits droits dans le cadre de procédures administratives et judiciaires et veillent également à ce que leurs secrets de fabrication soient protégés grâce à la mise en place de mesures de confidentialité (par exemple à travers la signature d'accords de confidentialité avec leurs employés, ses partenaires et fournisseurs), afin de garantir que les informations sensibles ne soient pas divulguées ou exploitées de manière inappropriée ;
- **lutte contre la contrefaçon** : le Groupe mène une politique active de lutte contre la contrefaçon qui vise à protéger la réputation et à défendre les droits de propriété intellectuelle des Maisons du Groupe, mais aussi à protéger les consommateurs, qui sont également victimes de la contrefaçon, parfois même au péril de leur santé. Le Groupe et ses Maisons collaborent dans le monde entier, directement et au moyen d'un réseau d'enquêteurs privés et d'avocats, avec les autorités publiques compétentes, et les acteurs du monde digital (par exemple différentes plateformes de e-commerce pour améliorer la protection des droits de propriété intellectuelle du Groupe et combattre la publicité et la vente en ligne des produits contrefaits), et mènent une politique de sensibilisation afin de présenter les conséquences néfastes de la contrefaçon, y compris avec les associations faitières tel que l'Unifab ;
- **lutte contre la distribution parallèle** : LVMH lutte contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèle, notamment par le développement de la traçabilité de certains de ses produits, permettant ainsi de suivre lesdits articles depuis leur fabrication jusqu'à leur vente finale. Cette traçabilité permet de détecter et de prévenir les détournements vers des circuits de distribution non autorisés. Grâce à ces efforts concertés, le Groupe protège non seulement ses marques, mais aussi les consommateurs, en leur assurant l'authenticité et la qualité des produits qu'ils achètent.

Cette politique, appliquée avec rigueur et cohérence au sein de toutes les Maisons du Groupe, constitue un gage de confiance pour les clients et pour les partenaires du Groupe. Elle témoigne de son engagement à long terme envers la créativité, l'innovation et l'excellence, valeurs fondamentales du Groupe.

Au niveau de la holding, la politique liée à la propriété intellectuelle est portée par la direction Juridique qui reporte au Directeur Administration Générale & Affaires Juridiques, membre du Comité exécutif de LVMH. Les sujets couverts vont de la gestion des portefeuilles de droits de propriété intellectuelle (protection des droits de propriété intellectuelle et dépôts associés), à la gestion des contentieux et précontentieux et à la matière contractuelle (rédaction de licences, de cessions, d'accords de coexistence, etc.). La Direction de la Propriété Intellectuelle du Groupe s'appuie sur un réseau de conseils juridiques (conseils en propriété industrielle et avocats) dans le monde entier et interagit régulièrement avec les directions de la propriété intellectuelle des Maisons. Au niveau des Maisons, et lorsque la Maison concernée dispose de tels juristes ou d'une direction dédiée, la politique de propriété intellectuelle est menée directement par ces derniers qui gèrent la défense des droits de propriété intellectuelle de leur Maison dans le monde entier. Pour certaines Maisons, la direction de la propriété intellectuelle reporte directement au Président de la Maison.

En complément, la Direction Lutte Anti-contrefaçon de la holding se consacre à la prévention et à la répression des atteintes aux droits de propriété intellectuelle des Maisons ne disposant pas d'une direction dédiée. Elle met en œuvre la politique et les opérations de lutte contre la contrefaçon et le marché gris, tant sur les marchés *offline* que sur les marchés *online*. Son action mondiale vise à démanteler les réseaux criminels qui portent atteinte aux droits de propriété intellectuelle et à la réputation des marques. Elle met en œuvre des actions de surveillance, de renseignement et de coopération avec les autorités locales compétentes. Cette Direction travaille en synergie avec la Direction de la Propriété Intellectuelle pour assurer une protection complète et efficace des actifs immatériels.

Pour les Maisons disposant d'un département dédié, les actions de lutte anti-contrefaçon sont gérées directement par lesdites Maisons, tant au niveau local que mondial, en cohérence et coordination avec la Direction Lutte Anti-contrefaçon.

Par ailleurs, la Direction des Brevets et des Partenariats Technologiques du Groupe, sous la responsabilité de son Directeur, conseille les Maisons qui le souhaitent, tant en matière de contrats de recherche que de dépôts de brevets. Les actions menées par ses experts (ingénieur brevet, juriste contrat R&D) avec l'aide d'un réseau de conseils juridiques (conseils en brevets et avocats) visent à protéger les innovations technologiques et à sécuriser les investissements du Groupe consentis en matière de recherche et de développement au travers d'accords de partenariat avec des acteurs privés ou issus de la recherche publique.

## 1.5.2 Actions et ressources liées

Pour le groupe LVMH, les actions et ressources liées à la politique de propriété intellectuelle sont cruciales et couvrent un large spectre d'activités.

En ce qui concerne les actions :

- **identification et évaluation des actifs** : chaque Maison du Groupe est soucieuse d'identifier et d'évaluer ses actifs de propriété intellectuelle (brevets, marques, dessins et modèles, secrets de fabrication, savoir-faire, etc.) pour implémenter une stratégie de protection et de défense adaptée desdits actifs. Cela implique un travail en étroite collaboration avec les équipes créatives, opérationnelles, techniques et marketing de chaque Maison ;
- **protection juridique** : lorsque cela est jugé pertinent, le Groupe et les Maisons mènent une politique d'enregistrement de marques, de dessins et modèles, de copyrights et de brevets dans les juridictions clés ;
- **gestion des portefeuilles de droit de propriété intellectuelle** : le Groupe et ses Maisons gèrent quotidiennement leurs portefeuilles mondiaux de droits de propriété intellectuelle, en lien avec les conseils en propriété intellectuelle, ce qui permet de centraliser les informations, de suivre les échéances, d'optimiser les coûts et de maximiser la valeur des actifs ;
- **défense des droits** : mise en place de procédures pour surveiller les atteintes aux droits de propriété intellectuelle (contrefaçon, concurrence déloyale, etc.) et engagement des actions appropriées pour les défendre (par exemple via un système de veille des dépôts de marques effectués par les tiers au niveau mondial). Le Groupe et les Maisons collaborent étroitement pour ce faire avec des cabinets d'avocats spécialisés, des conseils en propriété intellectuelle et des experts en investigation, en plus des actions menées par leurs équipes internes ;
- **contrats liés à la propriété intellectuelle** : les juristes spécialisés du Groupe, ainsi que les juristes des Maisons disposant d'une direction dédiée à la propriété intellectuelle, œuvrent à la rédaction, la négociation et la gestion de l'ensemble des contrats relatifs aux droits de propriété intellectuelle (tels que les contrats de licence, de cession, de collaboration, de transfert de technologie, de créations, d'égéries, etc.), en veillant à la protection des intérêts du Groupe et des Maisons ;
- **lutte anti-contrefaçon** : mise en œuvre d'une stratégie proactive de lutte anti-contrefaçon, incluant (i) des actions de surveillance en ligne et sur le terrain (équipes spécialisées pour surveiller les ventes en ligne et les points de vente physiques), (ii) des saisies de produits contrefaisants opérées par les autorités publiques compétentes (en collaboration avec les autorités douanières et policières internationales, le Groupe et les Maisons possédant une direction dédiée organisent des opérations visant à intercepter les produits

contrefaisants avant qu'ils n'atteignent le marché et à les en retirer lorsqu'ils s'y trouvent), (iii) des actions en justice et des poursuites initiées à l'encontre des vendeurs en gros ou au détail, des fabricants et des distributeurs de produits contrefaits, physiques ou digitaux, (iv) des campagnes de sensibilisation et de formation auprès des autorités douanières et des forces de l'ordre ;

- **collaboration et partenariats** : LVMH et les Maisons disposant d'une direction dédiée à la propriété intellectuelle collaborent avec les autorités publiques, les organisations professionnelles (APRAM, Unifab, Union des Marques, etc.) et les autres acteurs du secteur du luxe (FHCM, FEBEA, etc.) pour promouvoir la protection de la propriété intellectuelle et lutter contre la contrefaçon ;
- **formations internes et groupes de travail** : la Direction de la Propriété Intellectuelle du Groupe organise régulièrement des formations et des sessions de travail avec les juristes spécialisés des Maisons pour évoquer les sujets d'actualité et les évolutions réglementaires, législatives et jurisprudentielles.

En ce qui concerne les ressources :

- **équipes juridiques spécialisées** : le Groupe et certaines de ses Maisons disposent de juristes experts en propriété intellectuelle, en droit des marques, en droit des brevets, en droit des dessins et modèles, en droit d'auteurs, et en droit de la concurrence déloyale et parasitaire ;
- **experts en lutte anti-contrefaçon** : les équipes dédiées au sein du Groupe ainsi qu'au sein de certaines Maisons travaillent étroitement avec les autorités publiques, avec des réseaux d'enquêteurs privés et d'avocats actifs dans 75 pays, ainsi que des agences spécialisées dans la surveillance en ligne ;
- **budget dédié** : un budget important est alloué à la protection et à la défense des droits de la propriété intellectuelle au niveau du Groupe et au sein des Maisons concernées, couvrant les frais de dépôt, de *clearance*, d'actions administratives et judiciaires, les honoraires d'avocats et de conseils en propriété intellectuelle associés, ainsi que les coûts d'investigation ;
- **réseau de partenaires externes** : LVMH et ses Maisons collaborent étroitement et disposent d'un réseau mondial de cabinets d'avocats spécialisés, de conseils en propriété industrielle et d'experts en matière de lutte contre la contrefaçon.

## 1.5.3 Métriques liées

En 2024, la Direction Lutte Anti-contrefaçon a mené 15 615 actions en lutte anti-contrefaçon (saisies douanières ou menées par les autorités compétentes locales), menant à la saisie de plus de 9,2 millions produits contrefaisants à travers le monde.

Concernant la lutte anti-contrefaçon en ligne, plus de 2,42 millions de contenus illicites ont été retirés à la suite des notifications de la Direction Lutte Anti-contrefaçon.

## 1.6 Une démarche d'évaluation et d'accompagnement des fournisseurs

LVMH anime de longue date une démarche globale d'évaluation et d'accompagnement de ses fournisseurs, fondée sur une quête commune d'excellence.

### 1.6.1 Description de la politique

Le groupe LVMH et ses Maisons entretiennent des relations étroites avec leurs fournisseurs et en particulier avec ceux qui sont stratégiques pour la réalisation des activités du Groupe. Les processus peuvent varier en fonction de la nature de la relation : monopolistique, exclusive, long terme, concurrentielle, startup ou PME.

La politique de responsabilité du Groupe intègre le respect sur l'ensemble des chaînes de valeur du Groupe du Code de conduite Fournisseurs et Partenaires commerciaux, décrit précédemment. Cette politique est sous la responsabilité de Jean-Jacques Guiony, Membre du Comité exécutif de LVMH et Directeur financier du Groupe.

Cette politique s'inscrit par ailleurs pleinement dans la démarche de vigilance du Groupe, présentée à la section Plan de vigilance du présent document (2. Gouvernance, 3. Présentation de la méthodologie de cartographie des risques, 5. Suivi et pilotage).

Garantir des chaînes de valeur responsables et transparentes, c'est encourager le déploiement de systèmes de management environnemental des fournisseurs et partenaires commerciaux selon des standards internationaux reconnus. Le Groupe encourage la mise en place d'initiatives communes en matière environnementale avec ses compétiteurs, pour agir en catalyseur d'effet positif pour l'ensemble de son écosystème, en accentuant la coopération avec les fournisseurs et les acteurs du marché.

Le Groupe prend appui sur sa politique de certification formalisée dès 2016.

Le Comité Achats Responsables, qui rassemble les responsables des achats des Maisons et de certaines filières d'approvisionnement stratégiques, veille particulièrement au respect des engagements environnementaux et de ceux liés aux droits humains.

LVMH attache une grande importance à ce que ses fournisseurs, partenaires commerciaux, ainsi que leurs sous-traitants, partagent avec les Maisons du Groupe un ensemble de règles, pratiques et principes communs en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection de l'environnement.

Aussi, chaque Maison du Groupe demande à ses fournisseurs et partenaires commerciaux de respecter les principes qui figurent dans ce Code de conduite Fournisseurs et Partenaires commerciaux et de veiller au respect de ces principes par leurs propres fournisseurs et sous-traitants.

Publié pour la première fois en 2008, ce Code a à nouveau été mis à jour en 2024 pour refléter le renforcement des engagements du Groupe en matière de responsabilité sociale et environnementale, d'éthique et d'intégrité des affaires.

Afin de réduire l'impact carbone, d'instaurer des pratiques agricoles bénéfiques pour les écosystèmes, d'assurer des pratiques responsables chez les fournisseurs du Groupe, il faut priori-

tairement connaître les chaînes de valeur des matériaux qui composent ses produits. La traçabilité dite « amont » est donc un prérequis à l'identification des filières et des acteurs d'une même chaîne de valeur.

### 1.6.2 Actions et ressources mobilisées

Ces politiques fournisseurs et de traçabilité sont formalisées au travers d'actions spécifiques d'évaluation fournisseurs.

#### Un processus Achats formalisé

Le processus le plus habituel est de démarrer toute consultation par une demande d'information (Request for Information) auprès de fournisseurs pouvant potentiellement répondre aux demandes du Groupe. Cette étape peut comporter des questions sur la santé financière, les actions en termes de développement durable, la maîtrise de leurs propres chaînes de valeurs, la conformité aux exigences légales du pays concerné, la réputation en termes d'éthique des dirigeants... En fonction de la nature des achats, un questionnaire dédié à la protection des données personnelles doit être rempli.

À la suite de cette étape, un appel d'offre (Request for Quotation) est transmis aux fournisseurs retenus. Une grille d'évaluation des réponses peut être mise en place en fonction de la récurrence de la consultation, des enjeux stratégiques et financiers mis en œuvre ou encore du niveau de maturité que LVMH ou les Maisons ont sur cette catégorie d'achat.

Les offres sont évaluées au regard de leur propension à répondre aux exigences mentionnées dans le cahier des charges. Une fois le choix du fournisseur fait, la formalisation d'un accord écrit est mise en place et signée par les deux parties. En fonction de seuils définis par Maison un contrat revu par la direction Juridique est mis en place.

Une fois le contrat en place, les Départements en lien avec le fournisseur mettent en place de façon régulière (trimestre, semestre ou annuel) une revue d'activité. Celle-ci permet de reprendre les différentes dimensions contractuelles et d'en vérifier leur bonne application : respect de délais, de la qualité, des coûts mais aussi des engagements en termes de respect des exigences éthiques, sociales et environnementales.

De longue date, LVMH a fait de l'accompagnement de ses fournisseurs un axe stratégique, afin de maintenir avec eux des relations durables mues par une même quête d'excellence.

Compte tenu de la variété de ses activités et de son empreinte géographique mondiale, le Groupe adapte son approche à la diversité des situations rencontrées. Ainsi, sa démarche de vigilance s'appuie sur les cartographies réalisées par les Maisons et sur une cartographie globale. Les risques analysés reflètent ses engagements en matière de droits humains, d'environnement et de lutte contre la corruption.

Cette démarche repose également sur la prise en compte précise des éléments suivants :

- l'identification des zones les plus à risques réalisée grâce à l'exercice de cartographie des risques sociaux et environnementaux des fournisseurs directs par type d'activités ;
- les audits de sites des fournisseurs du Groupe de rang 1 et au-delà, permettant de vérifier sur le terrain la mise en œuvre correcte des exigences du Groupe ainsi que le déploiement de programmes de remédiation en cas de non-conformité ;
- les actions d'accompagnement et de formation des fournisseurs ;
- la participation active à des initiatives sectorielles sur les filières à risques.

LVMH travaille également avec certains de ses fournisseurs sur des dimensions d'innovations. Celles-ci peuvent être liées à la mise en place de nouveaux produits, de process industriels ayant un impact favorable sur l'environnement ou le social, sur de nouvelles technologies qui permettent de réduire les temps de mise en production. Ce travail en commun avec les fournisseurs du Groupe peut se faire grâce à une implication des équipes de ses Maisons : R&D, Technique, Industrielle, Environnement pour des approches de développement durable, Finance pour aide à la recherche d'aides en matière de financement, Achats pour des engagements business qui peuvent permettre de sécuriser un investissement.

### Traçabilité des fournisseurs

LVMH mène de nombreuses actions pour garantir une meilleure traçabilité de ses produits. Cela passe par l'identification et la certification des acteurs, à chaque étape de la chaîne de valeur : la traçabilité et le mapping des filières d'approvisionnement fait l'objet d'un plan d'action dédié (voir section Environnement, § 5.2.2).

Les Maisons mettent en œuvre des mesures de diligence raisonnable et mènent des audits de vérification sur les sites de production de leurs Fournisseurs et Partenaires Commerciaux, afin de s'assurer qu'ils répondent aux exigences du Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux de LVMH. À ce titre, la sous-traitance des missions confiées par les Maisons du Groupe est par principe interdite. Une exception à ce principe n'est possible qu'en cas d'autorisation expresse, préalable et écrite de la Maison concernée. En tout état de cause, toute sous-traitance éventuelle implique la garantie du respect des exigences du Groupe, telles que décrites dans le Code. Tout fournisseur ou partenaire exceptionnellement autorisé à sous-traiter les missions qui lui sont confiées par le Groupe est ainsi garant du respect de ces exigences, sans préjudice des mesures de contrôle que le Groupe se réserve le droit de prendre. Toute non-conformité avec les exigences du Code ou de non-respect des mesures précitées doivent être corrigés sans délai, au risque d'entraîner la suspension ou l'arrêt immédiat de la relation commerciale avec le fournisseur ou partenaire en question.

Les Maisons travaillent avec leurs Fournisseurs et Partenaires commerciaux dans une logique collaborative et participative en les accompagnant dans le déploiement des audits et des éventuels plans de remédiation.

### Approvisionnement responsable auprès des fournisseurs

LVMH participe à soutenir les programmes de certification via l'achat de matières certifiées et encourage de ce fait ses fournisseurs à s'engager dans des démarches de certification sociales et environnementales, qu'elles concernent les matières premières ou leurs sites de production.

### Accompagnement des fournisseurs dans leur transition environnementale

LVMH place également au cœur de sa démarche d'achats responsables la formation de ses collaborateurs et de ses fournisseurs. S'appuyant sur des plans transition existant d'ores et déjà chez ses principaux fournisseurs et dans ses Maisons, le Groupe a lancé une initiative dédiée proposant un nouveau programme d'actions, **LIFE 360 Business Partners**, annoncé lors du LIFE 360 Summit de décembre 2023 à l'UNESCO.

Avec ce programme, le Groupe se met en capacité d'accompagner ses fournisseurs dans la réduction de leur empreinte carbone, eau et biodiversité.

Ce nouveau programme d'action repose sur trois axes :

- **le dialogue** : organisation de « Sustainability Partners Day » au niveau pertinent (Groupe, Branche, Maisons) permettant d'échanger sur les trajectoires environnementales, sur les bonnes pratiques à partager et de créer des synergies éventuelles au sein d'un même secteur d'activités ;
- **le partage des connaissances** : le Groupe a d'ores et déjà décidé d'ouvrir son catalogue de formation à ses fournisseurs, tout en travaillant au partage de veille réglementaire et d'expertises ;
- **l'harmonisation** : LVMH s'engage à œuvrer, au sein des Fédérations professionnelles sectorielles à harmoniser la collecte de données environnementale (process, outils) et les audits des tiers partenaires du Groupe.

Pour mettre en œuvre ce programme, LVMH a défini une méthodologie :

- identification aux niveaux Maisons/Branches/Groupe des 20/80 (20% des fournisseurs représentant 80% de l'impact environnemental) dans les catégories directes et indirectes ;
- mise en place de « rendez-vous » avec ces fournisseurs afin de comprendre leurs niveaux de maturité (niveaux 1, 2 et 3) et surtout d'identifier leurs besoins/attentes pour agir ;

- animation des communautés Business Partners au niveau pertinent (Maisons-branches-Groupes par catégories d'achats) afin de favoriser le dialogue et engager de futures initiatives sectorielles;
- accompagnement des fournisseurs dans la construction de leurs plans de transition, entre autres; en leur proposant un catalogue de solutions adapté à leur taille et maturité.

Ce programme est coanimé entre les directions Environnement et Achats du groupe LVMH. Il repose sur une gouvernance multi-activités afin de rendre concrète la démarche qui se réunit toutes les six semaines. À date, le programme couvre neuf catégories d'achats (Textiles, Plastique, Verre, Pièces métalliques, Cuirs, Packaging, Transport, Marketing, Magasins) dans les branches d'activité Mode et Maroquinerie, Vins et Spiritueux, Parfums et Cosmétiques et intègre une soixantaine de fournisseurs.

Ce programme permet de favoriser les bonnes pratiques et d'engager de nouvelles initiatives sectorielles entre acteurs/fournisseurs.

Ce programme a vocation à évoluer selon les besoins des partenaires de LVMH. Sur 2024, les fournisseurs ont pu exprimer leurs attentes en matière de transition via des échanges et questionnaires dédiés. Des groupes de travail favoriseront également le dialogue entre pairs. Le Groupe partagera également avec ses fournisseurs ses connaissances et programmes de formation environnementale, ainsi que sa veille réglementaire.

### 1.6.3 Objectifs associés

Afin de donner un cadre à l'engagement attendu par le groupe LVMH envers ses fournisseurs et partenaires commerciaux, chaque Maison du Groupe leur demande de respecter les principes qui figurent dans le Code de conduite Fournisseurs et Partenaires commerciaux et de veiller au respect de ces principes par leurs propres fournisseurs et sous-traitants.

La traçabilité des chaînes d'approvisionnement amont est aussi un axe important de la démarche d'évaluation et d'engagement des fournisseurs. Un objectif de traçabilité fait partie du programme LIFE 360 : 100% des filières d'approvisionnements stratégiques du Groupe intègrent des systèmes de traçabilité dédiés d'ici 2030. Cet objectif vise à assurer un bon niveau de visibilité des acteurs de la transformation des matières premières stratégiques du Groupe. Ce processus de traçabilité permet ainsi aux Maisons de mieux connaître les étapes de la chaîne d'approvisionnement impliquant des risques (notamment éthiques, environnementaux et sociaux).

Dans le cadre du programme LIFE 360 Business partners, et ce afin de répondre aux enjeux de réduction du scope 3 du Groupe, deux objectifs vont être suivis :

- D'ici à 2030, favoriser l'intégration de clauses ESG dans les contrats afin d'inciter au déploiement de systèmes de management environnemental selon des standards internationaux reconnus. Cet objectif doit permettre au Groupe de garantir contractuellement la définition et mise en action de plans de transition environnementaux pour nos principaux partenaires.
- Et, engager la sensibilisation des partenaires commerciaux du Groupe via des «Sustainability partners day» organisés au niveau des Maisons, des Divisions et du Groupe et en leur donnant accès à des formations environnementales. La sensibilisation est un moyen d'accompagner et de promouvoir les bonnes pratiques pour garantir une conduite du changement pérenne et vertueuse. Ce programme permettra également d'échanger entre pairs et de mettre en avant les bonnes pratiques par typologie d'activités. Le suivi de ces objectifs reflète l'engagement pris par le groupe de mettre à la disposition des fournisseurs et partenaires commerciaux connaissances et expertises de transition environnementale.

Comme énoncé précédemment (voir section Social, § 2. Travailleurs de la chaîne de valeur), LVMH attache une grande importance à ce que ses fournisseurs, partenaires commerciaux, ainsi que leurs sous-traitants, partagent avec les Maisons du Groupe un ensemble de règles, pratiques et principes communs en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection de l'environnement, conformément au Code de conduite Fournisseurs et Partenaires commerciaux.

Il est à ce titre essentiel de contrôler le respect de ces principes à travers la réalisation d'audits sociaux et environnementaux des fournisseurs de rang 1 et au-delà, afin de vérifier la mise en œuvre effective des exigences du Groupe.

L'ensemble des objectifs liés à la démarche d'évaluation et d'engagement des fournisseurs est aussi corrélé aux objectifs de préservation de la biodiversité (objectif de certification des matières premières) et aux objectifs sur le Climat (réduction des émissions de gaz à effet de serre du scope 3).

Ces objectifs s'inscrivent par ailleurs pleinement dans la démarche de vigilance du Groupe, présentée dans la section Plan de vigilance du présent document (2. Gouvernance, 3. Présentation de la méthodologie de cartographie des risques, 5. Suivi et pilotage).

## 1.7 Bien-être animal

Le bien-être animal est un enjeu matériel pour le groupe LVMH qui peut présenter un risque d'atteinte à l'image du Groupe en cas de controverse.

### 1.7.1 Description de la politique liée

Le Groupe et ses Maisons ont la volonté de déployer une approche holistique en abordant à niveau égal des critères de bien-être animal, de préservation des écosystèmes ainsi qu'éthiques et sociaux. Pour le Groupe, chacun de ces objectifs est important, et l'intention est de maximiser chacun de ces critères sans compromettre les autres. Ce sujet est sous la responsabilité d'Antoine Arnault, Image & Environnement, LVMH et Administrateur du Groupe.

Une grande liberté de choix de matières est volontairement laissée aux créateurs afin de leur permettre d'exprimer leur talent. Cela contribue à renforcer la richesse et la diversité de l'offre des Maisons. Certains des designers du Groupe préfèrent se passer de matières d'origine animale ; d'autres les apprécient et ont à cœur de perpétuer les savoir-faire associés qui font vivre des communautés entières. Dans tous les cas, qu'il s'agisse de fourrures, de cuirs ou de laines, le Groupe a la volonté d'offrir à ses clients des produits de haute qualité, issus de filières responsables et éthiques.

L'engagement du Groupe pour le respect du bien-être animal est ancré dans sa politique Environnement depuis plusieurs années. En 2016, le Groupe a co-écrit avec l'organisation à but non-lucratif Business Social Responsibility une charte concernant le respect de la bienveillance animale : les *Animal Sourcing Principles*. Cette charte indique, entre autres, que LVMH s'appuie sur une approche scientifique, s'engage à ne pas s'approvisionner en espèces menacées d'extinction et à respecter les standards de l'Organisation Mondiale de la Santé Animale (OMSA) et ses cinq libertés fondamentales pour la bienveillance animale :

- ne pas souffrir de la faim ou de la soif ;
- ne pas souffrir d'inconfort ;
- ne pas souffrir de douleurs, de blessures ou de maladies ;
- pouvoir exprimer les comportements naturels propres à son espèce ;
- ne pas éprouver de peur ou de détresse.

En 2019, LVMH a présenté une Charte d'Engagement relative à l'approvisionnement des matières animales qui fixe les exigences et les engagements du Groupe pour l'approvisionnement en fourrures, cuirs, cuirs exotiques, laines et plumes. La Charte couvre des critères que doivent respecter les fournisseurs de ses Maisons, notamment en matière de traçabilité des matières et des conditions d'élevage. Bien que la branche Mode et Maroquinerie du Groupe soit a priori la plus concernée par les enjeux liés au bien-être animal, les Maisons d'autres branches d'activités ayant des collections réalisées à partir de matières premières animales sont aussi invitées à appliquer les principes de cette Charte d'Engagement.

Afin d'accélérer le déploiement des engagements de la Charte, le Groupe continue à travailler au quotidien sur la définition de critères toujours plus exigeants. L'évaluation scientifique des critères de bien-être animal est au cœur de la démarche du Groupe qui collabore en ce sens avec des organismes indépendants, des institutions et des universitaires.

Ces engagements sont répartis en trois catégories :

- la traçabilité des chaînes d'approvisionnement ;
- les conditions d'élevage et de piégeage des animaux ;
- le respect des populations locales, de l'environnement et de la biodiversité.

En matière de Parfums et Cosmétiques, le groupe LVMH ne teste ni ses produits ni les ingrédients utilisés dans ses cosmétiques sur les animaux. Cette politique est appliquée depuis 1989, bien avant l'interdiction en la matière imposée par le règlement européen relatif aux produits cosmétiques.

### 1.7.2 Actions et ressources mobilisées

Pour déployer ces engagements, le Groupe s'appuie notamment sur des certifications délivrées par des organismes indépendants, en majorité développées au sein d'initiatives multi-parties prenantes, telles que : Responsible Wool standard (RWS), Furmark, Responsible Down Standard (RDS), Downpass, Traceable Down Standard (TDS), Standard for Responsible Crocodilian Production (SRCP), International Crocodile Farm Association Standard (ICFA), Lizard Procurement and Processing Standard (LPPS), Responsible Reptile Sourcing Standard (RRSS), South African Ostrich Business Chamber Standard (SAOBC).

À travers LVMH Métiers d'Art, le Groupe a intégré des fermes d'alligators et de crocodiles afin d'assurer un contrôle sur les pratiques d'élevage et d'appliquer des systèmes de production les plus avancés en matière de respect du bien-être animal.

C'est dans ce cadre que le Groupe a développé en 2018 le premier standard de production responsable des crocodiliens (SRCP – Standard for Responsible Crocodilian Production), co-construit entre experts scientifiques, parties prenantes de la filière crocodilienne et gestionnaires de standards. Le SRCP comprend 231 critères, dont 116 sont dédiés au bien-être animal, adaptés à l'espèce et basés sur les cinq libertés fondamentales de l'OMSA. Le standard est bâti sur une logique d'amélioration continue et basée sur des prérequis scientifiquement fondés. Tirant son origine des « Best Management Principles » formalisés par le Groupe des Spécialistes de Crocodiles (GSC) de la Commission de la Survie des Espèces de l'Union Internationale de Conservation de la Nature (UICN CSE GSC), le standard, respectant les principes de l'ISO 17067 (norme internationale

permettant de comprendre, développer, exploiter ou maintenir des programmes de certification), est mis à jour à minima tous les trois ans. Pour ce faire, le Groupe s'appuie sur la littérature scientifique revue par des pairs et la réalisation de projets de recherche. Aux États-Unis, une ferme pilote a été créée en 2017 et sert de mise en application des protocoles de recherche permettant d'améliorer la bien-être des alligators tout en respectant les principes des Comités Ethiques constitués pour chaque projet de recherche.

Depuis 2018, le Groupe est également membre fondateur de l'initiative multipartite de conservation des reptiles (IMARC – International Multi-stakeholder Association for Reptile Conservation), anciennement SARCA (South Asian Reptiles Conservation Alliance). L'Association regroupe les acteurs de l'industrie des cuirs exotiques, des chercheurs scientifiques, les États producteurs, et des Organisations Intergouvernementales et Conventions dédiées à la conservation (UICN, CITES) et a pour mission :

- d'assurer le bien-être animal,
- de perpétuer les moyens de subsistance des communautés locales,
- d'assurer le respect de l'environnement et des personnes, la conservation des espèces et un commerce licite.

IMARC a développé le RRSS (Responsible Reptile Sourcing Standard/Standard d'Approvisionnement Responsable des peaux de Reptiles), construit par des experts scientifiques et des acteurs de la filière, et revu par des parties prenantes externes, y compris des organisations non gouvernementales telles que TRAFFIC et WWF lors de sessions de consultation, en alignement avec les principes de l'ISEAL. Les membres travaillent activement à rendre le standard certifiant, à développer et proposer des formations des pratiques responsables requises par le RRSS auprès des acteurs locaux, et à améliorer la recherche sur l'utilisation durable de ces ressources.

Le groupe LVMH, avec d'autres marques de l'univers du luxe, participe à l'initiative collective «Cuir de Veau Français Responsable» (CVFR). Initiée en 2020, la démarche vise à mutualiser et à déployer des audits de vérification du bien-être animal sur l'ensemble de la filière de production de cuir de veaux français en collaboration avec les acteurs de la filière veau

en France, et à soutenir ces derniers dans l'amélioration des conditions de vie de l'animal et des personnes, avec la mise à disposition de programmes de formation et d'investissement. Le dialogue constructif entre marques et acteurs de la filière, animé et coordonné par l'association Imagin'Rural, a permis à date une adoption progressive de la démarche et l'adhésion de plusieurs intégrateurs représentant près de 60% des élevages de veau français.

En 2024, 124 audits ont été réalisés au sein de la démarche CVFR, élevant le nombre à 492 exploitants ayant bénéficié d'un audit de Tierce Partie réalisés sur la base du Protocole d'audit<sup>(1)</sup> commun construit par l'ensemble des membres de l'initiative, des experts vétérinaires et l'Idèle (Institut de l'Élevage), représentant près de 20% des élevages de veaux français, depuis le début de l'initiative. Les efforts de formation et les premiers soutiens à l'investissement déployés en 2024 ont permis d'atteindre 90% d'audits avec un résultat satisfaisant.

Sur cette question du bien-être animal, LVMH s'engage également à contribuer à la recherche via la mise en place de projets pilotes et de projets de recherche évalués par un Comité scientifique. Cette instance composée d'experts indépendants, externes au Groupe, regroupant différentes expertises (éthologique, anthropologique, agronomique, vétérinaire, biologiste, d'action humanitaire ou encore juridique) se réunit deux fois par an. Il a pour objet d'éclairer les enjeux et de définir les actions à mettre en œuvre dans le cadre de la démarche d'approvisionnement responsable de matières animales du Groupe.

En parallèle, le Groupe a soutenu la création du One Welfare and Sustainability Centre (OWSC), hébergé en 2024 par la Ohio State University et relié à un réseau d'universités dans le monde. Ce centre développe la recherche sur les différentes dimensions du concept «One Welfare» pour les espèces nouvellement utilisées et la formation des générations futures de vétérinaires. Il illustre parfaitement l'engagement du groupe LVMH en faveur de la progression des savoirs en matière de bien-être animal.

### 1.7.3 Objectifs associés

Voir section Environnement, LIFE 360 Biodiversité § 5.2.3 : les objectifs associés au respect du bien-être animal y sont détaillés.

(1) Le protocole d'audit du CVFR est construit sur le principe des 5 libertés (absence d'inconfort, absence de faim et de soif, absence de maladie, absence de stress et de peur, comportements appropriés), recouvre 63 points à vérifier et notamment des points liés à l'observation des veaux.

## 1.7.4 Indicateurs et résultats

Voir section Environnement, LIFE 360 Biodiversité § 5.2.4. Ci-dessous, le focus est effectué sur les matières premières animales :

### Certification des filières stratégiques animales : résultats en 2024

Indicateurs	Performance 2024	Performance 2023	Objectif 2026
<b>Mode et Maroquinerie</b>			
Fourrure certifiée (vison et renard) <i>(en pourcentage de peaux provenant de fermes certifiées par l'un des standards reconnus par le programme Furmark)</i>	99,7 %	99,5 %	100 %
Laine de moutons (mérinos et autres races) et cachemire certifiée <i>(en pourcentage de laine provenant de fermes certifiées RWS, ZQ, Authentico, New Merino, Sustainawool, Nativa, SFA)</i>	56 %	32 %	100 %
Certification de la totalité des fermes de crocodiliens approvisionnant la tannerie du Groupe <i>(en pourcentage de peaux de crocodiliens provenant de fermes certifiées SRCP ou ICFA)</i>	100 %	100 %	100 %
Plumes & duvet certifiés <i>(en pourcentage de plumes et duvet provenant de fermes certifiées par l'un des standards RDS, Downpass ou TDS)</i>	82 %	18 %	100 %

### Traçabilité des filières stratégiques animales : résultats en 2024

Indicateurs <i>(en pourcentage des quantités achetées en 2023)</i>	Performance 2024	Performance 2023
Cuir ovins et bovins – connaissance du pays d'origine	97,7 %	96 %
Cuir exotiques – connaissance du pays d'abattage	99,3 %	99,9 %
Fourrures – connaissance du pays d'élevage ou de la trappe	100 %	99,9 %
Laines (mouton mérinos et autres races, et cachemire) – connaissance du pays d'élevage	88 %	88 %
Plumes & duvet – connaissance du pays d'origine	75 %	28 %

# Rapport de durabilité

Rapport de certification  
des informations en matière de durabilité  
et de Taxonomie environnementale

# Rapport de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 de Financière Agache

À l'Assemblée générale,

Le présent rapport est émis en notre qualité de Commissaire aux comptes de la société **Financière Agache SA** (ci-après la « Société »). Il porte sur les informations en matière de durabilité et les informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2024 et incluses dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du Groupe (ci-après le « Rapport de durabilité »).

En application de l'article L. 233-28-4 du Code de commerce, la Société est tenue d'inclure les informations précitées au sein d'une section distincte de son rapport sur la gestion du Groupe. Ces informations ont été établies dans un contexte de première application des articles précités caractérisé par des incertitudes sur l'interprétation des textes, le recours à des estimations, l'absence de pratiques et de cadre établis notamment pour l'analyse de double matérialité ainsi que par un dispositif de contrôle interne évolutif. Elles permettent de comprendre les impacts de l'activité du Groupe sur les enjeux de durabilité, ainsi que la manière dont ces enjeux influent sur l'évolution de ses affaires, de ses résultats et de sa situation. Les enjeux de durabilité comprennent les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernement d'entreprise.

En application du II de l'article L. 821-54 du code précité notre mission consiste à mettre en œuvre les travaux nécessaires à l'émission d'un avis, exprimant une assurance limitée, portant sur :

- la conformité aux normes d'information en matière de durabilité adoptées en vertu de l'article 29 ter de la directive (UE) 2013/34 du Parlement européen et du Conseil du 14 décembre 2022 (ci-après ESRS pour « *European Sustainability Reporting Standards* ») du processus mis en œuvre par la Société pour déterminer les informations publiées ;
- la conformité des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité avec les exigences de l'article L. 233-28-4 du Code de commerce, y compris avec les ESRS ; et
- le respect des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852.

L'exercice de cette mission est réalisé en conformité avec les règles déontologiques, y compris d'indépendance, et les règles de qualité prescrites par le Code de commerce.

Il est également régi par les lignes directrices de la Haute Autorité de l'Audit « *Mission de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852* ».

Dans les trois parties distinctes du rapport qui suivent, nous présentons, pour chacun des axes de notre mission, la nature des vérifications que nous avons opérées, les conclusions que nous en avons tirées, et, à l'appui de ces conclusions, le cas échéant, les éléments qui ont fait l'objet, de notre part, d'une attention particulière et les diligences que nous avons mises en œuvre au titre de ces éléments. Nous attirons votre attention sur le fait que nous n'exprimons pas de conclusion sur ces éléments pris isolément et qu'il convient de considérer que les diligences explicitées s'inscrivent dans le contexte global de la formation des conclusions émises sur chacun des trois axes de notre mission.

Enfin, lorsqu'il nous semble nécessaire d'attirer votre attention sur une ou plusieurs informations en matière de durabilité fournies par la Société dans son rapport sur la gestion du Groupe, nous formulons un paragraphe d'observations.

## Limites de notre mission

Notre mission ayant pour objectif d'exprimer une assurance limitée, la nature (choix des techniques de contrôle) des travaux, leur étendue (amplitude), et leur durée, sont moindres que ceux nécessaires à l'obtention d'une assurance raisonnable.

En outre, cette mission ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de la Société, notamment à porter une appréciation, qui dépasserait la conformité aux prescriptions d'information des ESRS sur la pertinence des choix opérés par la Société en termes de plans d'action, de cibles, de politiques, d'analyses de scénarios et de plans de transition.

Elle permet cependant d'exprimer des conclusions concernant le processus de détermination des informations en matière de durabilité publiées, les informations elles-mêmes, et les informations publiées en application de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, quant à l'absence d'identification ou, au contraire, l'identification, d'erreurs, omissions ou incohérences d'une importance telle qu'elles seraient susceptibles d'influencer les décisions que pourraient prendre les lecteurs des informations objet de nos vérifications.

Notre mission ne porte pas sur les éventuelles données comparatives.

## I. Conformité aux ESRS du processus mis en œuvre par la Société pour déterminer les informations publiées

### Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier que :

- le processus défini et mis en œuvre par la Société lui a permis, conformément aux ESRS, d'identifier et d'évaluer ses impacts, risques et opportunités liés aux enjeux de durabilité, et d'identifier ceux de ces impacts, risques et opportunités matériels qui ont conduit à la publication des informations en matière de durabilité dans la section Rapport de durabilité du rapport sur la gestion Groupe, et
- les informations fournies sur ce processus sont également conformes aux ESRS.

### Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions ou incohérences importantes concernant la conformité du processus mis en œuvre par la Société avec les ESRS.

### Éléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS du processus mis en œuvre par la Société pour déterminer les informations publiées.

Les informations relatives à l'identification des parties prenantes et des impacts, risques et opportunités ainsi qu'à l'évaluation de la matérialité d'impact et à la matérialité financière sont mentionnées dans la Note 4.1 de la section Informations générales du Rapport de durabilité.

#### *Concernant l'identification des parties prenantes*

Nous avons pris connaissance de l'analyse réalisée par l'entité pour identifier les parties prenantes affectées et les utilisateurs de l'état de durabilité.

Nous nous sommes entretenus avec la direction et les personnes concernées afin d'apprécier la cohérence des principales parties prenantes identifiées par la Société avec la nature de ses différentes activités et ses implantations géographiques, en tenant compte de sa chaîne de valeur.

### *Concernant l'identification des impacts, risques et opportunités*

Nous avons pris connaissance du processus mis en œuvre par l'entité concernant l'identification des impacts (négatifs ou positifs), risques et opportunités (« IRO »), réels ou potentiels, en lien avec les enjeux de durabilité mentionnés dans le paragraphe AR 16 des « Exigences d'application » de la norme ESRS 1, incluant notamment la description de leur répartition dans les activités propres et la chaîne de valeur, le dialogue mis en œuvre, le cas échéant, avec les parties prenantes, et apprécié la cohérence de cette analyse avec notre connaissance de l'entité.

Nous avons également apprécié l'exhaustivité des activités comprises dans le périmètre retenu pour l'identification des IRO.

En particulier, nous avons :

- apprécié l'approche descendante utilisée par l'entité pour recueillir les informations au titre des filiales ;
- apprécié la cohérence des impacts, risques et opportunités réels et potentiels identifiés par l'entité avec les analyses sectorielles disponibles ;
- apprécié la cohérence des impacts, risques et opportunités actuels et potentiels identifiés par l'entité, notamment ceux qui lui sont spécifiques, car non couverts ou insuffisamment couverts par les normes ESRS avec notre connaissance de l'entité ;
- apprécié le caractère approprié de la description donnée dans la Note 4.1.1 de la section Informations générales du Rapport de durabilité.

### *Concernant l'évaluation de la matérialité d'impact et de la matérialité financière*

Nous avons pris connaissance, par entretien avec la direction et inspection de la documentation disponible, du processus d'évaluation de la matérialité d'impact et de la matérialité financière mis en œuvre par l'entité, et apprécié sa conformité au regard des critères définis par ESRS 1.

Nous avons notamment apprécié la façon dont l'entité a établi et appliqué les critères de matérialité de l'information définis par la norme ESRS 1, y compris relatifs à la fixation de seuils, et l'intégration d'un coefficient de pondération pour prendre en considération l'amélioration ou l'aggravation des impacts à long terme dans l'évaluation, pour déterminer les informations matérielles publiées :

- au titre des indicateurs relatifs aux IRO matériels identifiés conformément aux normes ESRS thématiques concernées ;
- au titre des informations spécifiques à l'entité.

## **II. Conformité des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité avec les exigences de l'article L. 233-28-4 du Code de commerce, y compris avec les ESRS**

### **Nature des vérifications opérées**

Nos travaux ont consisté à vérifier que, conformément aux prescriptions légales et réglementaires, y compris aux ESRS :

- les renseignements fournis permettent de comprendre les modalités de préparation et de gouvernance des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité, y compris les modalités de détermination des informations relatives à la chaîne de valeur et les exemptions de divulgation retenues ;
- la présentation de ces informations en garantit la lisibilité et la compréhensibilité ;
- le périmètre retenu par la Société relativement à ces informations est approprié ; et
- sur la base d'une sélection, fondée sur notre analyse des risques de non-conformité des informations fournies et des attentes de leurs utilisateurs, que ces informations ne présentent pas d'erreurs, omissions, incohérences importantes, c'est-à-dire susceptibles d'influencer le jugement ou les décisions des utilisateurs de ces informations.

## Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions, incohérences importantes concernant la conformité des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité, avec les exigences de l'article L. 233-28-4 du Code de commerce, y compris avec les ESRS.

## Observation

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur les bases de préparation du Rapport de durabilité qui présentent dans la Note 1.1 de la section Informations générales, les limites inhérentes à ce premier exercice d'application.

## Éléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

### *Informations fournies en application des normes relatives aux exigences générales et aux informations générales à publier (ESRS 1 et ESRS 2)*

Les informations relatives aux exigences générales et aux informations générales à publier (ESRS 1 et ESRS 2) sont mentionnées au chapitre Informations générales du Rapport de durabilité.

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS des informations publiées au titre des exigences générales et des informations générales à publier (ESRS 1 et ESRS 2).

Nos diligences ont notamment consisté à :

- apprécier le caractère acceptable des exclusions relatives aux acquisitions de l'exercice, telles que présentées dans la Note 1.1 « Base de préparation » de la section Informations générales du Rapport de durabilité ;
- apprécier la pertinence de la granularité à laquelle les analyses ont été menées compte tenu de la diversité des activités du Groupe.

### *Informations fournies en application des normes environnementales (ESRS E1 à E5)*

Les informations publiées au titre du changement climatique (ESRS E1) sont mentionnées au chapitre 2. Changement climatique (Life 360 Climat) de la section Environnement du Rapport de durabilité.

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS de ces informations. Nos diligences ont notamment consisté à :

- apprécier, sur la base des entretiens menés avec la direction ou les personnes concernées, en particulier, la direction « Développement Environnement », si la description des politiques, actions et cibles mises en place par l'entité couvre les domaines suivants : atténuation du changement climatique, adaptation au changement climatique, efficacité énergétique, énergies renouvelables et la sobriété ;
- apprécier le caractère approprié de l'information présentée dans la Note 2.1.1 « Méthodologie de l'analyse des impacts, risques et opportunités » de la section Environnement du Rapport de durabilité et sa cohérence d'ensemble avec notre connaissance de l'entité.

En ce qui concerne les informations publiées au titre des émissions GES liées au scope 1, 2 et 3 :

- nous avons pris connaissance du protocole d'établissement de l'inventaire des émissions de gaz à effet de serre utilisé par l'entité pour établir le bilan d'émissions de gaz à effet de serre et vérifié sa correcte application, en particulier pour ce qui concerne les inclusions et exclusions des catégories du scope 3, la collecte d'informations, les facteurs d'émission utilisés et le calcul des conversions afférentes ainsi que les hypothèses de calcul et d'extrapolation ;
- nous nous sommes entretenus avec la direction pour comprendre les principaux changements dans le périmètre de collecte des données liées à certaines catégories d'activités, intervenus dans l'exercice, et susceptibles d'avoir une incidence sur la détermination des émissions GES scope 3.
- pour les données physiques (telles que les achats de matières premières et les certificats associés), nous avons rapproché, sur la base de sondages, les données sous-jacentes servant au calcul des émissions GES scope 1, 2 et 3 avec les pièces justificatives ;
- en ce qui concerne les estimations que nous avons jugé structurantes auxquelles l'entité a eu recours, pour l'élaboration des émissions GES scope 1, 2 et 3, nous avons apprécié si les méthodes ont été appliquées de manière cohérente.

### III. Respect des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852

#### Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier le processus mis en œuvre par la Société pour déterminer le caractère éligible et aligné des activités des entités comprises dans la consolidation.

Ils ont également consisté à vérifier les informations publiées en application de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, ce qui implique la vérification :

- de la conformité aux règles de présentation de ces informations qui en garantissent la lisibilité et la compréhensibilité ;
- sur la base d'une sélection, de l'absence d'erreurs, omissions, incohérences importantes dans les informations fournies, c'est-à-dire susceptibles d'influencer le jugement ou les décisions des utilisateurs de ces informations.

#### Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions, incohérences importantes concernant le respect des exigences de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852

#### Éléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Nous avons déterminé qu'il n'y avait pas de tels éléments à communiquer dans notre rapport.

Paris, le 11 avril 2025

Le Commissaire aux comptes

Deloitte & Associés

Guillaume Troussicot  
Commissaire aux comptes

# Plan de vigilance

<b>1.</b>	<b>Introduction</b>	<b>248</b>
<b>2.</b>	<b>Gouvernance</b>	<b>248</b>
2.1	Présentation .....	248
2.2	Comité Devoir de Vigilance Groupe .....	249
2.3	Direction Devoir de Vigilance .....	249
<b>3.</b>	<b>Présentation de la méthodologie de cartographie des risques</b>	<b>250</b>
3.1	Contexte et objectif de la cartographie des risques .....	250
3.2	Présentation de l'approche méthodologique .....	250
<b>4.</b>	<b>Risques et plans d'action associés</b>	<b>254</b>
<b>5.</b>	<b>Suivi et pilotage</b>	<b>258</b>
5.1	Démarche continue d'évaluation et d'accompagnement des Partenaires du Groupe .....	258
5.2	Actions de renforcement ciblées .....	258
<b>6.</b>	<b>Dispositif d'alerte</b>	<b>259</b>
<b>7.</b>	<b>Indicateurs et résultats</b>	<b>260</b>

Compte tenu du niveau de détention de LVMH SE par le groupe Financière Agache, la mise en œuvre de la démarche de vigilance incombe à LVMH et ses Maisons qui rassemblent par ailleurs toutes les activités opérationnelles et emploient l'intégralité des effectifs du Groupe.

## 1. Introduction

Le Plan de vigilance de LVMH (le « **Plan** » ci-après) s'inscrit pleinement dans la stratégie du Groupe de viser à créer des produits et des expériences à la fois désirables et durables, et traduit son ambition de se conformer aux exigences de la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

Le Plan présente ainsi successivement :

- la gouvernance de la démarche de vigilance du Groupe ;
- la méthodologie de cartographie des risques liés au devoir de vigilance ;
- les plans d'action associés aux risques ;
- le suivi et le pilotage de la démarche de vigilance ;
- le dispositif d'alerte.

## 2. Gouvernance

### 2.1 Présentation

En 2024, LVMH a renforcé le pilotage de sa démarche de vigilance à travers la mise en place d'une gouvernance dédiée impliquant tous les niveaux du Groupe, du Conseil d'administration aux communautés opérationnelles en Maisons, ainsi qu'une nouvelle direction exclusivement dédiée au devoir de vigilance.

Au sein du Conseil d'administration, le **Comité durabilité et gouvernance**, dont la composition et les missions sont décrites dans le Rapport de durabilité (voir le *Rapport de durabilité – Gouvernance*, § 1.1 Une gouvernance dédiée aux questions de conduite des affaires), veille au respect des valeurs individuelles et collectives sur lesquelles le Groupe fonde son action. À ce titre, il s'assure du suivi du fonctionnement des dispositifs d'alerte mis en place au sein du Groupe et de la mise en place et du suivi des dispositifs relatifs au devoir de vigilance et de respect des droits humains.

**Comité exécutif** : le Président-directeur général et le Comité exécutif de LVMH portent les engagements du Groupe en matière d'éthique et de responsabilité sociale et environnementale. La direction Devoir de Vigilance rapporte à ce titre directement au Directeur Administration Générale & Affaires Juridiques, membre du Comité exécutif de LVMH.

Conformément aux exigences de la Directive sur l'état de durabilité des entreprises (« **CSRD** » ci-après), LVMH publie pour la première année un Rapport de durabilité dont certaines thématiques sont connexes à celles du Plan, en particulier celles relatives à l'identification, prévention et atténuation des atteintes aux droits humains, à la santé et à la sécurité ainsi qu'à l'environnement. Le Plan n'ayant pas vocation à dupliquer le contenu du Rapport de durabilité, des renvois vers ce dernier sont effectués lorsque cela est pertinent, conformément à l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

À ce titre, le terme « chaîne d'activité », utilisé dans le Plan en référence à la Directive Européenne sur le Devoir de Vigilance des Entreprises (« **CS3D** » ci-après) est équivalent au terme « chaîne de valeur » utilisé dans le Rapport de durabilité.

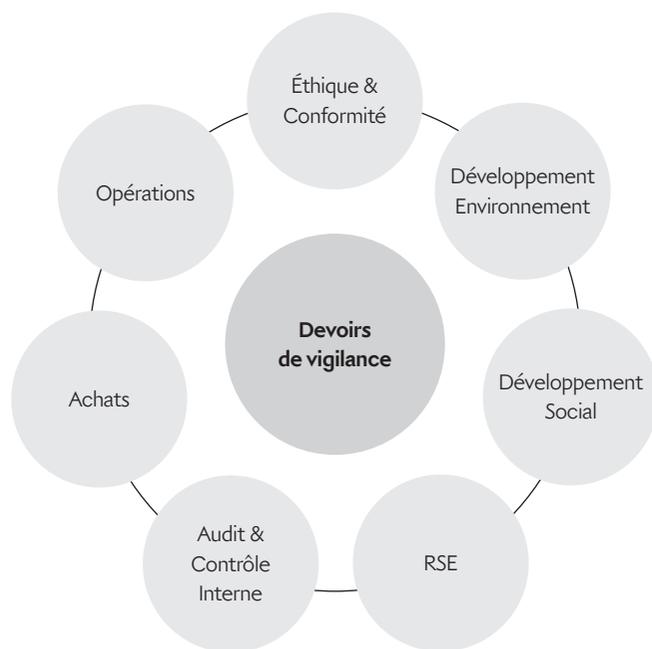
**Comité Devoir de Vigilance Groupe** : piloté par la direction Devoir de Vigilance, ce comité est composé des principales directions du Groupe impliquées sur les thématiques du devoir de vigilance, et donc sur la mise à jour et le déploiement effectif du plan de vigilance de LVMH.

**Comités Devoir de Vigilance des Maisons** : afin d'assurer le déploiement effectif de la démarche de vigilance de LVMH à tous les niveaux du Groupe, des Comités Devoir de Vigilance ont été créés au sein de la majorité des Maisons du Groupe. Ces comités, également composés des fonctions impliquées sur les thématiques du devoir de vigilance, supervisent le déploiement de la démarche de vigilance.

**Communautés opérationnelles** : La démarche de vigilance de LVMH s'appuie sur plusieurs communautés de correspondants au sein des Maisons et des Branches, le cas échéant, lesquelles contribuent pleinement à son déploiement à travers leurs activités respectives.

Des coordinateurs de cette démarche de vigilance ont été nommés au sein de chaque Maison. Ces coordinateurs sont en lien direct avec la direction Devoir de Vigilance de LVMH et ont la charge du déploiement des initiatives du Groupe au sein de leur Maison, en coordination avec l'ensemble des fonctions composant leur Comité Devoir de Vigilance, dont ils sont également membres.

## 2.2 Comité Devoir de Vigilance Groupe



Le Comité Devoir de Vigilance de LVMH a pour mission de veiller à la mise en œuvre et au suivi du plan de vigilance du Groupe conformément à ses valeurs et engagements, ainsi qu'aux exigences légales et réglementaires.

Afin de mener à bien cette mission, ce comité, piloté par la direction Devoir de Vigilance, est composé de directeurs expérimentés représentant les principales fonctions impliquées dans les thématiques du devoir de vigilance :

- Développement Environnement ;
- Opérations ;
- Achats ;
- RSE ;
- Développement Social ;
- Audit et Contrôle Interne ;
- Éthique et Conformité.

## 2.3 Direction Devoir de Vigilance

La démarche de vigilance du groupe LVMH est coordonnée par la direction Devoir de Vigilance de LVMH.

Cette direction est dirigée par un directeur expérimenté ayant occupé diverses fonctions à responsabilité au sein du Groupe et en Maison. Le directeur Devoir de Vigilance rend régulièrement compte de l'action de sa direction au Comité Durabilité et

La mission du comité s'articule autour des axes suivants :

### Identification et Évaluation des Risques :

- identifier et évaluer les risques en matière de droits humains, de santé et sécurité des personnes, et d'environnement, liés aux activités du Groupe et de ses fournisseurs et partenaires commerciaux (les « **Partenaires** » ci-après) ;
- mettre en place des processus de surveillance et d'évaluation continue pour anticiper et prévenir les risques.

### Mise en Œuvre des Actions Préventives et Correctives :

- élaborer et superviser des mesures préventives et correctives adaptées pour atténuer les risques identifiés ;
- assurer le déploiement de ces mesures au sein de toutes les entités du Groupe et de sa chaîne d'activités.

### Suivi et Reporting :

- assurer un suivi rigoureux des actions mises en place et de leur efficacité ;
- rendre compte régulièrement aux instances dirigeantes du Groupe des avancées et des résultats obtenus.

### Formation et Sensibilisation :

- développer et déployer des programmes de formation et de sensibilisation pour les collaborateurs du Groupe, afin de renforcer la culture de vigilance et de responsabilité.

### Dialogue et Collaboration :

- favoriser le dialogue avec les parties prenantes internes et externes, y compris les collaborateurs et organisations syndicales, les Partenaires, les ONG et les communautés locales ;
- encourager la collaboration pour développer des pratiques exemplaires et des solutions innovantes en matière de vigilance.

Gouvernance. En 2024, il est intervenu trois fois devant ce Comité.

La création de cette direction s'est suivie du recrutement d'une équipe dédiée composée à ce stade de quatre collaborateurs à temps plein basés en France et en Italie et placée sous la responsabilité du directeur Devoir de Vigilance.

### 3. Présentation de la méthodologie de cartographie des risques

#### 3.1 Contexte et objectif de la cartographie des risques

La cartographie des risques a pour objectif d'identifier et de prioriser les risques saillants sur les droits humains et l'environnement liés aux activités du Groupe et de ses chaînes d'activités.

Des outils et supports d'analyse des risques avaient déjà été déployés dès 2017 au niveau du Groupe et des Maisons. Dans une perspective d'amélioration continue de la démarche de vigilance du Groupe, un projet de révision, d'harmonisation et de renforcement significatif de ces éléments d'analyses a été mené en 2024.

Ce projet a été piloté par le Comité Devoir de Vigilance Groupe et a permis de fournir un cadre et des outils d'analyse communs à l'ensemble des Maisons et à leurs Comités Devoir de Vigilance respectifs.

La méthodologie déployée dans le cadre de ce projet se fonde sur les principaux référentiels internationalement reconnus en matière de devoir de vigilance, et notamment :

- les Principes directeurs de l'Organisation des Nations Unies (ONU) relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme (PDNU) ;
- les Principes directeurs de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) à l'intention des entreprises et multinationales.

L'intégration de ces cadres d'analyse est alignée à la philosophie de la loi française sur le devoir de vigilance des sociétés mères et donneuses d'ordre de 2017 et aux récentes décisions associées, et permet également d'intégrer à l'approche les exigences réglementaires européennes, en particulier les Directives CS3D et CSRD.

Conformément à ces exigences, il est à noter que la cartographie des risques a été réalisée à un niveau de risque théorique, dit brut, c'est-à-dire que l'analyse des risques ne prend pas en considération la mise en œuvre de plans d'action existants dédiés au pilotage des risques, et leur hiérarchisation n'est pas fondée sur la maîtrise de ces risques.

Dans une perspective d'itération et d'amélioration continue propre aux logiques du devoir de vigilance, cette cartographie des risques fera l'objet de mises à jour fréquentes, notamment en cas de survenance d'événement susceptibles d'en altérer les résultats de manière substantielle, par exemple : accès à de nouvelles informations, acquisition de nouvelles activités, déploiement d'activité sur de nouvelles zones géographiques, événement sociétal majeur, évolutions réglementaires, etc.

En tout état de cause, ces mises à jour interviendront a minima annuellement à l'occasion de la publication du plan de vigilance.

#### 3.2 Présentation de l'approche méthodologique

##### 3.2.1 Segmentation et modélisation de onze chaînes d'activités

La segmentation et la modélisation des activités constituent la première composante clef de la grille d'analyse des risques, les facteurs de risques variant à chaque étape des chaînes d'activités du Groupe et de ses Maisons.

Pour construire cette grille d'analyse, le Groupe a mené un travail de segmentation des activités de ses Maisons, et une classification en onze catégories d'activités principales :

1. Mode et prêt-à-porter ;
2. Maroquinerie ;
3. Montres ;
4. Joaillerie ;
5. Parfums et cosmétiques ;
6. Vins et spiritueux ;
7. Distribution sélective ;
8. Restaurants et pâtisseries ;
9. Hospitalité, tourisme de luxe, et parcs ;
10. Médias ;
11. Construction de yacht.

Pour chaque chaîne d'activités, une segmentation des principales étapes clefs a été réalisée, s'inspirant notamment des approches d'analyse de cycle de vie des produits/services, et de modélisation de processus opérationnels.

À titre d'illustration, la segmentation des principales étapes clés de la chaîne d'activités relative à la joaillerie est décrite ci-dessous :

- Extraction et production des matières premières ;
- Préparation de la production ;
- Transport et logistique ;
- Fabrication et assemblage des composants ;
- Production des emballages (boîtes) ;
- Production des achats indirects ;
- Conception, développement, marketing et fonctions support ;
- Transport des matériaux précieux ;
- Vente ;
- Consommation ;
- Traitement des déchets.

La segmentation de chaque chaîne d'activités a été réalisée selon l'existence de spécificités propices à la matérialisation des risques. Ces spécificités peuvent notamment se traduire par l'existence de partenaires économiques issus de certains secteurs ou de procédés de fabrication spécifiques, etc. Une description de chaque étape clé a également été renseignée, précisant les points d'attention à intégrer à l'analyse.

Enfin, un travail d'identification des métiers vulnérables, c'est-à-dire particulièrement exposés aux risques identifiés, a été réalisé pour chaque étape de la chaîne d'activités, ainsi qu'une liste de pays nécessitant une attention particulière.

### 3.2.2 Nomenclature des risques

La définition d'une nomenclature des risques adaptée aux activités de LVMH est décisive pour guider la cartographie des risques, et l'intégrer à une grille d'analyse correspondant aux spécificités du Groupe et de ses Maisons.

Pour construire cette nomenclature, un travail de recherche et de recensement des différentes catégories de risques a été

mené, ciblant notamment celles définies par les référentiels internationaux de droit souple, notamment :

- le Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques (PIDCP) ;
- le Pacte International relatif aux Droits Économiques, Sociaux et Culturels (PIDESC) ;
- les Conventions Fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ;
- les Conventions Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques (CCNUCC) et celle sur la Diversité Biologique (CDB), etc.

La nomenclature des risques a été structurée autour des détenteurs de droits et parties prenantes potentiellement affectées par les risques, soit autour de cinq catégories :

- Travailleurs ;
- Communautés affectées ;
- Consommateurs ;
- Environnement ;
- Animaux.

Chaque sous-catégorie de risques a elle-même été sous-segmentée en vingt-cinq sous-catégories, de la façon suivante :

Catégorie des risques	Sous-catégorie de risques	
<b>Travailleurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sécurité de l'emploi</li> <li>- Temps de travail</li> <li>- Salaire décent</li> <li>- Libertés syndicales, de rassemblement et d'association</li> <li>- Santé et sécurité</li> <li>- Formation et développement des compétences</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Égalité de traitement et d'opportunités</li> <li>- Travail des enfants</li> <li>- Travail forcé</li> <li>- Accès à un logement et à des infrastructures décentes</li> <li>- Vie privée et familiale</li> </ul>
<b>Communautés affectées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conditions de vie des communautés</li> <li>- Déplacement des communautés et accaparement des terres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sûreté et implication dans des conflits armés</li> <li>- Atteinte à la culture et appropriation culturelle</li> </ul>
<b>Consommateurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès à l'information et pluralisme des médias</li> <li>- Pratiques marketing et information produit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vie privée</li> <li>- Santé et sécurité</li> <li>- Non-discrimination</li> </ul>
<b>Environnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Changement climatique</li> <li>- Pollution de l'eau, de l'air, des sols et déchets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilisation des ressources naturelles (dont l'eau)</li> <li>- Biodiversité et écosystèmes</li> </ul>
<b>Animaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bien-être animal</li> </ul>	

En outre, pour chaque sous-catégorie de risque, un travail de définition fondé sur le cadre de droit souple a été réalisé pour :

- identifier les principaux droits menacés ;
- identifier les principaux référentiels internationaux définissant et protégeant ces droits et libertés fondamentaux ;
- identifier les détenteurs de droits vulnérables, dans le sens de particulièrement exposés aux risques ;
- proposer des éléments de définition pour chaque sous-catégorie de risques.

### 3.2.3 Méthodologie d'évaluation des risques à chaque étape de la chaîne d'activités

La mise en perspective des chaînes d'activités modélisées (cf. A.) et de la nomenclature des risques (cf. B.) a permis au Groupe d'établir onze grilles d'analyse à double entrée, une pour chaque chaîne d'activités. Ce double filtre est nécessaire à l'identification des « domaines de vigilance prioritaires », ou autrement dit, à l'identification de risques saillants dans la chaîne d'activités.

Une fois ces grilles définies, l'analyse des risques par étape des différentes chaînes d'activités a nécessité de mettre en place des critères d'évaluation des risques communs et opposables, que le Groupe a construit en s'inspirant des référentiels internationaux (Principes directeurs des Nations Unies et de l'OCDE) et du cadre réglementaire en cours de déploiement au niveau européen (Directives CSRD et CS3D, etc.).

Dans ce contexte, deux familles de critères « structurants » ont été retenus pour réaliser l'analyse des risques à chaque étape :

- La sévérité des risques (via la prise en compte de l'ampleur, de la portée, et de l'irrémediabilité) ;
- La probabilité d'occurrence des risques.

#### Analyse de la sévérité et de l'irrémediabilité des risques

En l'absence de référentiel commun au niveau réglementaire, le Groupe a choisi de s'appuyer sur certains référentiels et accords internationaux concernant la violation des droits humains, permettant de hiérarchiser les sous-catégories suivant leur sévérité.

L'identification des catégories de risques les plus graves s'est notamment fondée sur :

- La déclaration de l'OIT relative aux Principes et Droits Fondamentaux au Travail (2022) ;
- La décision du Conseil de l'Union européenne du 7 décembre 2020 définissant les formes graves de violations des droits humains.

Cette analyse a permis de classifier les sous catégories de risques suivant trois niveaux :

- Les sous-catégories de risques « très sévères et irrémediables » ;
- Les sous-catégories de risques « sévères et potentiellement remédiables » ;
- Les sous-catégories de risques « moins sévères et remédiables ».

À noter que conformément aux Principes directeurs de l'ONU et de l'OCDE, les critères de sévérité et de probabilité sont « prioritaires » dans l'évaluation des risques, et déterminent fortement l'évaluation finale des risques.

#### Identification des facteurs de risques contribuant à l'évaluation de la portée et de la probabilité d'occurrence des risques

L'analyse de la portée et de la probabilité des risques a été réalisée à partir de l'identification et la consolidation d'un faisceau d'indices fondés sur plusieurs critères, aussi appelés « facteurs de risques ». Cette analyse a également pour objectif de hiérarchiser les risques selon les critères de portée et de probabilité.

#### Facteurs de risques « géographiques » ou « pays »

L'analyse des facteurs de risques liés à la localisation des activités vise à identifier les risques fortement liés aux réglementations nationales en vigueur, ou à des pratiques existantes au niveau national.

Des listes de pays où les droits fondamentaux sont faiblement protégés par la réglementation nationale et où les risques sont particulièrement fréquents ont été établies pour chaque sous-catégorie de risques. Ces listes de pays résultent du croisement de plusieurs bases de données et référentiel de place (exemples : Index Verisk Maplecroft, Labour Rights Index, The Indigenous World, ACLED Conflict Index, etc.).

#### Facteurs de risques « sectoriels »

L'analyse des facteurs de risques sectoriels vise à identifier les secteurs où des pratiques nécessitant une attention particulière existent d'un point de vue systémique, quelle que soit la localisation dans le monde.

Ces facteurs de risques sectoriels sont variés (ex : modèle économique, pratiques commerciales, procédé de production, existence de nombreuses parties prenantes, ; etc.) et ont été précisés pour chaque étape de la chaîne d'activités concernée.

Les facteurs de risques sectoriels ont été identifiés via la réalisation d'entretiens et d'ateliers avec les représentants métiers internes, une analyse de controverses, une analyse bibliographique de sources de référence (incluant l'analyse de parties prenantes expertes ou représentant des communautés potentiellement affectées), et l'appui d'un cabinet spécialisé sur l'analyse de risques liés à l'environnement et aux droits humains.

À noter qu'un point d'attention particulier a été porté sur la liste de secteurs répertoriés dans la proposition initiale de la Directive CS3D, qui identifiait une liste de secteurs présents dans les chaînes d'activités du Groupe, notamment la fabrication de textiles, d'article en cuir et de produits connexes, l'agriculture, etc.

#### Facteurs de risques liés aux « matières premières »

L'analyse des facteurs de risques liés aux matières premières a été réalisée conjointement à l'analyse des risques sectoriels, et a permis de commencer à identifier des familles de matière premières et d'achats particulièrement prioritaires pour le Groupe.

Le recensement de ces matières premières résulte d'une analyse de controverses (incluant l'analyse de parties prenantes expertes ou représentant des communautés potentiellement affectées), d'une analyse bibliographique des sources de référence et de bases de données thématiques (ex : Liste de produits issus du travail forcé et du travail des enfants issue du Bureau of International Labor Affairs – ILAB).

Un point d'attention particulier a été porté sur la liste de secteurs répertoriés dans la proposition initiale de la Directive CS3D, pré-identifiant également des matières premières présentant des enjeux spécifiques.

### **Facteurs de risques liés au modèle économique et aux relations commerciales**

Les facteurs de risques liés au modèle économique et aux relations commerciales regroupent essentiellement des informations associées aux pratiques des différents métiers du Groupe, qui peuvent avoir des effets sur une ou plusieurs étapes de la chaîne d'activités.

Ces facteurs de risques ont permis de préciser le lien entre les risques et les opérations du Groupe, tout au long des chaînes d'activités.

À titre d'exemple, des facteurs de risques liés aux métiers des départements achats, marketing et publicité, recherche, design et développement de produits, de vente, entre autres, ont été recensés.

Ce travail d'identification des facteurs de risques liés au modèle économique et aux relations commerciales a été réalisé via la conduite d'entretiens et d'ateliers avec les représentants métiers internes, une analyse de controverses, une analyse bibliographique d'études de référence (incluant notamment l'analyse de parties prenantes expertes ou représentant des communautés potentiellement affectées), et l'appui d'un cabinet externe spécialisé dans l'analyse de risques liés à l'environnement et aux droits humains.

### **Identification des domaines de vigilance prioritaires**

Une fois l'analyse des différents critères réalisée au niveau des sous-catégories de risques et étapes de la chaîne d'activités, un travail de consolidation des critères a été mené pour identifier les domaines de vigilance prioritaires.

Cette évaluation consolidée a été réalisée grâce à la mise en place d'un processus décisionnel permettant une pondération des différents critères, alignée avec les référentiels internationaux de

droit souple, et notamment les Principes de l'ONU relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme (ces derniers recommandant notamment d'accorder une attention particulièrement importante aux risques les plus graves et potentiellement irrémediables).

Ce processus décisionnel a permis de conclure, pour chacune des onze chaînes d'activités, la définition des domaines de vigilance prioritaires, par sous-catégorie de risques et étape de la chaîne d'activités.

Afin de renforcer la pertinence de cette analyse, le Groupe a également organisé dix-huit ateliers thématiques réunissant près de deux cents participants (coordinateurs de la démarche de vigilance des Maisons et représentants associés à la gestion opérationnelle des activités identifiées).

Ces ateliers avaient vocation à :

- partager et former les participants à la méthodologie de cartographie des risques ;
- remettre en question la modélisation des chaînes d'activités et l'analyse des facteurs de risques à chaque étape ;
- s'aligner collectivement sur l'identification des domaines de vigilance prioritaires au niveau brut.

## **3.2.4 Perspectives de développement de l'analyse des risques**

S'inscrivant dans une démarche itérative et d'amélioration continue, le Groupe identifie, dès à présent, des pistes de développement de l'analyse des risques, ayant vocation à terme à renforcer leur définition et la mise en œuvre de mesures adaptées aux circonstances de leur matérialisation.

Le Groupe a notamment identifié :

- un besoin d'approfondir l'analyse des risques portant sur certaines catégories d'achats, notamment dans le cadre d'approches par chaîne d'activités avec les différentes Maisons concernées (i.e. identification et focus sur les catégories d'achats, matières premières, ou sur certaines typologies d'offres de produits et de services) ;
- un besoin d'intégrer les résultats de l'analyse des risques dans un processus de suivi et de pilotage des risques, permettant aussi de réaliser des mises à jour régulières ;
- un besoin d'assurer une remontée régulière d'informations opérationnelles, issue de l'expérience métier des réseaux de correspondants des Maisons.

## 4. Risques et plans d'action associés

L'alignement entre les impacts négatifs matériels du Rapport de durabilité et les risques du devoir de vigilance a été confirmé notamment via l'utilisation des mêmes critères d'évaluation. Cependant, l'analyse de risque dans le cadre de la démarche de vigilance a été menée à un niveau plus granulaire sur chaque étape de la chaîne de la valeur.

Le tableau de concordance ci-dessous permet de faire le lien entre les risques du devoir de vigilance et les impacts négatifs matériels identifiés dans le cadre du Rapport de durabilité (correspondant à des risques pour l'environnement et les droits humains dans le cadre du devoir de vigilance) et de faciliter l'identification des objectifs, stratégies et plans d'action associés décrits dans le Rapport de durabilité. Cette liste n'est à ce titre pas exhaustive, et est amenée à évoluer au fur et à mesure, au même titre que la cartographie des risques.

Catégories de risques	Sous-catégories de risques	Impacts négatifs matériels associés et identifiés dans le Rapport de durabilité	Paragraphes du Rapport de durabilité décrivant les plans d'action associés
Travailleurs	Sécurité de l'emploi	- Saisonnalité de l'activité pouvant entraîner un recours au travail à durée déterminée (auto-entrepreneurs, intérimaires et contrats à durée déterminée...) – <i>opérations propres</i>	§ 1.4.2 Stabilité financière & Insertion professionnelle § 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs
		- Impact sur les conditions de travail (santé & sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 2.2.3 Actions et ressources liées
	Temps de travail	- Exposition des salariés à des risques physiques, psychologiques, ou sécuritaires liés aux spécificités du secteur et ses cadences de travail	§ 1.4.1 Respect des droits humains § 1.4.5 Équilibre de vie, bien-être au travail et LVMH Heart Fund
		- Impact sur les conditions de travail (santé & sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées § 2.2.4 Objectifs liés
	Salaire décent	- Impact sur les conditions de travail (santé & sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées
		Libertés syndicales, de rassemblement et d'association	- Implantation mondiale nécessitant une attention au respect de la liberté d'association et du droit syndical – <i>opérations propres</i>
	- <i>Pas d'impact négatif matériel sur les opérations propres ou la chaîne de valeur</i>		§ 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées
Santé et sécurité	- Exposition des salariés à des risques physiques, psychologiques, ou sécuritaires liés aux spécificités du secteur et ses cadences de travail	§ 1.4.1 Respect des droits humains § 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs	
	- Exposition des salariés à des événements climatiques	§ 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées	
		- Impact sur les conditions de travail (santé & sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées

Catégories de risques	Sous-catégories de risques	Impacts négatifs matériels associés et identifiés dans le Rapport de durabilité	Paragraphes du Rapport de durabilité décrivant les plans d'action associés
Travailleurs (suite)	Formation et développement des compétences	<i>Pas d'impact négatif matériel sur les opérations propres ou la chaîne de valeur</i>	§ 1.5.1 Déployer une politique employeur attractive § 1.5.3 Préparer la relève des talents et la transmission des savoir-faire avec les Métiers d'Excellence § 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs
	Discrimination et harcèlement	– Exposition potentielle à la discrimination et au harcèlement tout au long de la vie professionnelle (femmes, handicap, etc.) – <i>opérations propres</i>	§ 1.4.1 Respect des droits humains § 1.6.1 Promouvoir la diversité et l'inclusion § 1.6.2 Être ouvert à tous les talents § 1.6.3 Des programmes ciblés pour l'inclusion et la représentativité de tous § 1.6.4 Un engagement continu et transversal pour tous les talents
		– Impact sur les conditions de travail (santé & sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 2.2.1 Description de la politique liée § 2.3.2 Description du processus d'interaction avec les travailleurs de la chaîne de valeur § 2.3.3 Actions et ressources liées
	Travail des enfants	– Conditions de travail (logements décents et accès à l'eau et à l'assainissement, travail des enfants dans les pays à risque) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 1.4.1 Respect des droits humains § 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées
	Travail forcé	– Impact sur les conditions de travail (santé & sécurité, dialogue social, salaire décent, sécurité de l'emploi, temps de travail, travail forcé, discrimination, harcèlement) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 1.4.1 Respect des droits humains § 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées
	Accès à un logement et à des infrastructures sanitaires décentes	– Accès à un logement décent pour les salariés temporaires/saisonniers – Conditions de travail (logements décents et accès à l'eau et à l'assainissement, travail des enfants dans les pays à risque) – <i>chaîne de valeur</i>	§ 1.4.6 Assurer un logement décent § 2.2.1 Description de la politique liée § 2.2.3 Actions et ressources liées
	Vie privée et familiale	<i>Pas d'impact négatif matériel sur les opérations propres ou la chaîne de valeur</i>	
Communautés locales	Conditions de vie des communautés	– Conflit d'usage (accès à l'eau et aux sols) et pollution de l'eau et des sols en amont des chaînes de valeur minières et agricoles	§ 2.2.1 Description de la politique liée § 3.1.1 Consultation des parties prenantes § 3.2.1 Description de la politique liée § 3.4.1 Description de la politique § 3.4.2 Actions et ressources liées
	Déplacement des communautés et accaparement des terres	– Conflit d'usage (accès à l'eau et aux sols) et pollution de l'eau et des sols en amont des chaînes de valeur minières et agricoles	§ 4.2.1 Politique liée à l'eau § 4.2.2 Actions et ressources mobilisées § 4.2.3 Objectifs associés § 2.2.1 Description de la politique liée § 3.2.1 Description de la politique liée § 3.2.2 Description du processus d'interaction avec les communautés impactées § 3.2.3 Actions et ressources liées
	Sûreté et implication dans des conflits armés	<i>Pas d'impact négatif matériel sur les opérations propres ou la chaîne de valeur</i>	
	Atteinte à la culture et appropriation culturelle	– Utilisation de codes/éléments culturels appartenant à des communautés	§ 3.2.1 Description de la politique liée

Catégories de risques	Sous-catégories de risques	Impacts négatifs matériels associés et identifiés dans le Rapport de durabilité	Paragraphe du Rapport de durabilité décrivant les plans d'action associés
<b>Consommateurs</b>	Accès à l'information et pluralisme des médias	<i>Pas d'impact négatif matériel sur les opérations propres ou la chaîne de valeur</i>	
	Vie privée	– Atteinte potentielle à la vie privée liée à la gestion des données personnelles des clients	§ 4.6.1 Description de la politique liée § 4.6.2 Description du processus d'interaction avec les consommateurs § 4.6.3 Actions et ressources liées § 4.6.4 Objectifs liés
	Pratiques marketing et information produit	– Accès à des contenus/produits inappropriés à un public mineur	§ 4.2 Qualité des produits et sécurité des clients § 4.3.1 Promouvoir une consommation responsable § 4.5.1 Politiques et actions concernant la promotion de vins et spiritueux
	Santé et sécurité	– Santé liée à la consommation nocive d'alcool (adultes/mineurs) – Santé des enfants et adolescents par l'utilisation de produits cosmétiques à un jeune âge – Santé des enfants et adolescents par l'utilisation de produits cosmétiques à un jeune âge	<b>Environnement :</b> § 3.4.1 Politique liée aux substances VHC § 3.4.2 Actions et ressources mobilisées § 3.4.3 Objectifs associés <b>Social :</b> § 4.3.1 Promouvoir une consommation responsable § 4.3.2 Prévenir les comportements à risque
	Non-discrimination	– Diffusion de stéréotypes au sein de la société par le biais de pratiques publicitaires et de communication	§ 4.4.1 Description de la politique liée § 4.4.2 Description du processus d'interaction avec les consommateurs § 4.4.3 Actions et ressources liées
<b>Environnement</b>	Changement climatique	– Émissions de gaz à effet de serre liées aux émissions directes et indirectes du Groupe (scopes 1, 2, 3)	§ 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360 § 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360 § 1.3 Formation et LIFE Academy § 2.2.1 Cibles de réduction des émissions de GES § 2.2.2 Actions de décarbonation § 2.2.3 Investissements et financements pour la mise en œuvre du plan de transition § 2.2.4 Évaluation des émissions de GES potentielles verrouillées § 2.2.8 Alignement et intégration dans la stratégie opérationnelle globale et la planification financière § 2.2.10 Description des progrès réalisés § 2.3.1 Politique liée au climat § 2.3.2 Actions et ressources mobilisées § 2.3.3 Objectifs associés <b>Social :</b> § 2.2.3 Actions et ressources liées § 2.2.4 Objectifs liés

Catégories de risques	Sous-catégories de risques	Impacts négatifs matériels associés et identifiés dans le Rapport de durabilité	Paragraphes du Rapport de durabilité décrivant les plans d'action associés
<b>Environnement (suite)</b>	Pollution de l'eau, de l'air, des sols et déchets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pollution potentielle de l'eau et des sols liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles et d'élevage ainsi que lors de leur transformation</li> <li>- Pollution potentielle en raison de l'utilisation de substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes</li> <li>- Pollution potentielle de l'eau liée à l'extraction et la transformation des matières premières minérales</li> <li>- Pollution potentielle des écosystèmes en raison de l'utilisation ou de la gestion de la fin de vie de produits contenant des substances préoccupantes ou extrêmement préoccupantes</li> <li>- Pollution potentielle de l'eau et des sols liée à l'utilisation d'intrants lors de la production des matières premières agricoles et viticoles ainsi que lors de leur transformation</li> <li>- Impact lié à la production de déchets, emballages et PLV tout au long du cycle de vie des produits (incl. production, commercialisation, utilisation)</li> </ul>	<p>§ 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360</p> <p>§ 3.2.1 Politique liée à la pollution potentielle des sols</p> <p>§ 3.2.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p>§ 3.2.3 Objectifs associés</p> <p>§ 3.3.1 Politique liée à la pollution de l'eau</p> <p>§ 3.3.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p>§ 3.3.3 Objectifs associés</p> <p>§ 3.4.1 Politique liée aux substances VHC</p> <p>§ 3.4.3 Objectifs associés</p> <p>§ 6.3.1 Politique liée à la gestion des déchets</p> <p>§ 6.3.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p>§ 6.3.3 Objectifs associés</p> <p><b>Social :</b></p> <p>§ 2.2.3 Actions et ressources liées</p> <p>§ 2.2.4 Objectifs liés</p>
	Utilisation des ressources naturelles (dont l'eau)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribution à la raréfaction des ressources en eau en raison des prélèvements dans les opérations propres et la chaîne d'approvisionnement du Groupe, a fortiori dans des aires exposées aux risques hydriques</li> <li>- Impact lié à la consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes (incl. emballages)</li> </ul>	<p>§ 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360</p> <p>§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360</p> <p>§ 1.3 Formation et LIFE Academy</p> <p>§ 4.2.1 Politique liée à l'eau</p> <p>§ 4.2.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p>§ 4.2.3 Objectifs associés</p> <p>§ 6.1.1 Politique liée à l'éco-conception</p> <p>§ 6.1.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p>§ 6.1.3 Objectifs associés</p> <p>§ 6.2.1 Politique liée à la longévité accrue des produits</p> <p>§ 6.2.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p>§ 6.2.3 Objectifs associés</p> <p><b>Social :</b></p> <p>§ 2.2.3 Actions et ressources liées</p> <p>§ 2.2.4 Objectifs liés</p>
	Biodiversité et écosystèmes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragmentation/dégradation/perte d'habitats terrestres/déforestation dues aux opérations en propre et aux opérations d'approvisionnement</li> <li>- Contribution à la dégradation des sols sur la chaîne de valeur amont et sur les opérations propres du Groupe</li> <li>- Dégradation d'écosystèmes sensibles (récifs coraliens, forêts tropicales, savanes, zones montagneuses, zones insulaires, etc.) du fait des activités touristiques et de l'utilisation de bateaux dans ces zones</li> <li>- Impacts directs et indirects des activités de restauration sur l'état des écosystèmes</li> </ul>	<p>§ 1.2.2 Les objectifs de LIFE 360</p> <p>§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360</p> <p>§ 1.3 Formation et LIFE Academy</p> <p>§ 5.1.1 Plan de transition et prise en compte de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique</p> <p>§ 5.2.1 Politique liée aux impacts sur les écosystèmes et les sols</p> <p>§ 5.2.2 Actions et ressources liées</p> <p>§ 5.2.3 Objectifs associés</p>
<b>Animaux</b>	Bien-être animal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impact sur le bien-être animal</li> </ul>	<p>§ 1.7.1 Description de la politique liée</p> <p>§ 1.7.2 Actions et ressources mobilisées</p> <p><b>Environnement :</b></p> <p>§ 5.2.3 Objectifs associés</p>

## 5. Suivi et pilotage

### 5.1 Démarche continue d'évaluation et d'accompagnement des Partenaires du Groupe

Le groupe LVMH attache une grande importance à ce que ses Maisons et leurs Partenaires partagent un ensemble commun de règles, d'usages et de principes en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection de l'environnement.

À ce titre, la démarche de gestion responsable des approvisionnements du Groupe, décrite dans le Rapport de durabilité (voir *Rapport de durabilité – Social*, § 2.2 Conditions de travail et droits humains de la chaîne de valeur) a pour objet de mobiliser les Partenaires et l'ensemble des filières concernées autour du respect des exigences éthiques, sociales et environnementales. Elle repose sur l'articulation entre :

- la communication claire des exigences du groupe LVMH à travers son Code de conduite Fournisseurs et Partenaires Commerciaux ;

- l'identification des zones prioritaires, éclairée notamment par l'exercice de multiples cartographies des risques extra-financiers couvrant les activités du Groupe et de ses Partenaires directs par type d'activités ;
- les audits de sites de nos Partenaires, permettant de vérifier sur le terrain la correcte mise en œuvre des exigences du Groupe ainsi que le déploiement de programmes de remédiation en cas de non-conformité ;
- les actions d'accompagnement et de formation des Partenaires ;
- la promotion et la participation active à des initiatives intersectorielles couvrant certaines filières spécifiques.

### 5.2 Actions de renforcement ciblées

À partir de janvier 2024, un certain nombre d'entreprises du secteur de la mode produisant en Italie ont fait l'objet d'allégations et de mesures administratives visant le non-respect des règles applicables en matière de conditions de travail au sein de leur chaîne d'activités relative à la maroquinerie.

En juin 2024, Manufacturers Dior Srl, filiale de Dior Italie, a été placée sous administration judiciaire par le Tribunal de Milan à la suite de faits exceptionnels et isolés. Cette procédure est décrite dans le Rapport de durabilité (voir *Rapport de durabilité – Social*, § 2.2.3 Actions et ressources liées).

Dans le prolongement du renforcement déjà initié du contrôle du Groupe sur une activité ayant connu une croissance forte et soudaine à l'issue de la crise sanitaire, un plan d'action (le « **Plan d'Action** » ci-après) a été défini et déployé par chaque Maison du Groupe.

Supervisé directement par le directeur général adjoint et le Directeur Administration Générale & Affaires Juridiques, tous deux membres du Comité exécutif de LVMH, le déploiement opérationnel du Plan d'action est coordonné par le directeur Devoir de Vigilance avec l'expertise du directeur des Achats Groupe, ainsi que le support des directions membres du Comité Devoir de Vigilance Groupe.

À ce titre, chaque Maison exerçant une activité de production en Italie, et ce dans tous les secteurs dans lesquels le Groupe opère, s'est vu annoncer l'objectif d'auditer l'intégralité des sous-traitants dès que possible, avec une priorité donnée aux activités de maroquinerie et de prêt-à-porter.

Pour ce faire, le Plan d'Action était composé d'actions obligatoires devant être effectuées sans délai par chaque Maison concernée.

#### Rappel des exigences du Groupe envers ses Partenaires

Un rappel des dispositions du Code de conduite Fournisseurs LVMH (le « **Code** » ci-après), depuis mis à jour, a été effectué par chaque Maison auprès de l'ensemble de leurs Partenaires.

En particulier, il a été rappelé que la sous-traitance des missions confiées par les Maisons du Groupe est par principe interdite. Une exception à ce principe n'est possible qu'en cas d'autorisation expresse, préalable et écrite de la Maison concernée.

En tout état de cause, toute sous-traitance éventuelle implique la garantie du respect des exigences du Groupe, telles que décrites dans le Code. Tout Partenaire exceptionnellement autorisé à sous-traiter les missions qui lui sont confiées par le Groupe est ainsi garant du respect de ces exigences, sans préjudice des mesures de contrôle que le Groupe se réserve le droit de prendre.

Enfin, il a été rappelé que toute non-conformité avec les exigences du Code ou de non-respect des mesures précitées doit être corrigée sans délai, au risque d'entraîner la suspension ou l'arrêt immédiat de la relation commerciale avec le Partenaire.

#### Plan d'audit dédié

Capitalisant sur les plans d'audit en cours, lesquels couvraient déjà largement les Partenaires notamment en Italie, le Plan d'Action s'est traduit par une augmentation considérable des moyens dédiés aux audits qui y sont réalisés.

À cette fin, à l'aide du programme Convergence décrit dans le Rapport de durabilité (voir *Rapport de durabilité – Social*, § 2.2 Conditions de travail et droits humains de la chaîne de valeur), en particulier de la cartographie des risques Verisk Maplecroft, chaque Maison a concentré ses efforts d'audit sur les Partenaires selon certains critères spécifiques :

- localisation, avec un focus particulier sur la région de Lombardie ;
- présence de travailleurs étrangers ;
- structure actionnariale ;
- présence de dortoirs sur les lieux de fabrication.

Dans une perspective de couverture maximale et d'homogénéité de l'approche au sein du Groupe, les plans d'audit de chaque Maison ont été mis à disposition des autres Maisons via la plateforme dédiée Allegro qui permet le partage des plans et résultats d'audits entre les Maisons.

Cette approche collaborative a été concrétisée par la tenue de réunions visant à :

- partager le déroulé du Plan d'Action ;
- le cas échéant, déterminer s'il devait faire l'objet d'ajustements ;
- revoir la liste des prestataires d'audits dûment sélectionnés par le Groupe et échanger sur de potentiels autres ;
- partager les éventuelles difficultés rencontrées.

### Renforcement des modalités d'audit

Le Plan d'Action a permis le renforcement global des modalités d'audit au sein du Groupe, systématisant notamment certaines pratiques déjà existantes.

À titre d'exemple :

- les Partenaires répondant à certains critères spécifiques doivent impérativement faire l'objet d'un audit a minima deux fois par an ;
- s'agissant des Partenaires avec lesquels une relation est déjà établie et ayant fait l'objet d'un audit par un prestataire externe spécialisé, les visites sur site par des collaborateurs expérimentés du Groupe ont été fortement incitées ;

## 6. Dispositif d'alerte

LVMH encourage une culture de dialogue et de communication au sein du Groupe. Tout collaborateur ou partie prenante externe ayant des questions sur l'interprétation des règles internes ou des préoccupations d'ordre éthique est invité à en faire part ou à demander conseil.

Aussi, LVMH a mis en place un dispositif d'alerte permettant de recueillir et examiner les signalements relatifs à des comportements illicites ou contraires à ses principes de conduite internes. Les signalements peuvent être effectués par tout

- les audits sur site précédant toute nouvelle entrée en relation avec un Partenaire ont été systématisés dans le cadre du Plan d'action ;
- les Maisons ont été incitées à avoir davantage recours à des audits sur site non annoncés, en dehors des horaires de travail habituels, ceci incluant la nuit ou le week-end.

En outre, pour les audits dont les résultats se situeraient au niveau le plus bas de la grille d'évaluation du Groupe, des règles strictes s'appliquent :

- toute production pour le compte du Groupe doit être immédiatement interrompue ;
- en cas d'observation liée au travail d'enfant ou de travail forcé, la relation commerciale avec le Partenaire en question doit être immédiatement clôturée, sans aucune possibilité de reprise dans le futur ;
- dans tous les autres cas, le Partenaire en question dispose de 48 heures pour présenter une proposition de plan de remédiation visant à corriger les non-conformités observées lors de l'audit ;
- tout plan de remédiation doit être formellement accepté par la ou les Maison(s) concernée(s) ;
- en cas d'acceptation du plan de remédiation, le Partenaire en question dispose de trois semaines pour déployer de manière effective ce plan ;
- à l'issue du délai imparti de trois semaines, si les non-conformités observées lors de l'audit ont effectivement été corrigées, la production pour le compte du Groupe peut reprendre.

### Résultats

Le Plan d'Action s'est traduit par une mise à jour des normes et procédures internes, un renforcement des outils dédiés ainsi qu'une augmentation substantielle du nombre d'audits de Partenaires.

Ainsi, 4 066 audits ont été réalisés par les Maisons du Groupe en 2024. En outre, 1 299 audits de suivi ont été conduits afin de contrôler le déploiement effectif des plans d'action décidés à l'issue d'un premier audit.

collaborateur (actuel ou ancien) et toute partie prenante externe du Groupe dans le monde entier.

Ce dispositif d'alerte, qui fait partie intégrante de la démarche de vigilance du Groupe et a fait l'objet d'une consultation des instances de représentation du personnel des entités françaises, est décrit dans le Rapport de durabilité (voir *Rapport de durabilité – Gouvernance*, § 1.3.1 Une politique d'intégrité dans la conduite des affaires).

## 7. Indicateurs et résultats

En complément des mesures mises en œuvre dans le cadre de sa démarche de vigilance, le Groupe publie des indicateurs et résultats dans le Rapport de durabilité (voir *Rapport de durabilité*

– Gouvernance, § 2.4 Déclaration sur la vigilance raisonnable, Suivre l'efficacité de ces efforts et communiquer). Ces principaux indicateurs et résultats sont listés ci-après.

Principaux indicateurs	Paragraphes du Rapport de durabilité décrivant les résultats associés
<b>Indicateurs globaux :</b>	
Évaluations de fournisseurs et partenaires commerciaux via la plateforme EcoVadis	§ 2.2.5 Métriques liées ( <i>Social</i> )
Audits sociaux et environnementaux de fournisseurs et partenaires commerciaux	§ 2.2.5 Métriques liées ( <i>Social</i> )
<b>Environnement :</b>	
Synthèse des résultats LIFE 360 Climat	§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360
Synthèse des résultats LIFE 360 Biodiversité (dont eau)	§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360
Synthèse des résultats LIFE 360 Circularité Créative	§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360
Synthèse des résultats LIFE 360 Traçabilité et Transparence	§ 1.2.3 Bilan 2024 des objectifs LIFE 360
Collaborateurs formés à l'Environnement	§ 1.3. Formation et LIFE Academy
Résultats obtenus en 2024 concernant les objectifs de décarbonation du Groupe	§ 2.2.10 Description des progrès réalisés
Émissions de GES liées aux scopes 1 et 2	§ 2.3.4 Indicateurs et résultats
Émissions de GES liées au scope 3	§ 2.3.4 Indicateurs et résultats
Indicateurs et résultats associés à l'énergie	§ 2.4.4 Indicateurs et résultats
Indicateurs et résultats associés à la pollution potentielle des sols	§ 3.2.4 Indicateurs et résultats
Indicateurs et résultats associés à la pollution de l'eau	§ 3.3.4 Indicateurs et résultats
Indicateurs et résultats associés à la prévention des substances VHC	§ 3.4.4 Indicateurs et résultats
Indicateurs et résultats associés à la consommation d'eau	§ 4.2.4 Indicateurs et résultats
Résultats obtenus en 2024 concernant les indicateurs biodiversité	§ 5.2.4 Métriques liées
Résultats obtenus en 2024 concernant la certification des filières stratégiques	§ 5.2.4 Métriques liées
Résultats obtenus en 2024 concernant la traçabilité	§ 5.2.4 Métriques liées
Résultats obtenus en 2024 concernant la certification des filières stratégiques animales	§ 1.7.4 Indicateurs et résultats ( <i>Gouvernance</i> )
Résultats obtenus en 2024 concernant la traçabilité des filières stratégiques animales	§ 1.7.4 Indicateurs et résultats ( <i>Gouvernance</i> )
Ressources entrantes biologiques et techniques utilisées en 2024 par LVMH dont recyclées et certifiées	§ 6.1.3 Indicateurs et résultats
Principaux matériaux utilisés pour la fabrication des emballages (ressources entrantes)	§ 6.1.3 Indicateurs et résultats
Suivi des objectifs d'éco-conception	§ 6.1.3 Indicateurs et résultats
Suivi du développement de services circulaires liés à la longévité des produits	§ 6.2.4 Indicateurs et résultats
Quantités de déchets opérationnels produits en 2024	§ 6.3.4 Indicateurs et résultats
Valorisation des déchets opérationnels non-dangereux en 2024	§ 6.3.4 Indicateurs et résultats
Valorisation des déchets opérationnels dangereux en 2024	§ 6.3.4 Indicateurs et résultats
Quantités de déchets et matières valorisées par la plateforme CEDRE en France en 2024	§ 6.3.4 Indicateurs et résultats
Niveau de déploiement de systèmes de management environnemental certifiés en 2024	§ 6.3.4 Indicateurs et résultats

Principaux indicateurs	Paragraphe du Rapport de durabilité décrivant les résultats associés
<b>Social :</b>	
Résultats obtenus en 2024 concernant la Roadmap RSE	§ 1.3 Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités
Résultats obtenus en 2024 concernant la Roadmap RSE : Singularités	§ 1.3 Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités
Résultats obtenus en 2024 concernant la Roadmap RSE : Santé, sécurité et bien-être des collaborateurs	§ 1.3 Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités
Résultats obtenus en 2024 concernant la Roadmap RSE : Savoir-faire d'excellence	§ 1.3 Objectifs de LVMH concernant ses Risques, Impacts et Opportunités
Signalements reçus via la plateforme LVMH Alert Line concernant des sujets ressources humaines	§ 1.4.1 Respect des droits humains
Signalements reçus via d'autres canaux d'alerte propres aux Maisons et entités du Groupe	§ 1.4.1 Respect des droits humains
Résultats obtenus en 2024 concernant la nouvelle Charte santé et sécurité	§ 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs
Taux d'absentéisme par zone géographique et par motif	§ 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs
Indicateurs d'accidents par groupe d'activités et par zone géographique	§ 1.4.3 Une démarche pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs
Nombre de réunions auxquelles ont participé les représentants du personnel en France	§ 1.4.4 Favoriser le dialogue social et garantir la liberté d'expression
Taux de couverture des négociations collectives et du dialogue social	§ 1.4.4 Favoriser le dialogue social et garantir la liberté d'expression
Nombre de personnes accompagnées par le LVMH Heart Fund	§ 1.4.5 Équilibre de vie, bien-être au travail et LVMH Heart Fund
Effectif mondial concerné par les différentes formes d'aménagement du temps de travail par zone géographique	§ 1.4.5 Équilibre de vie, bien-être au travail et LVMH Heart Fund
Investissements relatifs à la formation	§ 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs
Investissements relatifs à la formation par catégorie professionnelle et zone géographique	§ 1.5.4 Développer l'agilité et l'employabilité des collaborateurs
Âge moyen et répartition par âge	§ 1.6.1 Promouvoir la diversité et l'inclusion
Répartition par sexe en pourcentage de l'effectif et des recrutements	§ 1.6.1 Promouvoir la diversité et l'inclusion



# Comptes consolidés résumés

<b>1.</b>	<b>Compte de résultat consolidé</b>	<b>264</b>
<b>2.</b>	<b>État global des gains et pertes consolidés</b>	<b>265</b>
<b>3.</b>	<b>Bilan consolidé</b>	<b>266</b>
<b>4.</b>	<b>Tableau de variation des capitaux propres consolidés</b>	<b>267</b>
<b>5.</b>	<b>Tableau de variation de la trésorerie consolidée</b>	<b>268</b>
<b>6.</b>	<b>Annexe aux comptes consolidés</b>	<b>269</b>
<b>7.</b>	<b>Listes des sociétés non incluses dans la consolidation</b>	<b>310</b>

*Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.*

## 1. Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	2024	2023	2022
<b>Ventes</b>	24	<b>84 703</b>	<b>86 172</b>	<b>79 256</b>
Coût des ventes		(27 947)	(26 895)	(25 039)
<b>Marge brute</b>		<b>56 756</b>	<b>59 277</b>	<b>54 218</b>
Charges commerciales		(31 001)	(30 768)	(28 151)
Charges administratives		(6 255)	(5 739)	(5 049)
Part dans les résultats des sociétés opérationnelles mises en équivalence	8	39	7	37
<b>Résultat opérationnel courant</b>	24	<b>19 539</b>	<b>22 776</b>	<b>21 055</b>
Autres produits et charges opérationnels	25	(687)	(242)	(54)
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>18 852</b>	<b>22 534</b>	<b>21 002</b>
Coût de la dette financière nette		(461)	(396)	(20)
Intérêts sur dettes locatives		(510)	(393)	(254)
Autres produits et charges financiers		172	(157)	(652)
<b>Résultat financier</b>	26	<b>(799)</b>	<b>(946)</b>	<b>(925)</b>
Impôts sur les bénéfices	27	(5 239)	(5 742)	(5 394)
<b>Résultat net, avant part des minoritaires</b>		<b>12 814</b>	<b>15 847</b>	<b>14 682</b>
Part des minoritaires	18	7 119	8 962	8 383
<b>Résultat net, part du Groupe</b>		<b>5 695</b>	<b>6 885</b>	<b>6 299</b>
<b>Résultat net, part du Groupe par action</b> <i>(en euros)</i>	28	<b>1 695,77</b>	<b>2 049,92</b>	<b>1 890,69</b>
<b>Résultat net, part du Groupe par action après dilution</b> <i>(en euros)</i>	28	<b>1 695,08</b>	<b>2 049,23</b>	<b>1 889,31</b>

## 2. État global des gains et pertes consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	<b>2024</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>		<b>12 814</b>	<b>15 847</b>	<b>14 682</b>
Variation du montant des écarts de conversion		1 493	(1 092)	1 312
Montants transférés en résultat		(24)	(22)	(32)
Effets d'impôt		-	-	(4)
	16.5, 18	<b>1 469</b>	<b>(1 114)</b>	<b>1 276</b>
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises		11	477	28
Montants transférés en résultat		(230)	(523)	290
Effets d'impôt		50	13	(73)
		<b>(169)</b>	<b>(33)</b>	<b>245</b>
Variation de valeur des parts inefficaces des instruments de couverture (dont coût des couvertures)		(357)	(236)	(309)
Montants transférés en résultat		253	362	340
Effets d'impôt		26	(29)	(11)
		<b>(78)</b>	<b>97</b>	<b>21</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat</b>		<b>1 222</b>	<b>(1 051)</b>	<b>1 543</b>
Variation de valeur des terres à vigne	6	23	53	(72)
Montants transférés en réserves consolidées		-	-	-
Effets d'impôt		(2)	(11)	18
		<b>21</b>	<b>41</b>	<b>(53)</b>
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels		73	30	301
Effets d'impôt		(22)	(7)	(77)
		<b>51</b>	<b>23</b>	<b>223</b>
Variation de valeur des investissements et placements financiers		641	381	(846)
Plus ou moins values transférées en réserves consolidées		154	94	130
Effets d'impôt		(116)	(129)	158
	8-9, 14	680	346	(558)
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat</b>		<b>752</b>	<b>409</b>	<b>(388)</b>
<b>Total des gains et pertes enregistrés en capitaux propres</b>		<b>1 974</b>	<b>(642)</b>	<b>1 155</b>
<b>Résultat global</b>		<b>14 788</b>	<b>15 205</b>	<b>15 837</b>
Part des minoritaires		7 829	8 425	9 348
<b>Résultat global, part du Groupe</b>		<b>6 959</b>	<b>6 780</b>	<b>6 489</b>

### 3. Bilan consolidé

#### Actif

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	25 231	24 559	24 400
Écarts d'acquisition	4	19 130	22 845	23 605
Immobilisations corporelles	6	29 684	27 039	22 767
Droits d'utilisation	7	16 613	15 673	14 609
Participations mises en équivalence	8	1 738	831	906
Investissements financiers	9	4 891	4 320	3 704
Autres actifs non courants	10	1 435	1 347	1 310
Impôts différés		4 562	4 010	3 678
<b>Actifs non courants</b>		<b>103 285</b>	<b>100 623</b>	<b>94 978</b>
Stocks et en-cours	11	24 140	23 392	20 679
Créances clients et comptes rattachés	12	4 732	4 729	4 259
Impôts sur les résultats		1 000	535	376
Autres actifs courants	13	11 998	10 424	9 532
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	10 052	8 105	7 751
<b>Actifs courants</b>		<b>51 922</b>	<b>47 186</b>	<b>42 597</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>155 207</b>	<b>147 809</b>	<b>137 575</b>

#### Passif et capitaux propres

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Capitaux propres, part du Groupe	16.1	34 256	29 628	25 229
Intérêts minoritaires	18	39 363	35 962	32 869
<b>Capitaux propres</b>		<b>73 619</b>	<b>65 590</b>	<b>58 098</b>
Dettes financières à plus d'un an	19	12 363	11 480	10 970
Dettes locatives à plus d'un an	7	14 860	13 810	12 776
Provisions et autres passifs non courants	20	3 825	3 850	3 868
Impôts différés		7 511	6 935	6 742
Engagements d'achat de titres de minoritaires	21	8 056	11 919	12 489
<b>Passifs non courants</b>		<b>46 615</b>	<b>47 995</b>	<b>46 845</b>
Dettes financières à moins d'un an	19	12 098	11 727	10 414
Dettes locatives à moins d'un an	7	2 972	2 728	2 632
Fournisseurs et comptes rattachés	22.1	8 634	9 057	8 800
Impôts sur les résultats		1 248	1 164	1 227
Provisions et autres passifs courants	22.2	10 020	9 549	9 559
<b>Passifs courants</b>		<b>34 973</b>	<b>34 224</b>	<b>32 632</b>
<b>Total du passif et des capitaux propres</b>		<b>155 207</b>	<b>147 809</b>	<b>137 575</b>

## 4. Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions Financière Agache	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation				Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vigne	Engagements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		16.2	16.1	16.3	16.5						18		
<b>Au 31 décembre 2021</b>	<b>3 228 662</b>	<b>52</b>	<b>1 124</b>	<b>(0)</b>	<b>600</b>	<b>1 963</b>	<b>(104)</b>	<b>507</b>	<b>(23)</b>	<b>15 309</b>	<b>19 429</b>	<b>29 904</b>	<b>49 333</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					547	(676)	115	(19)	93	130	190	965	1 155
Résultat net										6 299	6 299	8 383	14 682
<b>Résultat global</b>					<b>547</b>	<b>(676)</b>	<b>115</b>	<b>(19)</b>	<b>93</b>	<b>6 429</b>	<b>6 489</b>	<b>9 348</b>	<b>15 837</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										57	57	75	132
(Acquisitions)/cessions d'actions Financière Agache										124	124	-	124
Augmentations de capital de la société Financière Agache	129 787	2	5 759							-	5 761	-	5 761
Augmentations de capital des filiales										-	-	29	29
Dividendes et acomptes versés										(1 061)	(1 061)	(3 651)	(4 712)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées (a)										419	419	70	489
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					45	-	(7)	26	(1)	(5 870)	(5 807)	(2 118)	(7 925)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(182)	(182)	(788)	(970)
<b>Au 31 décembre 2022</b>	<b>3 358 449</b>	<b>54</b>	<b>6 883</b>	<b>-</b>	<b>1 192</b>	<b>1 287</b>	<b>4</b>	<b>514</b>	<b>69</b>	<b>15 224</b>	<b>25 229</b>	<b>32 869</b>	<b>58 098</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(498)	250	27	14	8	94	(105)	(537)	(642)
Résultat net										6 885	6 885	8 962	15 847
<b>Résultat global</b>					<b>(498)</b>	<b>250</b>	<b>27</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>6 979</b>	<b>6 780</b>	<b>8 425</b>	<b>15 205</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										52	52	65	117
(Acquisitions)/cessions d'actions Financière Agache										-	-	-	-
Augmentations de capital de la société Financière Agache		3 073								(3 073)	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	6	6
Dividendes et acomptes versés										(537)	(537)	(3 875)	(4 412)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	-	10	10
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					11	-	-	5	1	(1 638)	(1 621)	(1 144)	(2 765)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(274)	(274)	(394)	(668)
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>3 358 449</b>	<b>3 127</b>	<b>6 883</b>	<b>-</b>	<b>705</b>	<b>1 537</b>	<b>31</b>	<b>533</b>	<b>78</b>	<b>16 734</b>	<b>29 628</b>	<b>35 962</b>	<b>65 590</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					660	543	(106)	8	23	136	1 264	710	1 974
Résultat net										5 695	5 695	7 119	12 814
<b>Résultat global</b>					<b>660</b>	<b>543</b>	<b>(106)</b>	<b>8</b>	<b>23</b>	<b>5 831</b>	<b>6 959</b>	<b>7 829</b>	<b>14 788</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										86	86	105	191
(Acquisitions)/cessions d'actions Financière Agache										-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	12	12
Dividendes et acomptes versés										(1 343)	(1 343)	(3 980)	(5 323)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	-	111	111
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					4	-	-	3	-	(866)	(859)	(306)	(1 165)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(215)	(215)	(370)	(585)
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>3 358 449</b>	<b>3 127</b>	<b>6 883</b>	<b>-</b>	<b>1 369</b>	<b>2 080</b>	<b>(75)</b>	<b>544</b>	<b>101</b>	<b>20 227</b>	<b>34 256</b>	<b>39 363</b>	<b>73 619</b>

(a) Le 25 novembre 2022, la société Financière Agache a absorbé la société Europatweb, société sœur. Ce regroupement d'entreprises, sous contrôle commun du même actionnaire, a été enregistré sur la base des valeurs comptables. Voir Note 2.3.

## 5. Tableau de variation de la trésorerie consolidée

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2024	2023	2022
<b>I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>				
Résultat opérationnel		18 852	22 534	21 002
Neutralisation de la part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	8	32	42	26
Dotations nettes aux amortissements et provisions		4 598	4 150	3 204
Amortissement des droits d'utilisation	7.1	3 228	3 031	3 007
Autres retraitements et charges calculées		469	(275)	(512)
<b>Capacité d'autofinancement</b>		<b>27 179</b>	<b>29 483</b>	<b>26 727</b>
Coût de la dette financière nette : intérêts payés ou reçus		(372)	(493)	(81)
Dettes locatives : intérêts payés		(483)	(356)	(240)
Impôt payé relatifs aux activités d'exploitation		(5 573)	(5 746)	(5 612)
Variation du besoin en fonds de roulement	15.2	(2 049)	(4 667)	(2 991)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>		<b>18 701</b>	<b>18 220</b>	<b>17 803</b>
<b>II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>				
Investissements d'exploitation	15.3	(5 535)	(7 480)	(4 968)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4	(553)	(721)	(724)
Dividendes reçus		44	21	14
Impôt payé relatif aux investissements financiers et aux titres consolidés		-	-	-
Investissements financiers nets des cessions	9	(937)	(483)	(220)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement</b>		<b>(6 981)</b>	<b>(8 662)</b>	<b>(5 898)</b>
<b>III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>				
Dividendes et acomptes versés	15.4	(5 667)	(4 885)	(5 007)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2.4	(1 251)	(2 782)	(2 573)
Autres opérations en capital	15.4	14	2	13
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	19	3 694	6 109	4 050
Remboursements d'emprunts et dettes financières	19	(3 724)	(4 428)	(5 282)
Prêts et créances aux sociétés affiliées	19	98	(200)	332
Remboursements de dettes locatives	7.2	(2 915)	(2 818)	(2 751)
Acquisitions et cessions de placements financiers	14	(213)	20	(1 334)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations de financement</b>		<b>(9 963)</b>	<b>(8 983)</b>	<b>(12 552)</b>
<b>IV. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION</b>				
		82	(275)	54
<b>Variation nette de la trésorerie (I+II+III+IV)</b>		<b>1 839</b>	<b>300</b>	<b>(593)</b>
<b>Trésorerie nette à l'ouverture</b>	15.1	<b>7 851</b>	<b>7 551</b>	<b>8 144</b>
<b>Trésorerie nette à la clôture</b>	15.1	<b>9 690</b>	<b>7 851</b>	<b>7 551</b>
<b>Total de l'impôt payé</b>		<b>(5 901)</b>	<b>(6 199)</b>	<b>(6 036)</b>

**Indicateur alternatif de performance**

Le rapprochement entre la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et le cash-flow disponible d'exploitation s'établit ainsi pour les exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	18 701	18 220	17 803
Investissements d'exploitation	(5 535)	(7 480)	(4 968)
Remboursement de dettes locatives	(2 915)	(2 818)	(2 751)
<b>Cash-flow disponible d'exploitation<sup>(a)</sup></b>	<b>10 251</b>	<b>7 922</b>	<b>10 084</b>

(a) La norme IFRS 16 assimile les paiements relatifs aux loyers fixes des contrats de location à des paiements d'intérêts financiers, d'une part, et au remboursement d'une dette, d'autre part. Dans la gestion de ses activités, le Groupe considère l'ensemble des paiements au titre des contrats de location comme des éléments constitutifs de son cash-flow disponible d'exploitation, que les loyers payés soient fixes ou variables. En outre, dans le cadre de la gestion de ses activités, le Groupe considère que les investissements d'exploitation sont des éléments constitutifs de son cash-flow disponible d'exploitation.

## 6. Annexe aux comptes consolidés résumés

Note 1.	Principes comptables .....	270
Note 2.	Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées .....	279
Note 3.	Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles .....	280
Note 4.	Écarts d'acquisition .....	281
Note 5.	Évaluation des actifs incorporels à durée de vie indéfinie .....	281
Note 6.	Immobilisations corporelles .....	282
Note 7.	Contrats de location .....	283
Note 8.	Participations mises en équivalence .....	285
Note 9.	Investissements financiers .....	286
Note 10.	Autres actifs non courants .....	286
Note 11.	Stocks et en-cours .....	286
Note 12.	Clients .....	287
Note 13.	Autres actifs courants .....	288
Note 14.	Placements financiers .....	288
Note 15.	Trésorerie et variations de trésorerie .....	288
Note 16.	Capitaux propres .....	290
Note 17.	Plans d'attribution d'actions gratuites .....	291
Note 18.	Intérêts minoritaires .....	292
Note 19.	Emprunts et dettes financières .....	293
Note 20.	Provisions et autres passifs non courants .....	295
Note 21.	Engagements d'achat de titres de minoritaires .....	296
Note 22.	Fournisseurs et autres passifs courants .....	297
Note 23.	Instruments financiers et gestion des risques de marché .....	298
Note 24.	Information sectorielle .....	301
Note 25.	Autres produits et charges opérationnels .....	305
Note 26.	Résultat financier .....	305
Note 27.	Impôts sur les résultats .....	306
Note 28.	Résultat par action .....	307
Note 29.	Engagements de retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel .....	307
Note 30.	Engagements hors bilan .....	308
Note 31.	Faits exceptionnels et litiges .....	309
Note 32.	Parties liées .....	309
Note 33.	Événements postérieurs à la clôture .....	309

## Note 1. Principes comptables

### 1.1 Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2024 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2024.

Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2024 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 11 avril 2025. Les comptes consolidés présentés sont « résumés » dans la mesure où ils comportent les seules notes annexes présentant un caractère significatif ou permettant de comprendre les évolutions de l'activité et de la situation financière du Groupe au cours de l'exercice.

Ils sont extraits des comptes consolidés arrêtés par le Conseil d'administration comportant l'ensemble des Notes annexes requises par le référentiel IFRS tel qu'adopté par l'Union européenne.

### 1.2 Évolutions du référentiel comptable applicable au Groupe

L'application des normes, amendements et interprétations entrés en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2024 n'a pas eu d'impact significatif sur les états financiers du Groupe.

### 1.3 Prise en compte des risques relatifs au changement climatique

L'exposition actuelle du Groupe aux conséquences du changement climatique est limitée. Par conséquent, à ce stade, les impacts du changement climatique sur les états financiers sont peu significatifs.

Dans le cadre du programme LIFE 360, qui décline la stratégie environnementale, le Groupe, par l'intermédiaire de LVMH qui rassemble toutes les activités opérationnelles du Groupe, est engagé dans un plan de transformation de ses chaînes de valeur.

Le déploiement de ce programme se traduit dans les comptes à travers les investissements opérationnels, les dépenses de recherche et développement, ainsi que les dépenses de mécénat.

En outre, le résultat opérationnel courant sera notamment impacté à travers l'évolution du prix des matières premières, des coûts de production, de transport et de distribution, ainsi que des coûts liés à la fin de vie des produits.

Les effets à court terme ont été intégrés au niveau des plans stratégiques du Groupe, sur la base desquels sont réalisés les tests de dépréciation des actifs incorporels à durée de vie indéfinie (voir Note 5). Les effets de ces changements à long terme ne sont pas chiffrables à ce stade.

### 1.4 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<sup>er</sup> 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. Le groupe Financière Agache a retraité rétrospectivement les acquisitions réalisées depuis 1988, date de première consolidation de LVMH 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<sup>er</sup> janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves ».

### 1.5 Présentation des états financiers

#### 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, des dépréciations d'écarts d'acquisition ainsi que des dépréciations et amortissements des marques et enseignes.

Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des effets de certaines transactions inhabituelles, telles les plus ou moins-values de cession d'actifs immobilisés, les frais de restructuration, les frais liés à des litiges, ou tout autre produit ou charge non courants susceptibles d'affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

## Tableau de variation de trésorerie

La variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est déterminée sur la base du résultat opérationnel, qui est ajusté des transactions n'ayant aucun effet sur la trésorerie. En outre :

- les dividendes reçus sont présentés en fonction de la nature des participations concernées, soit, pour les sociétés consolidées par mise en équivalence, au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et, pour les sociétés non consolidées, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers ;
- l'impôt payé est présenté en fonction de la nature des transactions dont il est issu : au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation pour la part relative aux transactions d'exploitation, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers pour la part relative aux transactions sur investissements et placements financiers, en particulier l'impôt payé sur les résultats de cession, au sein de la Variation de trésorerie issue des opérations en capital pour la part relative aux transactions sur les capitaux propres, en particulier les impôts de distribution liés aux versements de dividendes.

## 1.6 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 (voir Notes 1.16 et 5), de la valorisation des contrats de location (voir Notes 1.15 et 7), des engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Notes 1.13 et 21), de la détermination du montant des provisions pour risques et charges et des positions fiscales incertaines (voir Note 20), ou des provisions pour dépréciation des stocks (voir Notes 1.18 et 11) et, le cas échéant, des actifs d'impôts différés (voir Note 27). Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou de situations existantes à la date d'établissement des comptes, peuvent se révéler, ultérieurement, différentes de la réalité.

## 1.7 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, ainsi que les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont consolidées selon la méthode de la mise en équivalence. Ces entités, bien que sous contrôle conjoint, sont pleinement intégrées aux activités opérationnelles du Groupe. Le Groupe présente leur résultat net, ainsi que celui des activités mises en équivalence (voir Note 8), sur une ligne distincte au sein du résultat opérationnel courant.

Lorsqu'un investissement dans une participation consolidée selon la méthode de mise en équivalence prévoit un paiement conditionné par la réalisation de performances futures (« earn out »), le montant estimé du paiement conditionnel futur est inclus dans le coût initial d'acquisition inscrit au bilan en contrepartie d'un passif financier. La différence éventuelle entre l'estimation initiale et le paiement effectif est enregistrée dans la valeur des participations mises en équivalence, sans effet sur le compte de résultat.

Les actifs et passifs, produits et charges des filiales de distribution des Vins et Spiritueux détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part correspondant aux seules activités du Groupe (voir Note 1.27).

L'intégration, individuellement ou collectivement, des sociétés non consolidées (voir Liste des sociétés non incluses dans la consolidation) n'aurait pas d'impact significatif sur les principaux agrégats du Groupe.

## 1.8 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 ».

En cas d'hyperinflation, la norme IAS 29 est appliquée.

## 1.9 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 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 ».

Les instruments dérivés affectés à la couverture d'opérations commerciales, financières ou patrimoniales sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché (voir Note 1.10) à la date de clôture. La variation de valeur de ces instruments dérivés au titre des parts efficaces est enregistrée comme suit :

- pour les couvertures à caractère commercial :
  - en coût des ventes pour les couvertures de créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture,
  - en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation », pour les couvertures de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré en coût des ventes lors de la comptabilisation des créances et dettes commerciales objets de la couverture ;
- pour les couvertures relatives à l'acquisition d'actifs immobilisés en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation », pour les couvertures de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré à l'actif du bilan, au sein du coût d'entrée de l'élément couvert lors de la comptabilisation de celui-ci à l'actif du bilan, puis en compte de résultat en cas de cession ou de dépréciation de l'élément couvert ;
- pour les couvertures à caractère patrimonial (couverture de situations nettes de filiales dont la monnaie fonctionnelle est différente de l'euro), au sein des capitaux propres, en « Écarts de conversion », ce montant étant transféré en compte de résultat lors de la cession ou de la liquidation (partielle ou totale) de la filiale dont la situation nette est couverte ;

- pour les couvertures à caractère financier, en Résultat financier, au sein des « Autres produits et charges financiers ».

Les variations de valeur de ces instruments dérivés liées aux points de terme des contrats à terme ainsi qu'à la valeur temps des contrats d'options sont enregistrées comme suit :

- pour les couvertures à caractère commercial en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ». Le coût des contrats à terme (points de terme) et des options (primes) est transféré en coût des dérivés de change au sein du résultat financier à la réalisation de la transaction couverte ;
- pour les couvertures à caractère patrimonial et financier, les charges et produits liés aux points de terme sont enregistrés *pro rata temporis* en Coût de la dette financière brute sur la durée des instruments de couverture. L'écart entre les montants comptabilisés en Résultat financier et la variation de valeur liée aux points de terme est comptabilisé en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ».

En l'absence de relation de couverture, les variations de valeur de marché des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Voir également Note 1.22 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

## 1.10 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 au bilan sont les suivants :

	Modalités de détermination de la juste valeur	Montants à la date de clôture
Terres à vigne	Sur la base de transactions récentes portant sur des actifs similaires. Voir Note 1.14.	Note 6
Vendanges	Sur la base des prix d'achat de raisins équivalents. Voir Note 1.18.	Note 11
Instruments dérivés	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés. Voir Note 1.23.	Note 23
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. Voir Note 1.22.	Note 19
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. Voir Note 1.13.	Note 21
Investissements et placements financiers	Actifs cotés : cotation boursière au cours de clôture de la date d'arrêt. Actifs non cotés : estimation de leur valeur de réalisation, soit selon des formules de calcul reposant sur des données de marché, soit sur la base de cotations privées. Voir Note 1.17.	Note 9, Note 14
Trésorerie et équivalents de trésorerie (parts de SICAV et FCP)	Sur la base de la valeur liquidative en date de clôture. Voir Note 1.20.	Note 15

Aucun autre actif ou passif n'a été réévalué à sa valeur de marché à la date de clôture.

## 1.11 Marques 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 5 et 20 ans, en fonction de l'estimation de la durée de leur utilisation.

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles suivant la méthodologie présentée en Note 1.16.

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 liés aux contrats de sponsoring et de partenariats médiatiques : sur la durée des contrats, selon les modalités d'exploitation des droits ;

- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels, sites internet : 1 à 5 ans.

## 1.12 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 valeur de marché 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 valeur de marché 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 ».

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 1.16. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

## 1.13 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 « Engagements d'achat de titres de minoritaires », au passif du bilan ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont annulés ;
- pour les engagements contractés antérieurement au 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires est enregistrée en déduction des capitaux propres, en « Autres réserves ».

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

## 1.14 Immobilisations corporelles

La valeur brute des immobilisations corporelles, à l'exception des terres à vigne, est constituée de leur coût d'acquisition.

Les terres à vigne 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. 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 immeubles majoritairement occupés par des tiers sont présentés en immeubles locatifs, à leur coût d'acquisition, sans réévaluation à valeur de marché.

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. Dans le cas d'actifs associés à un contrat de location, la durée d'amortissement est plafonnée à celle retenue pour le calcul de la dette locative.

Les durées retenues sont les suivantes :

- constructions, immeubles locatifs : 20 à 100 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.

## 1.15 Contrats de location

Le Groupe applique la norme IFRS 16 relative aux contrats de location depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019. La première application a été réalisée selon la méthode de transition dite «rétrospective modifiée» ; voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés 2019 concernant les détails relatifs à la première application d'IFRS 16 et les effets de sa première application sur les états financiers 2019.

Lors de la conclusion d'un contrat de location, un passif est enregistré au bilan correspondant aux paiements futurs actualisés de la part fixe des loyers, en contrepartie de droits d'utilisation à l'actif amortis sur la durée du contrat. Le montant du passif est sensiblement dépendant des hypothèses retenues en matière de durée des engagements et, dans une moindre mesure, de taux d'actualisation. L'implantation géographique étendue du Groupe le conduit à rencontrer une grande diversité de modalités juridiques dans l'établissement des contrats.

La durée du contrat généralement retenue pour le calcul du passif est celle du contrat initialement négocié, sans prise en compte des options de résiliation anticipée, sauf cas particulier. Lorsque les contrats incluent des options d'extension, la durée retenue pour le calcul du passif peut inclure celles-ci principalement lorsque la durée d'utilisation prévue des actifs immobilisés, investis initialement ou en cours de vie du contrat, est supérieure à la durée contractuelle initiale.

La durée retenue pour la détermination des dettes locatives lorsque l'engagement de location est inférieur à douze mois mais que des actifs ont été immobilisés en relation avec ce contrat est cohérente avec la durée d'utilisation prévue des actifs investis. Il s'agit, le plus souvent, de contrats de location d'emplacements commerciaux renouvelables annuellement par tacite reconduction.

La norme prévoit que le taux d'actualisation de chaque contrat soit déterminé par référence au taux d'emprunt marginal de la filiale contractante. En pratique, compte tenu de l'organisation du financement du Groupe, porté ou garanti quasi exclusivement par LVMH SE, le taux d'emprunt marginal généralement retenu est la somme du taux sans risque pour la devise du contrat, par référence à sa durée, et du risque de crédit du Groupe pour cette même référence de devise et de durée.

Les droits au bail et les immobilisations corporelles relatives aux obligations de remise en état des locaux pris en location sont présentés au sein des Droits d'utilisation et amortis selon les mêmes principes que ceux décrits ci-dessus.

Le Groupe a mis en place un outil informatique dédié pour collecter les données contractuelles et effectuer les calculs imposés par la norme.

L'incidence de l'application d'IFRS 16 sur le tableau de variation de la trésorerie étant significative en raison de l'importance des loyers fixes pour les activités du Groupe, des indicateurs spécifiques sont utilisés pour les besoins internes de suivi de la performance ainsi qu'à des fins de communication financière, afin de présenter des indicateurs de performance cohérents, indépendamment du caractère fixe ou variable des loyers payés. Ainsi, les paiements relatifs aux loyers fixes capitalisés sont déduits en totalité des flux permettant de calculer l'agrégat intitulé «cash-flow disponible d'exploitation», qui constitue un Indicateur Alternatif de Performance. Le rapprochement entre la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et le cash-flow disponible d'exploitation est présenté au niveau du Tableau de variation de la trésorerie consolidée.

## 1.16 Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont réalisés pour les actifs immobilisés corporels, incorporels et relatifs aux contrats de location dès lors qu'un indice de perte de valeur apparaît (suite notamment à des modifications importantes survenues dans les conditions

d'exploitation de l'actif), 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 que l'on espère générer de ces actifs, en tenant compte de leur valeur résiduelle. 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; en général, un secteur d'activité tel que défini ci-avant correspond à une Maison au sein du Groupe. Au sein du secteur d'activité, peuvent être déterminées des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de boutiques.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluriannuels établis par la direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections 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. Les taux d'actualisation sont définis par groupe d'activités, par référence à des sociétés exerçant des activités comparables. 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. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux.

## 1.17 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 (présentés au sein des «Autres actifs courants», voir Note 13) incluent des placements temporaires

en actions, parts de SICAV, ou de 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 1.20).

Investissements et placements financiers sont évalués au cours de clôture s'il s'agit d'actifs cotés, et, s'il s'agit d'actifs non cotés, sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation, effectuée soit selon des formules de calcul reposant sur des données de marché, soit sur la base de cotations privées à la date de clôture.

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en Résultat financier (au sein des «Autres produits et charges financiers» voir Note 26) pour l'ensemble des titres détenus en portefeuille au cours des périodes publiées.

À son niveau, Financière Agache intègre, sans retraitement, les données du groupe LVMH. Pour ce qui concerne ses propres investissements et placements financiers des filiales consolidées hors périmètre LVMH, comme l'y autorise la norme IFRS 9, Financière Agache a opté pour la présentation en capitaux propres (au sein des écarts de réévaluation relatifs aux investissements et placements financiers). Néanmoins, Financière Agache se réserve la possibilité de choisir, ligne par ligne, le mode de comptabilisation de leur variation de valeur de marché, soit en résultat financier, soit directement en capitaux propres pour ses futurs investissements et placements financiers.

## 1.18 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, 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 aux champagnes, spiritueux (cognac, whisky et rhum, notamment), et vins, 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.

## 1.19 Créances clients, autres créances et prêts

Les créances clients, autres créances et prêts sont comptabilisés au coût amorti correspondant à leur valeur nominale. La part des créances et prêts non couverts par une assurance-crédit donne lieu à l'enregistrement d'une dépréciation dès l'enregistrement des créances, à hauteur des pertes attendues à l'échéance. Celle-ci reflète la probabilité de défaut des contreparties et le taux de perte attendue, évalués, selon les cas, sur la base de statistiques historiques, d'informations communiquées par les agences de crédit, ou de notes attribuées par les agences de notation.

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.

## 1.20 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, basée sur le cours de bourse et sur le cours de change à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

## 1.21 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. Voir également Notes 1.25 et 20.

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.

## 1.22 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, au niveau des « Effets des réévaluations de la dette

financière et instruments de taux ». Voir Note 1.10 concernant l'évaluation à valeur de marché de la dette couverte. Les charges et produits d'intérêt relatifs aux instruments de couverture sont enregistrés en Résultat financier au niveau du « Coût de la dette financière brute ».

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.

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 investissements financiers en couverture de dette financière, 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.

## 1.23 Instruments dérivés

Le Groupe négocie des instruments financiers dérivés dans le cadre de sa stratégie de couverture des risques de change, de taux d'intérêt et de métaux précieux.

Concernant la couverture du risque de change commercial, financier ou patrimonial, le Groupe a recours à des options, des contrats à terme, des swaps cambistes, et des cross-currency swaps. Les valeurs temps des options, la composante points de terme des contrats à terme et des swaps cambistes ainsi que la composante *foreign currency basis spread* des *cross-currency swaps* sont systématiquement exclues de la relation de couverture. Par conséquent, seule la valeur intrinsèque des instruments est considérée comme instrument de couverture. Concernant les éléments couverts (flux de trésorerie futurs en devises, dettes et créances commerciales ou financières en devises, situations nettes de filiales dont la monnaie fonctionnelle est différente de l'euro), seule leur variation de valeur au titre du risque de change est considérée comme élément couvert. Ainsi, l'alignement des principales caractéristiques des instruments (nominiaux, devises, échéances) de couverture, avec celles des éléments couverts, permet une parfaite compensation des variations de valeur.

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 1.9 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.22 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

La valeur de marché est établie sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés.

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

## 1.24 Actions Financière Agache, Christian Dior et LVMH auto-détenues

### Actions auto-détenues Financière Agache

Les actions Financière Agache 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 selon la méthode « premier entré – premier sorti » (FIFO). Les résultats de cession sont inscrits directement en capitaux propres.

### Actions auto-détenues Christian Dior et LVMH

Les achats/ventes par Christian Dior et LVMH de leurs propres titres et les augmentations de capital de LVMH SE en faveur des bénéficiaires des options de souscription d'actions, à l'origine de variations de pourcentage d'intérêt du groupe Financière Agache dans Christian Dior et dans LVMH, sont traités dans les comptes consolidés du groupe Financière Agache comme des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010, en raison de la révision d'IFRS 3, les variations de pourcentage du groupe Financière Agache dans Christian Dior et dans LVMH sont enregistrées dans les capitaux propres.

Cette disposition étant d'application prospective, les écarts d'acquisition enregistrés au 31 décembre 2009 ont été maintenus à l'actif du bilan.

## 1.25 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 donne lieu à provision au bilan (voir Note 29). 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.

## 1.26 Impôts courants et différés

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible des différentes sociétés consolidées, l'impôt différé résultant des différences temporelles et la variation des positions fiscales incertaines.

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 dépréciées si estimées 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.

## 1.27 Comptabilisation des ventes

### Définition des ventes

Les ventes incluent principalement des ventes au détail dans le cadre des boutiques du Groupe (incluant les sites de e-commerce) et des ventes de gros à des distributeurs et agents. Sont assimilées à des opérations au détail les ventes effectuées dans le cadre de boutiques 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 essentiellement 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 du transfert de propriété, qui intervient généralement lors de l'achat par la clientèle.

Les ventes de gros proviennent essentiellement 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.

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 de services, qui concernent principalement les Autres activités, sont comptabilisées lors de la réalisation de la prestation.

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. Les ventes de détail, et en particulier les ventes réalisées via les sites de e-commerce, génèrent également des retours de produits de la part des clients.

Lorsque ces pratiques sont établies, les ventes enregistrées sont diminuées d'un montant correspondant à une estimation de ces retours, en contrepartie d'une provision comptabilisée au sein des Autres passifs courants (Voir Note 22.2) 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 le Groupe et Diageo étant régi par les accords de distribution. Selon ces accords, les actifs et passifs, produits et charges des entités concernées sont consolidés à hauteur de la part correspondant aux seules activités du Groupe.

## 1.28 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 au sein des charges commerciales 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.

## 1.29 Plans d'actions gratuites et assimilés

L'estimation du gain pour les plans d'attribution d'actions gratuites 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. En cas de plans d'attribution d'actions gratuites assortis de conditions de performance, la charge de l'exercice intègre les attributions provisoires pour lesquelles l'atteinte des conditions est jugée probable.

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.

En cas de plan de rémunérations lié au cours de l'action LVMH, et dénoué 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'au dénouement, la variation de l'espérance de gain résultant de la variation du cours de l'action LVMH est enregistrée en compte de résultat.

Dans le cadre du plan LVMH Shares, la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés (décote et abondement) est calculée sur la base du cours de l'action à la date d'attribution des actions.

## 1.30 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, le cas échéant, sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution. Les instruments dilutifs émis par les filiales sont également pris en compte dans la détermination du résultat net, part du Groupe après dilution.

## Note 2. Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

### Partenariat avec Accor pour le développement d'Orient Express

En juin 2024, LVMH et Accor ont conclu un partenariat stratégique en vue d'accélérer le développement d'Orient Express, notamment au travers de l'exploitation de trains, d'hôtels et de voiliers.

### Autres

En janvier 2024, LVMH a acquis une participation majoritaire dans Nuti Ivo SpA, entreprise italienne spécialisée dans le travail du cuir depuis 1955. Tout au long de l'année, LVMH a pris des participations majoritaires peu significatives dans diverses entreprises spécialisées dans les Métiers d'art, tels le travail du cuir, la joaillerie, les pièces métalliques ou les mouvements horlogers.

En avril 2024, le groupe Financière Agache a renforcé sa participation et pris le contrôle d'une société détenant indirectement une participation minoritaire dans un ensemble immobilier commercial.

En juin 2024, LVMH a acquis la totalité de Swiza, propriétaire de L'Épée 1839, manufacture suisse dédiée à la fabrication d'horloges haut de gamme.

En juin 2024, LVMH a acquis une participation complémentaire de 10 % dans Maison Francis Kurkdjian.

En septembre 2024, LVMH a cédé 100 % de Off-White.

En octobre 2024, LVMH a acquis la totalité de l'hebdomadaire Paris Match, l'un des plus prestigieux titres de presse en France créé en mars 1949, et a acquis une participation complémentaire de 5 % dans les activités de Sephora au Moyen-Orient.

En novembre 2024, le groupe Financière Agache a acquis une participation majoritaire dans le Paris FC, club de football. Cette participation sera consolidée en 2025.

Les participations nouvellement consolidées en 2024 n'ont pas d'incidence significative sur les ventes et le résultat opérationnel courant de l'exercice.

### Note 3. Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024		31 déc. 2023	31 déc. 2022
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Marques	21 490	(681)	20 809	20 460
Enseignes	4 205	(1 737)	2 467	2 336
Licences de distribution	50	(42)	8	12
Logiciels, sites internet	4 398	(3 168)	1 230	1 035
Autres	1 793	(1 077)	716	717
<b>Total</b>	<b>31 936</b>	<b>(6 705)</b>	<b>25 231</b>	<b>24 559</b>

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Autres immobilisations incorporelles	Total
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>21 124</b>	<b>3 972</b>	<b>3 946</b>	<b>1 616</b>	<b>30 658</b>
Acquisitions	-	-	393	444	837
Cessions, mises hors service	(2)	-	(322)	(87)	(411)
Effets des variations de périmètre	(91)	-	4	126	39
Effets des variations de change	459	233	81	10	783
Reclassements	-	-	297	(267)	30
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>21 490</b>	<b>4 205</b>	<b>4 398</b>	<b>1 843</b>	<b>31 936</b>

<i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Autres immobilisations incorporelles	Total
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>(664)</b>	<b>(1 636)</b>	<b>(2 912)</b>	<b>(888)</b>	<b>(6 099)</b>
Amortissements	(7)	-	(511)	(295)	(813)
Dépréciations	-	-	(3)	1	(3)
Cessions, mises hors service	2	-	322	87	411
Effets des variations de périmètre	-	-	(3)	(12)	(14)
Effets des variations de change	(12)	(101)	(60)	(6)	(179)
Reclassements	-	-	(2)	(5)	(7)
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>(681)</b>	<b>(1 737)</b>	<b>(3 168)</b>	<b>(1 119)</b>	<b>(6 705)</b>
<b>Valeur nette au 31 décembre 2024</b>	<b>20 809</b>	<b>2 467</b>	<b>1 230</b>	<b>724</b>	<b>25 231</b>

Les effets des variations de change résultent principalement des marques et enseignes comptabilisées en dollar US en raison de l'évolution de la parité du dollar US vis-à-vis de l'euro entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024.

## Note 4. Écarts d'acquisition

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2024			31 déc. 2023	31 déc. 2022
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	19 539	(1 647)	17 891	17 163	16 705
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 239	-	1 239	5 682	6 899
<b>Total</b>	<b>20 777</b>	<b>(1 647)</b>	<b>19 130</b>	<b>22 845</b>	<b>23 605</b>

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2024			2023	2022
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>24 443</b>	<b>(1 598)</b>	<b>22 845</b>	<b>23 605</b>	<b>24 727</b>
Effets des variations de périmètre	156	-	156	713	604
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	(4 378)	-	(4 378)	(1 235)	(2 204)
Variation des dépréciations	-	(12)	(12)	-	(27)
Effets des variations de change	557	(37)	520	(237)	504
<b>Au 31 décembre</b>	<b>20 777</b>	<b>(1 647)</b>	<b>19 130</b>	<b>22 845</b>	<b>23 605</b>

Voir Note 21 pour les écarts d'acquisition relatifs aux engagements d'achat de titres de minoritaires.

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Swiza, de Nuti Ivo, de l'investissement dans Orient Express, ainsi que de diverses acquisitions réalisées antérieurement mais non encore consolidées au 31 décembre

2023, partiellement compensés par la cession d'Off-White. Voir Note 2.

Les effets des variations de change résultent principalement des écarts d'acquisition comptabilisés en dollar US en raison de l'évolution de la parité du dollar US vis-à-vis de l'euro entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024.

## Note 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 au 31 décembre 2024. Il n'a pas été enregistré de dépréciation significative au cours de l'exercice 2024 à l'issue de ces tests.

## Note 6. Immobilisations corporelles

(en millions d'euros)	31 décembre 2024			31 déc. 2023	31 déc. 2022
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	8 026	(24)	8 002	7 424	4 978
Terres à vigne et vignobles <sup>(a)</sup>	3 179	(141)	3 038	2 948	2 729
Constructions	8 906	(3 418)	5 488	5 165	4 725
Immeubles locatifs	502	(63)	439	345	464
Agencements, matériels et installations	23 472	(15 744)	7 728	6 653	5 773
Immobilisations en-cours	2 397	(74)	2 323	2 081	1 809
Autres immobilisations corporelles	3 344	(678)	2 667	2 422	2 290
<b>Total</b>	<b>49 826</b>	<b>(20 142)</b>	<b>29 684</b>	<b>27 039</b>	<b>22 767</b>
<i>Dont : Coût historique des terres à vigne</i>	<i>1 030</i>	<i>-</i>	<i>1 030</i>	<i>924</i>	<i>760</i>

(a) Les terres à vigne constituent la quasi-totalité de la valeur nette du poste Terres à vigne et vignobles.

La variation des immobilisations corporelles au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute (en millions d'euros)	Terres à vigne et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobilisations en-cours	Autres immobilisations corporelles	Total
				Boutiques et hôtels	Production, logistique	Autres			
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>3 084</b>	<b>15 667</b>	<b>398</b>	<b>14 309</b>	<b>4 245</b>	<b>2 326</b>	<b>2 126</b>	<b>3 064</b>	<b>45 220</b>
Acquisitions	28	646	2	1 210	230	175	2 173	256	4 720
Variation de la valeur de marché des terres à vigne	23	-	-	-	-	-	-	-	23
Cessions, mises hors service	(9)	(73)	-	(747)	(91)	(172)	(2)	(57)	(1 151)
Effets des variations de périmètre	-	23	-	(3)	67	6	43	2	138
Effets des variations de change	34	214	11	366	59	50	38	36	807
Autres mouvements, y compris transferts	18	454	91	1 001	249	194	(1 981)	44	70
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>3 179</b>	<b>16 932</b>	<b>502</b>	<b>16 135</b>	<b>4 759</b>	<b>2 578</b>	<b>2 397</b>	<b>3 344</b>	<b>49 826</b>

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Terres à vigne et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobilisations en-cours	Autres immobilisations corporelles	Total
				Boutiques et hôtels	Production, logistique	Autres			
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>(136)</b>	<b>(3 078)</b>	<b>(53)</b>	<b>(9 753)</b>	<b>(2 899)</b>	<b>(1 575)</b>	<b>(45)</b>	<b>(642)</b>	<b>(18 181)</b>
Amortissements	(9)	(399)	(6)	(1 537)	(291)	(225)	-	(92)	(2 559)
Dépréciations	-	(2)	-	(80)	(1)	(6)	(29)	1	(117)
Cessions, mises hors service	3	68	-	744	87	172	-	56	1 130
Effets des variations de périmètre	-	(6)	-	4	(48)	(4)	-	(1)	(56)
Effets des variations de change	(1)	(41)	(1)	(243)	(23)	(39)	(1)	(5)	(354)
Autres mouvements, y compris transferts	-	17	(4)	(69)	(9)	51	1	6	(7)
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>(141)</b>	<b>(3 442)</b>	<b>(63)</b>	<b>(10 934)</b>	<b>(3 184)</b>	<b>(1 626)</b>	<b>(74)</b>	<b>(678)</b>	<b>(20 142)</b>
<b>Valeur nette au 31 décembre 2024</b>	<b>3 038</b>	<b>13 490</b>	<b>439</b>	<b>5 201</b>	<b>1 576</b>	<b>951</b>	<b>2 323</b>	<b>2 667</b>	<b>29 684</b>

Au sein du poste « Autres immobilisations corporelles » figurent notamment les œuvres d'art détenues par le Groupe.

En 2024, les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent principalement les investissements des Maisons du Groupe dans leurs réseaux de distribution, notamment ceux de Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Tiffany et Sephora. Elles comprennent également les investissements des Maisons de champagne, de Hennessy et de Parfums Christian Dior dans leur outil de production, ainsi que les investissements relatifs aux activités

hôtelières du Groupe. En outre, des acquisitions d'immeubles à Tokyo et à Paris ont été réalisées par des sociétés holdings du Groupe ou des Maisons, principalement en vue d'y exploiter des boutiques.

Les effets des variations de change sur les immobilisations corporelles résultent principalement des immobilisations comptabilisées en dollar US et en livre sterling en raison de l'évolution de la parité de ces devises vis-à-vis de l'euro entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024.

## Note 7. Contrats de location

### 7.1 Droits d'utilisation

Les droits d'utilisation se décomposent ainsi, par nature d'actif sous-jacent :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2024			31 déc. 2023	31 déc. 2022
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Boutiques	23 054	(10 070)	12 984	12 206	11 202
Bureaux	3 754	(1 453)	2 300	2 253	2 274
Autres	1 567	(524)	1 043	896	856
<b>Loyers fixes capitalisés</b>	<b>28 375</b>	<b>(12 048)</b>	<b>16 327</b>	<b>15 355</b>	<b>14 332</b>
Droits au bail	929	(643)	286	317	277
<b>Total</b>	<b>29 304</b>	<b>(12 691)</b>	<b>16 613</b>	<b>15 673</b>	<b>14 609</b>

La variation du solde net des droits d'utilisation au cours de l'exercice est constituée des éléments suivants :

<i>Valeur nette</i> <i>(en millions d'euros)</i>	Loyers fixes capitalisés				Droits au bail	Total
	Boutiques	Bureaux	Autres	Total		
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>12 206</b>	<b>2 253</b>	<b>896</b>	<b>15 355</b>	<b>317</b>	<b>15 673</b>
Mise en place de nouveaux contrats de location	2 346	282	275	2 903	28	2 931
Effets des modifications d'hypothèses	698	104	34	837	-	837
Fins et résiliations anticipées des contrats	(19)	(1)	(7)	(26)	(3)	(29)
Amortissements	(2 587)	(383)	(160)	(3 130)	(56)	(3 186)
Dépréciations	(47)	13	(5)	(38)	(4)	(42)
Effets des variations de périmètre	-	(1)	8	7	-	7
Effets des variations de change	358	37	18	413	2	414
Autres mouvements, y compris transferts	27	(4)	(17)	7	1	8
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>12 984</b>	<b>2 300</b>	<b>1 043</b>	<b>16 327</b>	<b>286</b>	<b>16 613</b>

Les mises en place de contrats de location concernent des locations de boutiques, notamment chez Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Tiffany et Sephora. Il s'agit également de contrats relatifs à la location de locaux administratifs, principalement chez Louis Vuitton. Les effets de modifications d'hypothèses résultent essentiellement de la révision de la durée estimée des

baux. Ces deux natures de variation conduisent à l'augmentation concomitante des droits d'utilisation et des dettes locatives.

Les effets des variations de change résultent principalement des contrats de location comptabilisés en dollar US et en dollar de Hong Kong en raison de l'évolution de la parité de ces devises vis-à-vis de l'euro entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024.

## 7.2 Dettes locatives

Les dettes locatives se décomposent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Dettes locatives à plus d'un an	14 860	13 810	12 776
Dettes locatives à moins d'un an	2 972	2 728	2 632
<b>Total</b>	<b>17 832</b>	<b>16 538</b>	<b>15 408</b>

La variation des dettes locatives au cours de l'exercice est constituée des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Boutiques	Bureaux	Autres	Total
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>13 083</b>	<b>2 546</b>	<b>910</b>	<b>16 538</b>
Mise en place de nouveaux contrats de location	2 321	272	275	2 868
Remboursement du nominal	(2 401)	(335)	(139)	(2 875)
Variation des intérêts courus	17	6	3	26
Fins et résiliations anticipées des contrats	(21)	(2)	(8)	(32)
Effets des modifications d'hypothèses	686	104	33	824
Effets des variations de périmètre	-	(1)	11	11
Effets des variations de change	408	45	22	475
Autres mouvements, y compris transferts	5	(3)	(6)	(4)
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>14 099</b>	<b>2 633</b>	<b>1 101</b>	<b>17 832</b>

Le tableau suivant présente l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux dettes locatives comptabilisées au 31 décembre 2024 :

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2024 Total paiements minima futurs
Échéance : 2025	3 399
2026	3 025
2027	2 583
2028	2 231
2029	1 829
Entre 2030 et 2034	5 278
Entre 2035 et 2039	1 281
Au-delà	1 075
<b>Total paiements minima futurs</b>	<b>20 702</b>
Effet de l'actualisation	(2 869)
<b>Total dette locative</b>	<b>17 832</b>

### 7.3 Analyse de la charge de location

La charge de location de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Amortissements et dépréciations des loyers fixes capitalisés	3 168	2 980	2 950
Intérêts sur dettes locatives	510	393	254
<b>Charge relative aux loyers fixes capitalisés</b>	<b>3 678</b>	<b>3 373</b>	<b>3 204</b>
Loyers variables	2 509	2 788	2 445
Contrats de courte durée et/ou portant sur des actifs de faible valeur	582	548	458
<b>Autres charges de loyer</b>	<b>3 091</b>	<b>3 336</b>	<b>2 902</b>
<b>Total</b>	<b>6 769</b>	<b>6 710</b>	<b>6 107</b>

Dans certains pays, les locations de boutiques comprennent un montant minimal et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. Conformément aux dispositions d'IFRS 16, seule la part fixe

minimale fait l'objet d'une capitalisation. Les autres charges de loyer sont essentiellement relatives aux loyers variables.

Les décaissements relatifs aux contrats de location non capitalisés sont peu différents de la charge comptabilisée.

### Note 8. Participations mises en équivalence

<i>(en millions d'euros)</i>	2024		2023		2022	
	Net	Dont Activités en partenariat	Net	Dont Activités en partenariat	Net	Dont Activités en partenariat
<b>Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>831</b>	<b>333</b>	<b>906</b>	<b>334</b>	<b>925</b>	<b>270</b>
Part dans le résultat de la période	39	18	7	4	37	4
Dividendes versés	(71)	(11)	(50)	(9)	(60)	(9)
Effets des variations de périmètre	926	-	63	-	30	31
Effets des souscriptions aux augmentations de capital	22	11	11	5	28	26
Effets des variations de change	43	9	(16)	(6)	15	8
Effet des dépréciations des écarts d'acquisition et marques enregistrées par des sociétés mises en équivalence	(67)	(26)	(98)	-	-	-
Autres, y compris transferts	15	2	8	5	(69)	3
<b>Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre</b>	<b>1 738</b>	<b>336</b>	<b>831</b>	<b>333</b>	<b>906</b>	<b>334</b>

Les effets de variation de périmètre résultent principalement du renforcement de la participation indirecte du Groupe dans une société détenant un ensemble immobilier commercial (voir Note 2) ainsi que du partenariat stratégique conclu avec Accor pour le développement d'Orient Express.

L'effet des dépréciations des écarts d'acquisitions et marques enregistrées par les sociétés mises en équivalence est présenté en Autres produits et charges opérationnels au compte de résultat consolidé (voir Note 25).

## Note 9. Investissements financiers

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

(en millions d'euros)	2024	2023	2022
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>4 320</b>	<b>3 704</b>	<b>3 790</b>
Acquisitions	1 149	791	677
Cessions à valeur de vente	(139)	(228)	(334)
Variations de valeur de marché <sup>(a)</sup>	209	198	(505)
Effets des variations de périmètre	(656)	(120)	(6)
Effets des variations de change	33	(26)	100
Reclassements	(25)	-	(18)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>4 891</b>	<b>4 320</b>	<b>3 704</b>

(a) Enregistrées en résultat financier pour les investissements financiers détenus par le groupe Christian Dior. Pour les investissements financiers des sociétés du palier Financière Agache, la variation de juste valeur est constatée en écarts de réévaluation. Voir Note 1.17.

Les effets des variations de périmètre de 2024 sont relatifs à la première consolidation de diverses acquisitions réalisées antérieurement mais non encore consolidées au 31 décembre 2023, ainsi qu'au changement de méthode de consolidation de la participation du Groupe dans une société détenant indirectement une participation minoritaire dans un ensemble immobilier commercial (voir Notes 2 et 8).

En septembre 2024, LVMH et Remo Ruffini, Président-directeur général de Moncler, ont conclu un pacte d'investissement dans

lequel LVMH prévoit d'acquérir, sur une période de 19 mois, jusqu'à 22% du capital et des droits de vote de Double R, l'entité holding de contrôle de Moncler, propriété de M. Ruffini. Double R détiendra jusqu'à 18,50% de Moncler.

Au 31 décembre 2024, le montant des titres en attente de consolidation est peu significatif; l'essentiel de ces investissements fera l'objet d'une consolidation en 2025.

## Note 10. Autres actifs non courants

(en millions d'euros)	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Dépôts de garantie	602	578	554
Instruments dérivés <sup>(a)</sup>	106	99	97
Créances et prêts	599	572	567
Autres	127	98	91
<b>Total</b>	<b>1 435</b>	<b>1 347</b>	<b>1 310</b>

(a) Voir Note 23.

## Note 11. Stocks et en-cours

(en millions d'euros)	31 décembre 2024			31 déc. 2023	31 déc. 2022
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	7 086	(51)	7 035	6 582	5 932
Autres matières premières et en-cours	5 354	(981)	4 373	4 559	4 187
	<b>12 440</b>	<b>(1 032)</b>	<b>11 408</b>	<b>11 141</b>	<b>10 120</b>
Marchandises	3 562	(334)	3 228	3 090	2 769
Produits finis	11 749	(2 245)	9 504	9 161	7 790
	<b>15 311</b>	<b>(2 579)</b>	<b>12 732</b>	<b>12 251</b>	<b>10 559</b>
<b>Total</b>	<b>27 751</b>	<b>(3 611)</b>	<b>24 140</b>	<b>23 392</b>	<b>20 679</b>

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024			2023	2022
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>26 567</b>	<b>(3 175)</b>	<b>23 392</b>	<b>20 679</b>	<b>16 837</b>
Variation du stock brut	1 232	-	1 232	4 314	4 135
Effet de la provision pour retours <sup>(a)</sup>	3	-	3	(10)	(17)
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(43)	-	(43)	54	24
Variation de la provision pour dépréciation	-	(834)	(834)	(986)	(565)
Effets des variations de périmètre	107	(10)	97	(80)	152
Effets des variations de change	433	(55)	378	(574)	127
Autres, y compris reclassements	(548)	463	(86)	(5)	(12)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>27 750</b>	<b>(3 611)</b>	<b>24 140</b>	<b>23 392</b>	<b>20 679</b>

(a) Voir Note 1.27.

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	(27)	62	40
Effets des sorties de stocks de l'exercice	(16)	(8)	(16)
<b>Incidence nette sur le coût des ventes de l'exercice</b>	<b>(43)</b>	<b>54</b>	<b>24</b>
<b>Incidence nette sur la valeur des stocks au 31 décembre</b>	<b>93</b>	<b>136</b>	<b>82</b>

Voir Notes 1.10 et 1.18 concernant la méthode d'évaluation des vendanges à leur valeur de marché.

## Note 12. Clients

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Créances à valeur nominale	4 858	4 844	4 370
Provision pour dépréciation	(125)	(115)	(111)
<b>Montant net</b>	<b>4 732</b>	<b>4 729</b>	<b>4 259</b>

La variation des créances clients au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024			2023	2022
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>4 844</b>	<b>(115)</b>	<b>4 729</b>	<b>4 259</b>	<b>3 787</b>
Variation des créances brutes	(136)	-	(136)	695	395
Variation de la provision pour dépréciation	-	(15)	(15)	(19)	6
Effets des variations de périmètre	85	(3)	83	27	44
Effets des variations de change	35	(1)	34	(217)	49
Reclassements	29	9	38	(17)	(20)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>4 858</b>	<b>(125)</b>	<b>4 732</b>	<b>4 729</b>	<b>4 259</b>

Le solde des créances 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 de longue date.

## Note 13. Autres actifs courants

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Placements financiers <sup>(a)</sup>	7 453	6 173	5 577
Instruments dérivés <sup>(b)</sup>	321	543	463
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	2 030	1 834	1 602
Fournisseurs : avances et acomptes	282	329	388
Charges constatées d'avance	839	681	615
Autres créances	1 073	865	887
<b>Total</b>	<b>11 998</b>	<b>10 424</b>	<b>9 532</b>

(a) Voir Note 14.

(b) Voir Note 23.

## Note 14. Placements financiers

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>6 173</b>	<b>5 577</b>	<b>4 632</b>
Acquisitions	275	173	1 730
Cessions à valeur de vente	(62)	(192)	(396)
Variations de valeur de marché <sup>(a)</sup>	1 070	597	(462)
Effets des variations de périmètre	-	-	9
Effets des variations de change	(3)	17	46
Reclassements et Autres	-	1	18
<b>Au 31 décembre</b>	<b>7 453</b>	<b>6 173</b>	<b>5 577</b>
<i>Dont coût historique des placements financiers</i>	<i>4 390</i>	<i>4 394</i>	<i>4 204</i>

(a) Enregistrées en résultat financier pour les placements financiers détenus par le groupe Christian Dior (voir Note 26) et en écarts de réévaluation pour les placements financiers des sociétés du palier Financière Agache.

## Note 15. Trésorerie et variations de trésorerie

### 15.1 Trésorerie et équivalents de trésorerie

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Dépôts à terme à moins de trois mois	2 306	1 466	1 121
Parts de SICAV et de FCP	624	310	306
Comptes bancaires	7 122	6 329	6 325
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan</b>	<b>10 052</b>	<b>8 105</b>	<b>7 751</b>

Le rapprochement entre le montant de la trésorerie et équivalents de trésorerie apparaissant au bilan et le montant de la trésorerie nette figurant dans le tableau de variation de trésorerie s'établit de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Trésorerie et équivalents de trésorerie	10 052	8 105	7 751
Découverts bancaires	(362)	(255)	(200)
<b>Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie</b>	<b>9 690</b>	<b>7 851</b>	<b>7 551</b>

## 15.2 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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2024	2023	2022
Variation des stocks et en-cours	11	(1 232)	(4 314)	(4 135)
Variation des créances clients et comptes rattachés	12	136	(695)	(395)
Variation des soldes clients créditeurs	22.1	106	24	6
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés	22.1	(667)	431	1 526
Variation des autres créances et dettes		(392)	(110)	8
<b>Variation du besoin en fonds de roulement<sup>(a)</sup></b>		<b>(2 049)</b>	<b>(4 667)</b>	<b>(2 991)</b>

(a) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

## 15.3 Investissements d'exploitation

Les investissements d'exploitation au cours des exercices présentés sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2024	2023	2022
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(837)	(1 000)	(685)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(4 720)	(6 808)	(4 398)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		29	324	161
Coûts de mise en place des contrats de location	7	4	(53)	(27)
<b>Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations</b>		<b>(5 524)</b>	<b>(7 537)</b>	<b>(4 948)</b>
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations		21	136	75
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(33)	(78)	(94)
<b>Investissements d'exploitation<sup>(a)</sup></b>		<b>(5 535)</b>	<b>(7 480)</b>	<b>(4 968)</b>

(a) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

## 15.4 Dividendes et acomptes versés et autres opérations en capital

Au cours des exercices présentés, les dividendes et acomptes versés sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Dividendes et acomptes versés par la société Financière Agache <sup>(a)</sup>	(1 343)	(537)	(893)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	(3 995)	(3 894)	(3 690)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés <sup>(b)</sup>	(328)	(453)	(424)
<b>Dividendes et acomptes versés</b>	<b>(5 667)</b>	<b>(4 885)</b>	<b>(5 007)</b>

(a) Voir Note 16.4.

(b) L'impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés est exclusivement relatif aux dividendes intra-Groupe, voir Note 27.

Au cours des exercices présentés, les autres opérations en capital sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	14	2	13
<b>Autres opérations en capital</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>13</b>

## Note 16. Capitaux propres

### 16.1 Capitaux propres

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Capital	16.2	3 127	3 127	54
Primes		6 883	6 883	6 883
Écarts de conversion	16.5	1 369	705	1 192
Écarts de réévaluation		2 650	2 179	1 875
Autres réserves		14 532	9 850	8 926
Résultat net, part du Groupe		5 695	6 885	6 299
<b>Capitaux propres, part du Groupe</b>		<b>34 256</b>	<b>29 628</b>	<b>25 229</b>

### 16.2 Capital social

Au 31 décembre 2024, le capital social de la société Financière Agache est constitué de 3 358 449 actions (3 358 449 au 31 décembre 2023 et 2022), entièrement libérées, au nominal de 931 euros; 3 358 448 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de deux ans (3 225 043 au 31 décembre 2023, 3 053 162 au 31 décembre 2022).

Le 27 avril 2023, l'Assemblée générale de la Société avait décidé d'augmenter le capital social d'un montant de 3 072 980 835 euros pour le porter à un montant de 3 126 716 019 euros, par élévation de la valeur nominale de chacune des 3 358 449 actions de 16 euros à 931 euros. Cette augmentation de capital a été réalisée par incorporation d'une somme prélevée sur le report à nouveau à hauteur de 3 072 980 835 euros.

### 16.3 Actions Financière Agache

La Société ne détient aucune de ses propres actions.

### 16.4 Dividendes versés par la société mère Financière Agache

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 2024, le montant distribuable s'élève ainsi à 25 093 millions d'euros; il est de 24 253 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes relatifs à l'exercice 2024.

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	2024	2023	2022
Acompte au titre de l'exercice en cours (2024 : 105 euros ; 2022 : 120,00 euros)	353	-	403
Distribution exceptionnelle en nature sous forme d'actions auto-détenues	-	-	168
Effet des actions auto-détenues	-	-	-
<b>Montant brut versé au titre de la période</b>	<b>353</b>	<b>-</b>	<b>571</b>
Solde au titre de l'exercice précédent (2023 : 295 euros ; 2022 : 160 euros ; 2021 : 146 euros)	991	537	490
Effet des actions auto-détenues	-	-	-
<b>Montant brut versé au titre de l'exercice précédent</b>	<b>991</b>	<b>537</b>	<b>490</b>
<b>Montant brut total versé au cours de la période<sup>(a)</sup></b>	<b>1 343</b>	<b>537</b>	<b>1 061</b>
<b>Dividende brut versé au titre de l'exercice</b>	<b>840</b>	<b>991</b>	<b>940</b>

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2024, proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 28 avril 2025, est de 145 euros par action, soit un montant total de 840 millions d'euros.

## 16.5 Écarts de conversion

La variation du montant des « Écarts de conversion » inscrits dans les capitaux propres, part du Groupe, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analyse par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	Variation	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Dollar US	1 084	625	459	776
Franc suisse	534	(29)	563	480
Yen japonais	(78)	(20)	(58)	(6)
Dollar de Hong Kong	202	55	147	232
Livre sterling	5	41	(36)	(56)
Autres devises	(287)	(9)	(278)	(144)
Couvertures d'actifs nets en devises	(92)	-	(92)	(91)
<b>Total, part du Groupe</b>	<b>1 369</b>	<b>664</b>	<b>705</b>	<b>1 192</b>

## Note 17. Plans d'attribution d'actions gratuites

Il n'existe pas de plan d'attribution d'actions gratuites et assimilés consenti par la société Financière Agache au 31 décembre 2024, ni sur aucun des exercices présentés.

### Charge de l'exercice

La charge de l'exercice comptabilisée au titre des plans d'attribution d'actions gratuites LVMH et du plan d'actionnariat salarié « LVMH Shares » en 2024, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Plans d'attribution d'actions gratuites LVMH	127	117	132
Plan d'actionnariat salarié international LVMH : LVMH Shares	64	-	-
<b>Charge de l'exercice</b>	<b>191</b>	<b>117</b>	<b>132</b>

Voir Note 1.29 concernant la méthode d'évaluation de la charge comptable.

### LVMH

Au cours de l'exercice 2024, les caractéristiques des plans ouverts par LVMH, dont le cours de clôture de l'action LVMH la veille de la date d'attribution des plans 2024 et la valeur unitaire moyenne des attributions provisoires d'actions gratuites de l'exercice 2024, sont les suivants :

Date d'ouverture des plans	Attributions initiales	Période d'acquisition des droits	Cours de clôture de l'action LVMH la veille de la date d'attribution	Valeur unitaire moyenne des attributions provisoires d'actions gratuites
25 janvier 2024	28 000	4 ans et 2 mois	683,4	627,5
25 janvier 2024	15 000	1 an	683,4	670,3
18 avril 2024	28 000	4 ans	804,0	748,0
23 juillet 2024	28 000	3 ans et 8 mois	692,1	644,7
23 juillet 2024	5 200	1 an	692,1	678,9
24 octobre 2024	158 744	3 ans	613,6	574,7
24 octobre 2024	28 000	3 ans et 5 mois	613,6	569,1
<b>Total</b>	<b>290 944</b>			

### Christian Dior

Aucun plan d'options d'achat ou d'attribution d'actions gratuites et d'actions de performance Christian Dior n'a été mis en place au cours de l'exercice 2024.

## Note 18. Intérêts minoritaires

(en millions d'euros)

	2024	2023	2022
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>35 962</b>	<b>32 869</b>	<b>29 904</b>
Part des minoritaires dans le résultat	7 119	8 962	8 383
Dividendes versés ou à distribuer aux minoritaires	(3 980)	(3 875)	(3 651)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées	111	10	70
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires	(306)	(1 144)	(2 118)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	12	6	29
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	710	(537)	965
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés	105	65	75
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	(370)	(394)	(788)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>39 363</b>	<b>35 962</b>	<b>32 869</b>

L'évolution de la part des intérêts minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres, y compris l'effet d'impôt, se décompose ainsi :

(en millions d'euros)

	Écarts de conversion	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vigne	Engagements envers le personnel	Part des intérêts minoritaires dans les écarts de conversion et de réévaluation
<b>Au 31 décembre 2021</b>	<b>930</b>	<b>18</b>	<b>(161)</b>	<b>937</b>	<b>(69)</b>	<b>1 655</b>
Variations de l'exercice	729	(13)	152	(33)	130	964
Variations dues aux acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	(45)	-	7	(26)	1	(64)
<b>Au 31 décembre 2022</b>	<b>1 612</b>	<b>5</b>	<b>(1)</b>	<b>879</b>	<b>62</b>	<b>2 556</b>
Variations de l'exercice	(616)	2	36	27	14	(537)
Variations dues aux acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	(11)	-	-	(5)	(1)	(17)
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>985</b>	<b>7</b>	<b>35</b>	<b>901</b>	<b>75</b>	<b>2 003</b>
Variations de l'exercice	809	2	(141)	13	29	710
Variations dues aux acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	(4)	-	-	(3)	-	(7)
<b>Au 31 décembre 2024</b>	<b>1 789</b>	<b>9</b>	<b>(107)</b>	<b>911</b>	<b>104</b>	<b>2 707</b>

Les intérêts minoritaires sont principalement constitués :

- des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle (de Christian Dior SE et Financière Agache), soit 52 % de l'actionnariat au 31 décembre 2024. Il leur a été versé un montant de dividendes de 3 381 millions d'euros au cours de l'exercice ;
- des actionnaires de la société Christian Dior SE autres que Financière Agache, soit 4 % de l'actionnariat. Il leur a été versé un montant de dividendes de 93 millions d'euros au cours de l'exercice ;
- des 34 % détenus par Diageo dans Moët Hennessy SAS et Moët Hennessy International SAS (« Moët Hennessy ») ainsi que des 39 % détenus par Mari-Cha Group Ltd dans DFS. Les 34 % détenus par Diageo dans Moët Hennessy faisant l'objet d'un engagement d'achat, ils sont reclassés à la clôture en Engagements d'achat de titres de minoritaires, au sein des Passifs non courants, et sont donc exclus du total des intérêts minoritaires à la date de clôture. Voir Note 1.13 et Note 21 ci-dessous.

Le montant des dividendes versés à Diageo en 2024 est de 241 millions d'euros, au titre de l'exercice 2023. La part du résultat net de l'exercice 2024 revenant à Diageo s'élève à 276 millions d'euros, et sa part dans les intérêts minoritaires cumulés (avant effets comptables de l'engagement d'achat octroyé à Diageo) s'élève à 4 332 millions d'euros au 31 décembre 2024. À cette date, le bilan consolidé résumé de Moët Hennessy se présente ainsi :

<i>(en milliards d'euros)</i>	<b>31 déc. 2024</b>	<i>(en milliards d'euros)</i>	<b>31 déc. 2024</b>
Immobilisations corporelles et incorporelles	6,8	Capitaux propres	12,7
Autres actifs non courants	1,0	Passifs non courants	2,5
<b>Actifs non courants</b>	<b>7,8</b>	<b>Capitaux permanents</b>	<b>15,2</b>
Stocks et en-cours	8,2	Dettes financières à moins d'un an	2,3
Autres actifs courants	1,8	Autres passifs courants	2,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1,9	<b>Passifs courants</b>	<b>4,4</b>
<b>Actifs courants</b>	<b>11,8</b>	<b>Total du passif et des capitaux propres</b>	<b>19,6</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>19,6</b>		

Aucun dividende n'a été versé à Mari-Cha Group Ltd en 2024. La part du résultat net de l'exercice 2024 revenant à Mari-Cha Group Ltd s'élève à - 165 millions d'euros, et sa part dans les intérêts minoritaires cumulés au 31 décembre 2024 s'élève à 1 231 millions d'euros.

## Note 19. Emprunts et dettes financières

### 19.1 Dette financière nette

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>31 déc. 2024</b>	<b>31 déc. 2023</b>	<b>31 déc. 2022</b>
Emprunts obligataires et Euro Medium-Term Notes (EMTN)	11 671	11 087	10 245
Emprunts auprès des établissements de crédit	582	394	725
Autres emprunts et lignes de crédit	110	-	-
<b>Dette financière à plus d'un an</b>	<b>12 363</b>	<b>11 480</b>	<b>10 970</b>
Emprunts obligataires et Euro Medium-Term Notes (EMTN)	2 507	2 685	1 486
Emprunts courants auprès des établissements de crédit	518	378	335
Titres de créance à court terme négociables <sup>(a)</sup>	8 231	8 281	8 172
Autres emprunts et lignes de crédit	426	167	160
Découverts bancaires	362	255	200
Intérêts courus	53	(39)	60
<b>Dette financière à moins d'un an</b>	<b>12 098</b>	<b>11 727</b>	<b>10 414</b>
<b>Dette financière brute</b>	<b>24 461</b>	<b>23 207</b>	<b>21 384</b>
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	72	96	144
Instruments dérivés liés au risque de change	(201)	10	170
<b>Dette financière brute après effet des instruments dérivés</b>	<b>24 332</b>	<b>23 312</b>	<b>21 697</b>
Placements financiers <sup>(b)</sup>	(7 453)	(6 173)	(5 577)
Trésorerie et équivalents de trésorerie <sup>(c)</sup>	(10 052)	(8 105)	(7 751)
<b>Dette financière nette</b>	<b>6 827</b>	<b>9 034</b>	<b>8 369</b>

(a) NEU Commercial Paper, billets de trésorerie et US Commercial Paper.

(b) Voir Note 14.

(c) Voir Note 15.1.

La dette financière nette n'inclut ni les engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Note 21) ni les dettes locatives (voir Note 7).

La variation de la dette financière brute après effet des instruments dérivés au cours de l'exercice s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	31 déc. 2023	Variations de la trésorerie <sup>(a)</sup>	Effets des variations de change	Effets des variations de valeur de marché	Variations de périmètre	Reclassements et autres	31 déc. 2024
Dette financière à plus d'un an	11 480	3 425	91	1	70	(2 703)	12 363
Dette financière à moins d'un an	11 727	(2 812)	391	7	113	2 672	12 098
<b>Dette financière brute</b>	<b>23 207</b>	<b>612</b>	<b>482</b>	<b>9</b>	<b>183</b>	<b>(31)</b>	<b>24 461</b>
Instruments dérivés	106	(2)	(3)	(230)	-	-	(129)
<b>Dette financière brute après effet des instruments dérivés</b>	<b>23 312</b>	<b>610</b>	<b>479</b>	<b>(222)</b>	<b>183</b>	<b>(31)</b>	<b>24 332</b>

(a) Dont 3 792 millions d'euros au titre des émissions et souscriptions d'emprunts et des prêts et créances nettes aux sociétés affiliées, 3 724 millions d'euros au titre des remboursements d'emprunts et de dettes financières et 106 millions d'euros d'augmentation de découverts bancaires.

Au cours du premier semestre 2024, LVMH a remboursé l'emprunt obligataire de 1 250 millions d'euros émis en février 2020, ainsi que l'emprunt obligataire de 1 200 millions d'euros émis en mai 2017. Les swaps de couverture associés à ce dernier emprunt sont arrivés à maturité concomitamment au remboursement.

Par ailleurs, dans le cadre de son programme EMTN, LVMH a émis :

- en juin 2024, deux souches obligataires de respectivement 850 millions d'euros à échéance février 2030 dont le coupon est de 3,375%, et 650 millions d'euros à échéance octobre 2034 dont le coupon est de 3,50% ;
- en novembre 2024, deux souches obligataires de respectivement 800 millions d'euros à échéance novembre 2027 dont le coupon est de 2,75%, et 700 millions d'euros à échéance novembre 2032 dont le coupon est de 3,125%.

## 19.2 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 : Au 31 décembre 2025	2 832	9 267	12 098	(35)	(100)	(134)	2 797	9 167	11 964
Au 31 décembre 2026	1 388	460	1 848	(18)	(4)	(23)	1 369	456	1 825
Au 31 décembre 2027	1 889	42	1 931	(24)	71	47	1 865	114	1 979
Au 31 décembre 2028	1 850	-	1 850	(27)	7	(20)	1 823	7	1 830
Au 31 décembre 2029	1 006	-	1 006	-	-	-	1 006	-	1 006
Au 31 décembre 2030	862	-	862	-	-	-	862	-	862
Au-delà	4 870	(4)	4 866	-	-	-	4 870	(4)	4 866
<b>Total</b>	<b>14 697</b>	<b>9 765</b>	<b>24 461</b>	<b>(104)</b>	<b>(25)</b>	<b>(129)</b>	<b>14 593</b>	<b>9 740</b>	<b>24 332</b>

Voir Note 23.3 pour la valeur de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2025 de la dette financière brute se décompose ainsi par trimestre :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>Échéance 2025</b>
Premier trimestre	7 409
Deuxième trimestre	2 974
Troisième trimestre	340
Quatrième trimestre	1 375
<b>Total</b>	<b>12 098</b>

### 19.3 Analyse de la dette financière brute par devise après effet des instruments dérivés

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>31 déc. 2024</b>	<b>31 déc. 2023</b>	<b>31 déc. 2022</b>
Euro	15 737	16 870	16 238
Dollar US	4 080	4 127	4 650
Franc suisse	651	375	129
Yen japonais	150	4	309
Autres devises	3 715	1 936	371
<b>Total (a)</b>	<b>24 332</b>	<b>23 312</b>	<b>21 697</b>

(a) Les montants présentés ci-dessus intègrent l'effet des swaps de conversion des financements centraux vers les devises opérationnelles des filiales, que celles-ci soient emprunteuses ou prêteuses de la devise concernée.

### 19.4 Lignes de crédit confirmées non tirées et covenants

Au cours de l'exercice 2024, LVMH SE a renégocié l'ensemble de ses lignes de crédit syndiquées pour les fondre en une ligne unique de 10 milliards d'euros, sécurisant des conditions de marché favorables. Ainsi, au 31 décembre 2024, le montant disponible des lignes de crédit confirmées non tirées du Groupe, incluant les lignes bilatérales, s'élève à 14,2 milliards d'euros ; il excède l'encours des programmes de titres de créances

négociables à court terme (NEUCP et USCP), dont le montant combiné s'élève à 8,2 milliards d'euros.

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, le Groupe peut s'engager à respecter certains ratios financiers. Au 31 décembre 2024, aucune ligne de crédit significative n'est concernée par ces dispositions.

## Note 20. Provisions et autres passifs non courants

Les provisions et autres passifs non courants s'analysent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>31 déc. 2024</b>	<b>31 déc. 2023</b>	<b>31 déc. 2022</b>
Provisions à plus d'un an	1 635	1 534	1 536
Positions fiscales incertaines	1 307	1 397	1 359
Instruments dérivés (a)	105	130	206
Participation du personnel aux résultats	129	132	123
Autres dettes	649	657	644
<b>Provisions et autres passifs non courants</b>	<b>3 825</b>	<b>3 850</b>	<b>3 868</b>

(a) Voir Note 23.

Les provisions sont relatives aux natures de risques et charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	650	609	622
Provisions pour risques et charges	985	925	914
<b>Provisions à plus d'un an</b>	<b>1 635</b>	<b>1 534</b>	<b>1 536</b>
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	14	17	17
Provisions pour risques et charges	657	580	541
<b>Provisions à moins d'un an</b>	<b>671</b>	<b>597</b>	<b>557</b>
<b>Total</b>	<b>2 306</b>	<b>2 131</b>	<b>2 093</b>

Les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante au cours de l'exercice :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2023	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres <sup>(a)</sup>	31 déc. 2024
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	627	160	(121)	(3)	5	(4)	664
Provisions pour risques et charges	1 504	538	(325)	(135)	8	52	1 642
<b>Total</b>	<b>2 131</b>	<b>698</b>	<b>(446)</b>	<b>(138)</b>	<b>13</b>	<b>48</b>	<b>2 306</b>

(a) Inclut les effets des variations de change et des écarts de réévaluation. Voir Note 29 concernant les Provisions pour retraites, frais médicaux et assimilés.

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges (voir Note 31), 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, leur conditionnement, ou les relations avec les partenaires du Groupe (distributeurs, fournisseurs, actionnaires des filiales...). Les passifs non courants relatifs aux positions fiscales

incertaines incluent l'estimation des risques, litiges, et situations contentieuses, réalisés ou probables, relatifs au calcul de l'impôt sur les résultats. 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 rectification, ainsi que les positions fiscales incertaines identifiées non encore notifiées, donnent lieu à l'enregistrement d'un passif dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères de l'interprétation IFRIC 23 Positions fiscales incertaines.

## Note 21. Engagements d'achat de titres de minoritaires

Au 31 décembre 2024, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo pour la reprise de sa participation de 34% dans Moët Hennessy pour un montant égal à 80% de la juste valeur de Moët Hennessy à la date d'exercice de l'option. Cette option est exerçable à chaque instant avec un préavis de six mois. 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 SAS 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, Château Cheval Blanc, Clos des Lambrays et Colgin Cellars et à l'exception de certains vignobles champenois.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent également l'engagement relatif aux minoritaires de Loro Piana (15%), ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

## Note 22. Fournisseurs et autres passifs courants

### 22.1 Fournisseurs et comptes rattachés

La variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés, au cours des exercices présentés, provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>9 057</b>	<b>8 800</b>	<b>7 088</b>
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	(673)	425	1 526
Variation des clients créditeurs	30	24	6
Effets des variations de périmètre	87	-	79
Effets des variations de change	137	(175)	81
Reclassements	(3)	(17)	21
<b>Au 31 décembre</b>	<b>8 634</b>	<b>9 057</b>	<b>8 800</b>

### 22.2 Provisions et autres passifs courants

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Provisions à moins d'un an <sup>(a)</sup>	671	597	557
Instruments dérivés <sup>(b)</sup>	208	152	300
Personnel et organismes sociaux	2 818	2 672	2 448
Participation du personnel aux résultats	339	317	266
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	1 536	1 394	1 262
Clients : avances et acomptes versés	1 131	1 167	1 224
Provisions pour retour et reprise de produits <sup>(c)</sup>	650	646	653
Différé de règlement d'immobilisations	907	937	788
Produits constatés d'avance	258	293	276
Programmes de fidélité et cartes cadeaux	786	651	543
Autres dettes locatives et subventions	430	431	321
Autres dettes	284	293	921
<b>Total</b>	<b>10 020</b>	<b>9 549</b>	<b>9 559</b>

(a) Voir Note 20.

(b) Voir Note 23.

(c) Voir Note 1.27.

## Note 23. Instruments financiers et gestion des risques de marché

### 23.1 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 les instruments financiers sont effectués de façon centralisée au niveau de chaque palier.

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 (middle office), de mise en œuvre des opérations (front office), de gestion administrative (back office) et de contrôle financier.

Cette organisation s'appuie sur des systèmes d'information qui permettent un contrôle rapide des opérations.

Les décisions de couverture sont prises selon un processus établi qui comprend des présentations régulières aux organes de direction concernés, 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.

### 23.2 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	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
<b>Risque de taux d'intérêt</b>	Actifs :	non courants		5	2	-
		courants		23	23	34
	Passifs :	non courants		(86)	(100)	(159)
		courants		(14)	(21)	(19)
			23.3	<b>(72)</b>	<b>(96)</b>	<b>(144)</b>
<b>Risque de change</b>	Actifs :	non courants		101	97	97
		courants		274	510	421
	Passifs :	non courants		(20)	(31)	(47)
		courants		(189)	(129)	(277)
			23.4	<b>166</b>	<b>447</b>	<b>194</b>
<b>Autres risques</b>	Actifs :	non courants		-	-	-
		courants		24	10	7
	Passifs :	non courants		-	-	-
		courants		(5)	(2)	(3)
			23.5	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>4</b>
<b>Total</b>	Actifs :	non courants	10	106	99	97
		courants	13	321	543	463
	Passifs :	non courants	20	(105)	(130)	(206)
		courants	22	(208)	(152)	(300)
				<b>113</b>	<b>360</b>	<b>54</b>

Les instruments financiers dérivés liés à la gestion des autres risques concernent essentiellement des instruments de couverture fermes ou optionnels sur certains métaux précieux, notamment l'or, le platine et l'argent.

### 23.3 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 et à la capacité de remboursement, 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 2024 sont les suivants :

	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché <sup>(a) (b)</sup>			
	À un an	D'un à cinq ans	Au-delà	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux, payeur de taux variable	-	1 225	-	1 225	-	(80)	-	(80)
Swaps de taux, payeur de taux fixe	-	53	-	53	-	1	-	1
Swaps de devises, payeur de taux euro	-	1 025	-	1 025	-	-	7	7
Swaps de devises, receveur de taux euro	-	-	-	-	-	-	-	-
Options de taux	-	500	-	500	-	-	-	-
<b>Total</b>					<b>-</b>	<b>(79)</b>	<b>7</b>	<b>(72)</b>

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.10 concernant les modalités d'évaluation à valeur de marché.

### 23.4 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de change

Une part importante des ventes réalisées 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 est exposé au risque de change patrimonial lié à la détention d'actifs en devises. Ce risque de change peut être couvert totalement ou partiellement par la mise en place d'emprunts en devises ou par des couvertures de situations nettes de ses filiales situées hors zone euro, en utilisant 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 2024, sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation <sup>(a)</sup>				Valeur de marché <sup>(b)(c)</sup>			
	2024	2025	Au-delà	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
<b>Options achetées</b>								
Call USD	-	-	-	-	-	-	-	-
Put JPY	2	-	-	2	-	-	-	-
Put CNY	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Tunnels</b>								
Vendeur USD	712	5 901	427	7 039	(52)	(2)	-	(54)
Vendeur JPY	188	2 121	138	2 447	23	3	-	26
Vendeur GBP	92	646	43	782	3	-	-	3
Vendeur HKD	118	659	46	824	(7)	(1)	-	(9)
Vendeur CNY	471	2 954	185	3 610	5	-	-	5
	<b>1 581</b>	<b>12 281</b>	<b>840</b>	<b>14 702</b>	<b>(29)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(29)</b>
<b>Contrats à terme</b>								
USD	(23)	461	-	438	(14)	-	-	(15)
JPY	18	130	-	148	2	1	-	3
KRW	69	31	-	100	2	6	-	8
BRL	-	68	-	68	-	5	-	5
Autres	(101)	83	-	(18)	-	(2)	-	(2)
	<b>(37)</b>	<b>773</b>	<b>-</b>	<b>736</b>	<b>(10)</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>(1)</b>
<b>Swaps cambistes</b>								
USD	47	(2 781)	-	(2 734)	-	155	-	155
GBP	55	673	(674)	54	-	(4)	-	(4)
JPY	1	(226)	212	(12)	-	54	-	54
CNY	36	1 677	-	1 713	-	(15)	-	(15)
HKD	8	(186)	-	(177)	-	2	-	2
Autres	174	1 488	-	1 663	-	6	-	6
	<b>322</b>	<b>646</b>	<b>(461)</b>	<b>506</b>	<b>-</b>	<b>197</b>	<b>-</b>	<b>197</b>
<b>Total</b>	<b>1 868</b>	<b>13 700</b>	<b>378</b>	<b>15 946</b>	<b>(40)</b>	<b>207</b>	<b>-</b>	<b>166</b>

(a) Vente/(Achat).

(b) Voir Note 1.10 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

(c) Gain/(Perte).

## 23.5 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, de couvrir les plans de rémunérations liés au cours de l'action LVMH, ou de couvrir certains risques liés à l'évolution du cours de l'action LVMH. Au 31 décembre 2024, aucun dérivé sur actions n'est en vie.

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'argent, l'or et le platine. 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 par la mise en place de couvertures financières auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent en des instruments fermes ou optionnels, avec des livraisons au comptant. D'un montant nominal de 130 millions d'euros, les instruments dérivés liés à la couverture du prix des

métaux précieux en vie au 31 décembre 2024 ont une valeur de marché positive de 19 millions d'euros. Ces instruments financiers auraient, en cas de baisse uniforme de 1% des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2024, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe de -2 millions d'euros. Ils sont à échéance 2025.

## Note 24. 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. Les informations concernant Louis Vuitton, Bulgari et Tiffany sont présentées selon l'activité prépondérante de la marque, soit le groupe d'activités Mode et Maroquinerie pour Louis Vuitton et le groupe d'activités Montres et Joaillerie pour Bulgari et Tiffany.

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, notamment le pôle média, le constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent, les activités hôtelières ainsi que l'activité des sociétés holdings ou immobilières.

### 24.1 Informations par groupe d'activités

#### Exercice 2024

<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 <sup>(a)</sup>	Total
Ventes hors Groupe	5 853	40 990	7 281	10 458	18 167	1 953	-	84 703
Ventes intra-Groupe	10	70	1 137	118	95	80	(1 510)	-
<b>Total des ventes</b>	<b>5 862</b>	<b>41 060</b>	<b>8 418</b>	<b>10 577</b>	<b>18 262</b>	<b>2 033</b>	<b>(1 510)</b>	<b>84 703</b>
Résultat opérationnel courant	1 356	15 230	671	1 546	1 385	(654)	6	19 539
Autres produits et charges opérationnels	(31)	(528)	(16)	(4)	(129)	19	-	(687)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(308)	(2 942)	(548)	(1 100)	(1 531)	(460)	159	(6 731)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	<i>(34)</i>	<i>(1 637)</i>	<i>(181)</i>	<i>(549)</i>	<i>(874)</i>	<i>(110)</i>	<i>159</i>	<i>(3 228)</i>
<i>Autres</i>	<i>(274)</i>	<i>(1 305)</i>	<i>(367)</i>	<i>(551)</i>	<i>(657)</i>	<i>(350)</i>	-	<i>(3 504)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition <sup>(b)</sup>	5 559	8 498	2 487	21 569	3 744	2 509	(5)	44 361
Droits d'utilisation	214	9 073	745	3 051	3 978	905	(1 353)	16 613
Immobilisations corporelles	4 442	7 373	987	2 915	1 698	12 277	(8)	29 684
Stocks	8 240	5 621	1 066	5 873	3 030	612	(302)	24 140
Autres actifs opérationnels	1 712	3 363	1 655	1 850	970	2 191	28 668 <sup>(c)</sup>	40 409
<b>Total actif</b>	<b>20 167</b>	<b>33 928</b>	<b>6 940</b>	<b>35 258</b>	<b>13 421</b>	<b>18 493</b>	<b>27 000</b>	<b>155 207</b>
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	73 619	73 619
Dettes locatives	236	9 631	819	3 156	4 319	1 023	(1 351)	17 832
Autres passifs	1 935	7 659	3 031	2 461	4 474	1 901	42 295 <sup>(d)</sup>	63 756
<b>Total passif et capitaux propres</b>	<b>2 171</b>	<b>17 290</b>	<b>3 850</b>	<b>5 617</b>	<b>8 793</b>	<b>2 924</b>	<b>114 563</b>	<b>155 207</b>
Investissements d'exploitation <sup>(e)</sup>	(332)	(2 150)	(477)	(939)	(631)	(1 006)	-	(5 535)

## Exercice 2023

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté <sup>(a)</sup>	Total
Ventes hors Groupe	6 587	42 089	7 126	10 811	17 781	1 779	-	86 172
Ventes intra-Groupe	14	80	1 145	91	104	62	(1 497)	-
<b>Total des ventes</b>	<b>6 602</b>	<b>42 169</b>	<b>8 271</b>	<b>10 902</b>	<b>17 885</b>	<b>1 841</b>	<b>(1 497)</b>	<b>86 172</b>
Résultat opérationnel courant	2 109	16 836	713	2 162	1 391	(423)	(12)	22 776
Autres produits et charges opérationnels	(15)	(117)	(25)	(5)	(109)	27	-	(242)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(273)	(2 599)	(507)	(1 012)	(1 377)	(397)	138	(6 026)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	<i>(31)</i>	<i>(1 475)</i>	<i>(164)</i>	<i>(536)</i>	<i>(851)</i>	<i>(113)</i>	<i>138</i>	<i>(3 031)</i>
<i>Autres</i>	<i>(241)</i>	<i>(1 124)</i>	<i>(343)</i>	<i>(476)</i>	<i>(526)</i>	<i>(284)</i>	<i>-</i>	<i>(2 994)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition <sup>(b)</sup>	4 586	8 467	2 259	20 668	3 406	8 022	(5)	47 404
Droits d'utilisation	221	8 118	644	2 562	4 182	926	(982)	15 673
Immobilisations corporelles	4 248	6 439	897	2 411	1 695	11 356	(8)	27 039
Stocks	7 703	5 635	1 118	5 758	2 966	534	(323)	23 392
Autres actifs opérationnels	1 712	3 529	1 561	1 761	949	1 679	23 111 <sup>(c)</sup>	34 302
<b>Total actif</b>	<b>18 471</b>	<b>32 188</b>	<b>6 480</b>	<b>33 160</b>	<b>13 199</b>	<b>22 517</b>	<b>21 794</b>	<b>147 809</b>
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	65 590	65 590
Dettes locatives	239	8 474	700	2 637	4 444	1 023	(978)	16 538
Autres passifs	2 114	7 841	2 938	2 482	4 196	1 756	44 354 <sup>(d)</sup>	65 681
<b>Total passif et capitaux propres</b>	<b>2 353</b>	<b>16 315</b>	<b>3 638</b>	<b>5 119</b>	<b>8 640</b>	<b>2 779</b>	<b>108 967</b>	<b>147 809</b>
Investissements d'exploitation <sup>(e)</sup>	(538)	(3 025)	(432)	(871)	(571)	(2 042)	(1)	(7 480)

## Exercice 2022

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté <sup>(a)</sup>	Total
Ventes hors Groupe	7 086	38 576	6 701	10 512	14 774	1 609	-	79 256
Ventes intra-Groupe	13	72	1 021	70	79	51	(1 305)	-
<b>Total des ventes</b>	<b>7 099</b>	<b>38 648</b>	<b>7 722</b>	<b>10 581</b>	<b>14 852</b>	<b>1 659</b>	<b>(1 305)</b>	<b>79 256</b>
Résultat opérationnel courant	2 155	15 709	660	2 017	788	(267)	(7)	21 055
Autres produits et charges opérationnels	(12)	(7)	(12)	(5)	(208)	190	-	(54)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(260)	(2 431)	(480)	(994)	(1 427)	(297)	112	(5 777)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	<i>(34)</i>	<i>(1 422)</i>	<i>(160)</i>	<i>(523)</i>	<i>(883)</i>	<i>(96)</i>	<i>112</i>	<i>(3 007)</i>
<i>Autres</i>	<i>(226)</i>	<i>(1 008)</i>	<i>(321)</i>	<i>(471)</i>	<i>(544)</i>	<i>(200)</i>	-	<i>(2 770)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition <sup>(b)</sup>	10 906	8 262	2 413	20 594	3 611	2 223	(5)	48 005
Droits d'utilisation	234	7 132	646	2 277	4 284	922	(886)	14 609
Immobilisations corporelles	3 822	4 730	839	2 005	1 688	9 690	(8)	22 766
Stocks	6 892	4 793	1 033	5 051	2 805	431	(327)	20 679
Autres actifs opérationnels	1 674	3 297	1 493	1 720	775	1 443	21 115 <sup>(c)</sup>	31 517
<b>Total actif</b>	<b>23 528</b>	<b>28 214</b>	<b>6 424</b>	<b>31 646</b>	<b>13 163</b>	<b>14 710</b>	<b>19 890</b>	<b>137 575</b>
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	58 098	58 098
Dettes locatives	247	7 426	695	2 363	4 537	1 019	(879)	15 408
Autres passifs	2 161	7 731	2 953	2 583	3 651	1 768	43 223 <sup>(d)</sup>	64 070
<b>Total passif et capitaux propres</b>	<b>2 408</b>	<b>15 157</b>	<b>3 648</b>	<b>4 946</b>	<b>8 188</b>	<b>2 787</b>	<b>100 442</b>	<b>137 575</b>
Investissements d'exploitation <sup>(e)</sup>	(440)	(1 872)	(409)	(654)	(523)	(1 072)	1	(4 968)

(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 investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt courant et différé.

(d) Les passifs non affectés incluent les dettes financières, les dettes d'impôt courant et différé ainsi que les dettes relatives aux engagements d'achat de titres de minoritaires.

(e) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

## 24.2 Informations par zone géographique

La répartition des ventes par zone géographique de destination est la suivante :

(en millions d'euros)	2024	2023	2022
France	7 011	6 832	6 090
Europe (hors France)	14 553	14 162	12 730
États-Unis	21 556	21 764	21 583
Japon	7 475	6 314	5 436
Asie (hors Japon)	23 246	26 577	23 785
Autres pays	10 861	10 523	9 632
<b>Ventes</b>	<b>84 703</b>	<b>86 172</b>	<b>79 256</b>

La répartition des investissements d'exploitation par zone géographique se présente ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
France	1 656	3 575	1 891
Europe (hors France)	1 062	1 320	905
États-Unis	1 000	1 095	953
Japon	473	202	133
Asie (hors Japon)	918	844	761
Autres pays	425	444	324
<b>Investissements d'exploitation</b>	<b>5 535</b>	<b>7 480</b>	<b>4 968</b>

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 génèrent par région, et non en fonction de la région de leur détention juridique.

## 24.3 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	1 417	10 490	2 182	2 466	4 175	362	(397)	20 694
Deuxième trimestre	1 391	10 281	1 953	2 685	4 457	558	(337)	20 988
Troisième trimestre	1 386	9 151	2 012	2 386	3 927	599	(373)	19 088
Quatrième trimestre	1 669	11 139	2 270	3 041	5 703	514	(403)	23 933
<b>Total 2024</b>	<b>5 862</b>	<b>41 060</b>	<b>8 418</b>	<b>10 577</b>	<b>18 262</b>	<b>2 033</b>	<b>(1 510)</b>	<b>84 703</b>
Premier trimestre	1 694	10 728	2 115	2 589	3 961	341	(394)	21 035
Deuxième trimestre	1 486	10 434	1 913	2 839	4 394	497	(351)	21 212
Troisième trimestre	1 509	9 750	1 993	2 524	4 076	524	(399)	19 975
Quatrième trimestre	1 912	11 257	2 250	2 951	5 454	478	(353)	23 950
<b>Total 2023</b>	<b>6 602</b>	<b>42 169</b>	<b>8 271</b>	<b>10 902</b>	<b>17 885</b>	<b>1 840</b>	<b>(1 497)</b>	<b>86 172</b>
Premier trimestre	1 638	9 123	1 905	2 338	3 040	283	(322)	18 004
Deuxième trimestre	1 689	9 013	1 714	2 570	3 591	442	(291)	18 727
Troisième trimestre	1 899	9 687	1 959	2 666	3 465	456	(364)	19 768
Quatrième trimestre	1 873	10 825	2 145	3 006	4 757	478	(327)	22 757
<b>Total 2022</b>	<b>7 099</b>	<b>38 648</b>	<b>7 722</b>	<b>10 581</b>	<b>14 852</b>	<b>1 659</b>	<b>(1 305)</b>	<b>79 256</b>

## Note 25. Autres produits et charges opérationnels

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Résultats de cessions	(199)	(102)	(210)
Réorganisations	(70)	(9)	3
Réévaluation de titres acquis antérieurement à leur première consolidation	1	2	232
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(12)	(14)	(25)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(442)	(105)	(50)
Autres, nets	35	(14)	(3)
<b>Autres produits et charges opérationnels</b>	<b>(687)</b>	<b>(242)</b>	<b>(54)</b>

Les résultats de cessions sont essentiellement relatifs à la cession d'Off-White réalisée en septembre 2024. Pour les dépréciations et amortissements enregistrés en 2024, voir Notes 5, 6 et 8.

En 2023, les résultats de cessions étaient essentiellement relatifs à la cession de 80 % de Cruise Line Holdings Co., voir Note 2.

En 2022, les résultats de cessions étaient principalement relatifs à la vente par Sephora de sa filiale en Russie, définitivement conclue en octobre 2022. La réévaluation des titres acquis antérieurement à leur première consolidation en 2022 résultait de l'acquisition de 60 % de Mongoual SA, antérieurement détenue à hauteur de 40 % et mise en équivalence.

## Note 26. Résultat financier

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Coût de la dette financière brute	(758)	(652)	(166)
Produits de la trésorerie, des placements financiers et des créances	295	254	149
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	2	1	(2)
<b>Coût de la dette financière nette</b>	<b>(461)</b>	<b>(396)</b>	<b>(20)</b>
<b>Intérêts sur dettes locatives</b>	<b>(510)</b>	<b>(393)</b>	<b>(254)</b>
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	44	21	14
Coût des dérivés de change	(281)	(401)	(374)
Effets des réévaluations des investissements et placements financiers	474	283	(232)
Autres, nets	(65)	(61)	(59)
<b>Autres produits et charges financiers</b>	<b>172</b>	<b>(157)</b>	<b>(652)</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>(799)</b>	<b>(946)</b>	<b>(925)</b>

Les produits de la trésorerie et des placements financiers comprennent les éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Revenus de la trésorerie et équivalents	165	143	52
Revenus des créances et placements financiers <sup>(a)</sup>	131	111	97
<b>Produits de la trésorerie, des placements financiers et des créances</b>	<b>295</b>	<b>254</b>	<b>149</b>

(a) Dont 86 millions d'euros relatifs à des dividendes reçus au 31 décembre 2024 (81 millions d'euros au 31 décembre 2023, 71 millions d'euros au 31 décembre 2022).

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux proviennent des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Dette financière couverte	(21)	(60)	139
Dérivés de couverture	21	60	(135)
Dérivés non affectés	2	1	(6)
<b>Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>(2)</b>

Le coût des dérivés de change s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Coût des dérivés de change commerciaux	(276)	(405)	(348)
Coût des dérivés de change relatifs aux actifs nets en devises	-	-	(12)
Coût et autres éléments relatifs aux autres dérivés de change	(5)	4	(15)
<b>Coût des dérivés de change</b>	<b>(281)</b>	<b>(401)</b>	<b>(374)</b>

## Note 27. Impôts sur les résultats

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Impôt courant de l'exercice	(5 491)	(6 128)	(5 909)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	(4)	8	(18)
<b>Impôt courant</b>	<b>(5 495)</b>	<b>(6 120)</b>	<b>(5 928)</b>
Variation des impôts différés	256	378	534
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	-	-	-
<b>Impôts différés</b>	<b>256</b>	<b>378</b>	<b>534</b>
<b>Charge totale d'impôt au compte de résultat</b>	<b>(5 239)</b>	<b>(5 742)</b>	<b>(5 394)</b>
<b>Impôts sur les éléments comptabilisés en capitaux propres</b>	<b>(64)</b>	<b>(163)</b>	<b>(16)</b>

Le taux d'imposition effectif s'établit comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Résultat avant impôt	18 053	21 588	20 076
Charge totale d'impôt	(5 239)	(5 742)	(5 394)
<b>Taux d'imposition effectif</b>	<b>29,0 %</b>	<b>26,6 %</b>	<b>26,9 %</b>

Le taux effectif d'imposition du Groupe de l'exercice 2024 est de 29,0 %, contre 26,6 % pour l'exercice 2023. Au 31 décembre 2024, le taux effectif d'imposition est en augmentation de 2,4 points par rapport au 31 décembre 2023 essentiellement en raison de l'évolution de la répartition géographique des résultats et de certaines charges ne donnant pas lieu à déduction sur le plan fiscal.

La réforme de la fiscalité internationale élaborée par l'OCDE, dite « Pilier 2 », visant notamment à établir un taux d'imposition minimum de 15 %, entre en application en France à compter de l'exercice 2024. Les conséquences financières portent principalement sur les pays du Moyen-Orient et sont peu significatives.

## Note 28. Résultat par action

	2024	2023	2022
Résultat net, part du Groupe <i>(en millions d'euros)</i>	5 695	6 885	6 299
Impact des instruments dilutifs sur les filiales <i>(en millions d'euros)</i>	(2)	(2)	(4)
Résultat net, part du Groupe dilué <i>(en millions d'euros)</i>	5 693	6 882	6 295
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	3 358 449	3 358 449	3 331 780
Nombre moyen d'actions Financière Agache auto-détenues sur l'exercice	-	-	-
<b>Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution</b>	<b>3 358 449</b>	<b>3 358 449</b>	<b>3 331 780</b>
<b>Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i></b>	<b>1 695,77</b>	<b>2 049,92</b>	<b>1 890,69</b>
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	3 358 449	3 358 449	3 331 780
Effet de dilution des plans d'options et des actions gratuites et de performance	-	-	-
<b>Nombre moyen d'actions en circulation après effets dilutifs</b>	<b>3 358 449</b>	<b>3 358 449</b>	<b>3 331 780</b>
<b>Résultat net, part du Groupe après dilution <i>(en euros)</i></b>	<b>1 695,08</b>	<b>2 049,23</b>	<b>1 889,31</b>

La totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution.

Le 16 mars 2022, le nombre d'actions en circulation de la société Financière Agache avait été augmenté de 129 787 actions nouvelles en rémunération de l'apport d'actions LVMH SE par la société Agache.

Le 23 septembre 2022, la société Financière Agache avait procédé à une distribution exceptionnelle des 3 619 actions auto-détenues de la Société.

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 2024 et la date d'arrêtés des comptes.

## Note 29. Engagements de retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023	2022
Coût des services rendus	137	122	136
Coût financier, net	19	23	15
Écarts actuariels	7	1	(3)
Modifications des régimes	14	4	8
<b>Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies</b>	<b>177</b>	<b>150</b>	<b>157</b>

## Note 30. Engagements hors bilan

### 30.1 Engagements d'achat

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Raisins, vins et eaux-de-vie	3 486	3 463	3 138
Autres engagements d'achat de matières premières	701	803	810
Immobilisations industrielles ou commerciales	2 403	1 432	1 185
Titres de participation et investissements financiers <sup>(a)</sup>	849	750	699

(a) Voir également Note 2.

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.

Les engagements d'achat relatifs aux immobilisations industrielles ou commerciales incluent les engagements d'achat de services pluriannuels dans le domaine de la communication et du marketing.

Au 31 décembre 2024, l'échéancier des engagements d'achat est le suivant :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	D'un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux-de-vie	993	2 322	171	3 486
Autres engagements d'achats de matières premières	439	222	40	701
Immobilisations industrielles ou commerciales	729	993	681	2 403
Titres de participation et investissements financiers	764	80	5	849

### 30.2 Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2024, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2024	31 déc. 2023	31 déc. 2022
Avais et cautions	716	645	418
Autres garanties	337	327	328
<b>Garanties données</b>	<b>1 052</b>	<b>972</b>	<b>746</b>
<b>Garanties reçues</b>	<b>(91)</b>	<b>(42)</b>	<b>(53)</b>

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	D'un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avais et cautions	217	448	51	716
Autres garanties	128	127	81	337
<b>Garanties données</b>	<b>345</b>	<b>575</b>	<b>132</b>	<b>1 052</b>
<b>Garanties reçues</b>	<b>(66)</b>	<b>(16)</b>	<b>(9)</b>	<b>(91)</b>

### 30.3 Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

## Note 31. Faits exceptionnels et litiges

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

## Note 32. Parties liées

Aucune transaction significative avec des parties liées n'est intervenue au cours de l'exercice.

## Note 33. Événements postérieurs à la clôture

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2024 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 11 avril 2025.

## 7. Listes des sociétés non incluses dans la consolidation

Sociétés	Siège social	Taux d'intérêt	Sociétés	Siège social	Taux d'intérêt
FAGA 1 S.A.S.	Paris, France	100 %	MS 33 Expansion	Paris, France	46 %
FAGA 2 S.A.S.	Paris, France	100 %	Groupement Forestier des Bois de la Celle	Cognac, France	30 %
FAGA 3 S.A.S.	Paris, France	100 %	Folio St. Barths	New York, USA	46 %
Sévrilux S.N.C.	Paris, France	100 %	Éditions Croque Futur	Paris, France	18 %
Aglaé Ventures W3 S.L.P.	Paris, France	100 %	SOFPAR 154	Paris, France	46 %
CD Investissements	Paris, France	96 %	SOFPAR 160	Paris, France	46 %
Société d'Exploitation Hôtelière de Saint-Tropez	Paris, France	46 %	SOFPAR 161	Paris, France	46 %
Société Nouvelle de Libraire et de l'Édition	Paris, France	46 %	SOFPAR 162	Paris, France	46 %
BRN Invest NV	Baarn, Pays-Bas	46 %	SOFPAR 163	Paris, France	46 %
Toiltech	Paris, France	41 %	SOFPAR 164	Paris, France	46 %
Sephora Macau Limited	Macao, Chine	46 %	SOFPAR 165	Paris, France	46 %
SOFPAR 116	Paris, France	46 %	SOFPAR 166	Paris, France	46 %
SOFPAR 125	Paris, France	46 %	SOFPAR 167	Paris, France	46 %
SOFPAR 126	Paris, France	46 %	Les Amis de L'Ami Louis	Paris, France	37 %
SOFPAR 128	Bourg-de-Péage, France	46 %	FIM	Paris, France	12 %
SOFPAR 132	Paris, France	46 %	Femilux	Brûlon, France	12 %
Nona Source	Paris, France	46 %	Cardinalini	Montecatilli, Italie	9 %
SOFPAR 135	Paris, France	46 %	Adsoft	Le Perreux-sur-Marne, France	16 %
SOFPAR 136	Paris, France	46 %	Ferdinanda	Vazzola, Italie	12 %
SOFPAR 137	Paris, France	46 %	Pact Europact	Maulévrier, France	18 %
SOFPAR 138	Paris, France	46 %	M.A.B.	Palombaro, Italie	18 %
SOFPAR 139	Paris, France	46 %	Publiesse Technique S.R.L	Ancona, Italie	9 %
SOFPAR 141	Paris, France	46 %	Tescon S.R.L	Alba Adriatica, Italie	16 %
Métiers d'Excellence	Paris, France	46 %	Robans Produzione SpA	Ponsacco, Italie	9 %
Heristoria	Paris, France	46 %	Masoni SpA	Santa Croce	18 %
Moët Hennessy Wines & Spirits	Paris, France	46 %		Sull'Arno, Italie	
LVMH Holdings Inc.	New York, USA	46 %	Samarinda Trading SL	Betera, Espagne	25 %
Prolepsis Investment Ltd	Londres, Royaume-Uni	46 %	Zhongshan Orest Industry	Zhongshan, Chine	46 %
Innovacion en Marcas de Prestigio SA	Mexico, Mexique	30 %	MGV International	Hong Kong, Chine	46 %
			LVMH Publica S.A.	Bruxelles, Belgique	46 %

Les sociétés non incluses dans la consolidation sont soit des entités sans activité et/ou en cours de liquidation, soit des entités dont l'intégration, individuellement ou collectivement, n'aurait pas d'impact significatif sur les principaux agrégats du Groupe.

# Comptes annuels

1.	Compte de résultat	312
2.	Bilan	313
3.	Tableau de variation de trésorerie	314
4.	Annexe aux comptes annuels	315

# 1. Compte de résultat

Produits/(Charges) <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2024	2023
Produits financiers de filiales et participations		2 707,5	2 548,5
Titres en portefeuille : dépréciations et provisions		(37,8)	(36,3)
Titres en portefeuille : résultats de cession		(0,0)	(0,1)
Titres en portefeuille : autres		(4,2)	(4,3)
<b>Gestion des filiales et participations</b>	4.1	<b>2 665,4</b>	<b>2 507,8</b>
Gestion des placements	4.2	24,8	133,9
Produit/(coût) de la dette financière nette	4.3	(19,6)	(29,9)
Résultat de change	4.4	0,1	(0,6)
Autres produits et charges financiers		(0,0)	-
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>	4	<b>2 670,8</b>	<b>2 611,3</b>
Autres revenus	5	0,1	0,1
Frais de personnel		(0,1)	(0,1)
Autres charges nettes de gestion	6	(3,3)	(3,0)
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>(3,3)</b>	<b>(3,0)</b>
<b>RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT</b>		<b>2 667,5</b>	<b>2 608,3</b>
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>		<b>0,6</b>	<b>0,1</b>
Impôt sur les sociétés	7	(44,8)	(57,3)
<b>RÉSULTAT NET</b>		<b>2 623,3</b>	<b>2 551,0</b>

## 2. Bilan

### Actif

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31/12/2024		31/12/2023	
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Immobilisations incorporelles		0,2	0,2	-	-
Immobilisations corporelles		0,4	0,2	0,2	0,3
<b>Immobilisations incorporelles et corporelles</b>	8	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>
Participations	9	25 774,4	155,8	25 618,6	25 070,2
Créances rattachées à des participations	10	807,7	-	807,7	618,0
Autres immobilisations financières	11	942,4	10,8	931,6	856,9
<b>Immobilisations financières</b>	14	<b>27 524,4</b>	<b>166,6</b>	<b>27 357,9</b>	<b>26 545,1</b>
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>		<b>27 525,0</b>	<b>166,9</b>	<b>27 358,1</b>	<b>26 545,4</b>
Créances	12	19,0	-	19,0	1,5
Valeurs mobilières de placement	17.6	2 370,9	374,2	1 996,7	1 539,0
Disponibilités		141,2	-	141,2	115,2
<b>ACTIF CIRCULANT</b>	14	<b>2 531,1</b>	<b>374,2</b>	<b>2 157,0</b>	<b>1 655,7</b>
Comptes de régularisation		6,2	-	6,2	8,1
<b>TOTAL ACTIF</b>		<b>30 062,4</b>	<b>541,1</b>	<b>29 521,3</b>	<b>28 209,3</b>

### Passif

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31/12/2024		31/12/2023	
		Avant affectation	Avant affectation		
Capital social (dont versé : 3 126,7)		3 126,7		3 126,7	
Primes d'émission, de fusion et d'apport		6 882,8		6 882,8	
Réserves et écarts de réévaluation		561,1		433,6	
Report à nouveau		15 567,3		14 134,5	
Résultat de l'exercice		2 623,3		2 551,0	
Acompte sur dividendes		(352,6)		-	
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	13	<b>28 408,5</b>		<b>27 128,7</b>	
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	14	<b>3,5</b>		<b>8,2</b>	
Dettes financières	15	1 107,1		1 057,6	
Autres dettes	16	1,7		14,2	
<b>AUTRES PASSIFS</b>		<b>1 108,8</b>		<b>1 071,8</b>	
Comptes de régularisation	16	0,4		0,6	
<b>TOTAL PASSIF</b>		<b>29 521,3</b>		<b>28 209,3</b>	

## 3. Tableau de variation de trésorerie

<i>(en millions d'euros)</i>		2024	2023
<b>I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>			
Résultat net		2 623,3	2 551,0
Dotations/reprises nettes aux amortissements, dépréciations et prov.		(1,4)	(2,7)
Provisions nettes à court terme		42,2	46,6
Plus ou moins-values nettes de cessions		(0,6)	(0,0)
<b>Capacité d'autofinancement</b>		<b>2 663,5</b>	<b>2 595,0</b>
Variation des actifs circulants		(15,6)	(2,3)
Variation des VMP		(470,2)	(77,6)
Variation des dettes à court terme		(12,7)	10,0
<b>Variation du besoin en fonds de roulement d'exploitation</b>		<b>(498,6)</b>	<b>(69,9)</b>
<b>Variation de trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>	<b>I</b>	<b>2 164,9</b>	<b>2 525,1</b>
<b>II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>			
Prix de cession d'actifs immobilisés		0,7	0,2
Acquisition d'immobilisations corporelles		(0,0)	-
Acquisitions de titres de participation		(585,2)	(863,9)
Variation des autres immobilisations financières		(275,1)	(764,0)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations d'investissement</b>	<b>II</b>	<b>(859,6)</b>	<b>(1 627,7)</b>
<b>III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>			
Apport en fonds propres (dividendes versés)		-	-
Augmentation de capital		-	-
Variation d'emprunts et dettes financières		49,5	(289,9)
Variation des créances vis-à-vis du Groupe		-	-
Variation des dettes vis-à-vis du Groupe		-	-
<b>Variation de trésorerie issue des opérations de financement</b>	<b>III</b>	<b>49,5</b>	<b>(289,9)</b>
<b>IV. DIVIDENDES VERSÉS DURANT L'EXERCICE</b>	<b>IV</b>	<b>(1 343,4)</b>	<b>(537,4)</b>
<b>V. TRÉSORERIE ENTRANTE</b>	<b>V</b>	<b>9,7</b>	
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>I + II + III + IV + V</b>	<b>21,1</b>	<b>70,2</b>
<b>Trésorerie à l'ouverture de l'exercice</b>		<b>115,1</b>	<b>45,0</b>
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice</b>		<b>136,3</b>	<b>115,1</b>

La variation de trésorerie analyse les mouvements d'un exercice sur l'autre des disponibilités (sous déduction des découverts bancaires) et des quasi-disponibilités constituées des valeurs mobilières de placement, nettes des éventuelles dépréciations.

## 4. Annexe aux comptes annuels

Note 1.	Activité de la société et faits significatifs de la période .....	316
Note 2.	Principes, règles et méthodes comptables .....	316
Note 3.	Événements post-clôture .....	318
Note 4.	Résultat financier .....	318
Note 5.	Autres revenus .....	319
Note 6.	Autres charges nettes de gestion .....	319
Note 7.	Impôt sur les sociétés .....	320
Note 8.	Immobilisations incorporelles et corporelles .....	320
Note 9.	Participations .....	320
Note 10.	Créances rattachées à des participations .....	321
Note 11.	Autres immobilisations financières .....	321
Note 12.	Créances .....	321
Note 13.	Capitaux propres .....	322
Note 14.	Variation des dépréciations et des provisions .....	322
Note 15.	Dettes financières brutes .....	323
Note 16.	Autres dettes et autres passifs .....	324
Note 17.	Autres informations .....	324

*Les montants sont exprimés en millions d'euros sauf indication contraire.*

*Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.*

## Note 1. Activité de la société et faits significatifs de la période

Filiale d'Agache, la société Financière Agache contrôle directement la société Christian Dior SE et, indirectement par l'intermédiaire de Christian Dior SE, la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE. La Société détient également un portefeuille d'investissements financiers diversifiés.

Les produits financiers de filiales et participations s'élèvent à 2 707,5 millions d'euros au 31 décembre 2024, contre 2 548,5 millions d'euros au 31 décembre 2023.

Le résultat financier s'établit à 2 670,8 millions d'euros au 31 décembre 2024, contre 2 611,3 millions d'euros au 31 décembre 2023.

Le résultat net s'établit à 2 623,3 millions d'euros au 31 décembre 2024, contre 2 551,0 millions d'euros au 31 décembre 2023.

## Note 2. Principes, règles et méthodes comptables

### 2.1 Cadre général, changement de méthodes comptables

Les comptes annuels ont été établis conformément au Règlement n° 2014-03 du 5 juin 2014 modifié par le Règlement n° 2016-07 du 4 novembre 2016 et au Règlement n° 2015-05 du 2 juillet 2015 de l'Autorité des Normes comptables, selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent.

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence conformément aux hypothèses de base : continuité d'exploitation, permanence des méthodes comptables, indépendance des exercices, et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels, sous réserve de la présentation du compte de résultat, modifiée en 2019.

La 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 nette, qui est liée en substance à la détention de ces participations, ainsi que les autres éléments principalement liés à la gestion des placements et au résultat de change. 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 et charges de gestion.

Le résultat d'exploitation inclut les autres revenus et les charges nettes de gestion.

Le résultat exceptionnel englobe les seules opérations qui, du fait de leur nature, ne peuvent être comprises dans le résultat financier ou le résultat d'exploitation.

Les éléments inscrits en comptabilité ont été évalués selon la méthode du coût historique.

### 2.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont amorties selon le mode linéaire, en fonction des durées d'utilisation estimées suivantes.

Les durées retenues sont les suivantes :

- constructions : 20 à 50 ans ;
- installations générales, agencements et aménagements : 4 à 10 ans.

### 2.3 Immobilisations financières

Les titres de participation ainsi que les autres titres immobilisés sont enregistrés à leur coût d'acquisition (hors frais accessoires) ou à leur valeur d'apport. Lorsque leur valeur d'utilité à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence.

Dans le cas de participations dans une société cotée, la valeur d'utilité est généralement appréciée sur la base de la valorisation boursière, de la quote-part de l'actif net réévalué de la société et/ou de l'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels.

La valeur d'utilité des participations non cotées est généralement estimée en fonction de la quote-part de l'actif net réévalué des sociétés concernées, de comparables boursiers et/ou de l'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels.

Les résultats de cession de titres de participation sont calculés selon la méthode du coût moyen pondéré et présentés en gestion des filiales et participations, au niveau du résultat financier.

Les prêts, dépôts et autres créances immobilisées sont évalués à leur valeur nominale. Ces éléments sont, le cas échéant, dépréciés par voie de provision pour les ramener à leur valeur de réalisation à la date de clôture de l'exercice.

## 2.4 Créances et dettes

Les créances et dettes sont comptabilisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est constatée lorsque les perspectives d'encaissement s'avèrent inférieures à la valeur comptable.

## 2.5 Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées à leur coût d'acquisition. Une dépréciation est constatée en résultat financier lorsque leur valeur d'acquisition est supérieure à leur valeur de marché établie comme suit :

- titres cotés : cours moyen du dernier mois de l'exercice, converti le cas échéant au taux de change de clôture ;
- autres titres : valeur probable de négociation ou valeur liquidative, convertie le cas échéant au taux de change de clôture.

Ce calcul s'effectue par ligne de titres, sans compensation entre les plus et moins-values constatées.

Les résultats de cession des valeurs mobilières de placement sont enregistrés en résultat financier et sont calculés selon la méthode FIFO.

## 2.6 Capitaux propres

Conformément à la recommandation de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes, les acomptes sur dividendes sont inscrits en déduction des capitaux propres.

## 2.7 Provisions pour risques et charges

Dans le cadre des arrêtés annuels et semestriels des comptes, la Société constitue une provision pour les risques et charges certains et probables dans le respect du principe de prudence.

## 2.8 Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participations sont enregistrées lorsque celles-ci sont considérées acquises aux actionnaires ou associés.

## 2.9 Opérations en devises

En cours de période, les transactions en devises sont enregistrées pour leur contre-valeur en euro à la date de l'opération.

Les dettes, créances et disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur aux cours de fin d'exercice.

Les titres de participation et les autres titres immobilisés en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours historique d'acquisition.

Les valeurs mobilières de placement en devises, lorsqu'elles ne font pas partie d'une position globale de change, figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours historique d'acquisition (ou le cas échéant à leur date de sortie d'une position globale de change).

La différence résultant de la conversion au cours de clôture des dettes et des créances est inscrite dans le poste « écart de conversion ». Les pertes de change latentes sont provisionnées.

La différence résultant de la conversion au cours de clôture des disponibilités est enregistrée en résultat financier.

Lorsqu'ils font partie d'une position globale de change, les dettes, créances, valeurs mobilières de placement et disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur aux cours de fin d'exercice.

Les résultats des opérations qui concourent à une position globale de change par devise (réalisés ou résultant de la réévaluation des positions à la clôture de la période) sont enregistrés en résultat et présentés pour leur montant net.

## 2.10 Résultat financier

Du fait de son type d'activité, la Société enregistre les opérations de cession de titres selon les principes suivants :

- les résultats de cession de titres de participation sont calculés selon la méthode du coût moyen pondéré ;
- les résultats de cession de valeurs mobilières de placement sont calculés selon la méthode FIFO.

## 2.11 Résultat sur contrats d'options et contrats à terme

### a) Sur opérations de couverture

Les gains et pertes sont constatés en résultat, de manière symétrique à la comptabilisation des produits et charges de l'élément couvert.

### b) Sur les autres opérations

Si la valeur de marché de l'instrument est génératrice d'une perte latente pour la Société par rapport à la valeur initiale de l'instrument, une provision pour risque est comptabilisée. Les gains latents ne sont pas pris en compte.

## Note 3. Événements post-clôture

À la date d'arrêté des comptes, il n'est survenu aucun événement de nature à remettre en cause les hypothèses retenues pour l'établissement des comptes de la période s'achevant le 31 décembre 2024.

## Note 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>	2024	2023
Dividendes perçus de sociétés françaises	2 707,5	2 548,5
<b>Produits financiers de filiales et participations</b>	<b>2 707,5</b>	<b>2 548,5</b>
Variation des dépréciations	(37,8)	(36,3)
Variation des provisions pour risques et charges	0,0	(0,0)
<b>Dépréciations et provisions au titre des filiales et participations</b>	<b>(37,8)</b>	<b>(36,3)</b>
Résultats de cession	(0,0)	(0,1)
<b>Autres</b>	<b>(4,2)</b>	<b>(4,3)</b>
<b>Gestion des filiales et participations</b>	<b>2 665,4</b>	<b>2 507,8</b>

Concernant la variation des dépréciations et des provisions, voir également Note 14.

### 4.2 Gestion des placements

Le résultat provenant de la gestion des placements s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2024	2023
Revenus	33,7	30,1
Variation des dépréciations	(7,7)	(8,0)
Résultats de cession	12,8	126,4
Autres produits/(charges)	(14,0)	(14,6)
<b>Gestion des placements</b>	<b>24,8</b>	<b>133,9</b>

Les résultats de cession peuvent être sujets, pour des montants limités, à des ajustements contractuels.

Concernant la variation des dépréciations et des provisions, voir également Note 14.

### 4.3 Coût de la dette financière nette

Le coût de la dette financière nette est une charge qui s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
Intérêts sur emprunts	(61,9)	(56,1)
Revenus et produits financiers	4,1	1,5
<b>Produit/(coût) de la dette financière nette hors Groupe</b>	<b>(57,7)</b>	<b>(54,6)</b>
Charge d'intérêts intra-Groupe	-	-
Produit d'intérêts intra-Groupe	38,1	24,7
<b>Produit/(coût) de la dette financière nette intra-Groupe</b>	<b>38,1</b>	<b>24,7</b>
<b>Produit/(coût) de la dette financière nette</b>	<b>(19,6)</b>	<b>(29,9)</b>

### 4.4 Résultat de change

Le résultat de change est constitué des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>2024</b>	<b>2023</b>
Différences positives de change	-	-
Différences négatives de change	(4,5)	2,0
Variation des provisions pour pertes de change latentes	3,3	(2,4)
Autres	1,3	(0,2)
<b>Résultat de change</b>	<b>0,1</b>	<b>(0,6)</b>

Concernant la variation des provisions, voir également Note 14.

### Note 5. Autres revenus

Les autres revenus sont constitués de revenus locatifs.

### Note 6. Autres charges nettes de gestion

Les autres charges nettes de gestion sont principalement constituées de prestations d'assistance et d'honoraires.

## Note 7. Impôt sur les sociétés

### 7.1 Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les sociétés se ventile de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Avant impôt	(Charge)/ Produit d'impôt	Après impôt
Résultat courant	2 667,5	(44,8)	2 622,7
Résultat exceptionnel	0,6	-	0,6
	<b>2 668,1</b>	<b>(44,8)</b>	<b>2 623,3</b>

### 7.2 Situation fiscale

La société Financière Agache est, depuis 2004, membre du groupe d'intégration fiscale dont la société Agache est société mère intégrante.

Financière Agache calcule et comptabilise sa charge d'impôt comme si elle était imposée séparément, et verse le montant de cet impôt à la société mère intégrante.

## Note 8. Immobilisations incorporelles et corporelles

<i>(en millions d'euros)</i>	
<b>Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2023</b>	<b>0,3</b>
Augmentations	0,0
Cessions et mises hors service	(0,2)
Variation nette des amortissements	0,1
<b>Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2024</b>	<b>0,2</b>

## Note 9. Participations

<i>(en millions d'euros)</i>	31/12/2024	31/12/2023
Valeur brute du portefeuille de participations	25 774,4	25 202,4
Dépréciations	(155,8)	(132,3)
<b>Valeur nette du portefeuille de participations</b>	<b>25 618,6</b>	<b>25 070,2</b>

La variation de la valeur brute du portefeuille de participations résulte essentiellement d'acquisitions d'actions LVMH et de la souscription à des augmentations de capital de filiales, pour un montant de 119 millions d'euros.

Les méthodes de dépréciation des titres de participation sont décrites en Note 2.3.

L'évolution de la dépréciation du portefeuille est analysée en Note 14.

Le tableau des filiales et participations est présenté en Note 17.5.

## Note 10. Créances rattachées à des participations

<i>(en millions d'euros)</i>	31/12/2024			Montants bruts par échéance		<i>Dont entreprises liées</i>
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	À 1 an au plus	À plus d'1 an	
	807,7	-	807,7	486,0	321,6	807,7
<b>Total</b>	<b>807,7</b>	<b>-</b>	<b>807,7</b>	<b>486,0</b>	<b>321,6</b>	<b>807,7</b>

Ces créances sont constituées d'avances accordées à des sociétés du Groupe dans le cadre de conventions bilatérales à moyen terme.

## Note 11. Autres immobilisations financières

<i>(en millions d'euros)</i>	31/12/2024	31/12/2023
Titres immobilisés	942,0	856,5
Prêts	0,4	0,4
Dépréciations	(10,8)	-
<b>Valeur nette des autres immobilisations financières</b>	<b>931,6</b>	<b>856,9</b>

La variation de la valeur brute des autres immobilisations financières résulte essentiellement du renforcement dans une participation.

Les méthodes de dépréciation des autres immobilisations financières sont décrites en Note 2.3.

L'évolution de la dépréciation du portefeuille est analysée en Note 14.

## Note 12. Créances

Le solde des créances s'analyse ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	31/12/2024			31/12/2023
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Créances sur des entreprises liées	17,1	-	17,1	0,9
<i>Dont comptes courants d'intégration fiscale</i>	13,9	-	13,9	-
<i>Dont créances financières</i>	0,4	-	0,4	0,0
<i>Dont créances diverses</i>	2,7	-	2,7	-
<i>Dont autres comptes courants</i>	-	-	-	0,9
Autres créances	2,0	-	2,0	0,6
<b>Total</b>	<b>19,0</b>	<b>-</b>	<b>19,0</b>	<b>1,5</b>

L'échéance de l'ensemble des créances est inférieure à un an.

## Note 13. Capitaux propres

### 13.1 Composition du capital social

Au 31 décembre 2024, le capital social, entièrement libéré, est composé de 3 358 449 actions d'un nominal de 931 euros, dont 3 358 448 actions bénéficient d'un droit de vote double à cette date.

### 13.2 Variation des capitaux propres

(en millions d'euros)

<b>Capitaux propres au 31/12/2023 (avant affectation du résultat)</b>	<b>27 128,7</b>
Résultat de la période arrêté au 31/12/2024	2 623,3
Solde dividendes versés pour l'exercice clos le 31/12/2023	(990,7)
Acompte sur dividendes pour l'exercice clos le 31/12/2024	(352,6)
<b>Capitaux propres au 31/12/2024 (avant affectation du résultat)</b>	<b>28 408,5</b>

L'affectation du résultat de l'exercice 2023 a été approuvée par l'Assemblée générale ordinaire du 30 avril 2024.

## Note 14. Variation des dépréciations et des provisions

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions pour risques et charges au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)

	31/12/2023	Augmentations	Diminutions	31/12/2024
Participations	132,3	30,7	7,1	155,8
Titres immobilisés	-	10,8	-	10,8
Valeurs mobilières de placement	377,1	79,7	82,6	374,2
<b>Dépréciations d'actifs</b>	<b>509,3</b>	<b>121,2</b>	<b>89,8</b>	<b>540,7</b>
Filiales	0,0	0,0	0,0	0,0
Provisions pour perte de change	3,6	0,2	3,6	0,2
Autres provisions pour risques	4,6	0,1	1,5	3,3
<b>Provisions pour risques et charges</b>	<b>8,2</b>	<b>0,4</b>	<b>5,1</b>	<b>3,5</b>
<b>Total</b>	<b>517,6</b>	<b>121,5</b>	<b>94,8</b>	<b>544,3</b>

Les variations des dépréciations d'actifs et des provisions pour risques sur filiales reflètent principalement l'évolution de la situation nette des filiales concernées.

## Note 15. Dette financière brute

### 15.1 Dette financière brute

La dette financière brute s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31/12/2024	31/12/2023
Emprunts obligataires	60,0	60,0
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	0,1	0,0
Emprunts et dettes financières divers	1 047,0	997,5
<b>Dette financière brute</b>	<b>1 107,1</b>	<b>1 057,6</b>

Les emprunts et dettes financières divers recouvrent les encours de titres de créance négociables à court terme (NEU Commercial Paper et billets de trésorerie).

La société Financière Agache, conformément aux usages en matière de crédit, a souscrit à des engagements de détention de pourcentage d'intérêts et de droits de vote minimum de certaines de ses filiales.

### 15.2 Emprunts obligataires

<i>(en millions d'euros)</i>	Taux d'intérêt facial	Prix d'émission <i>(en % du nominal)</i>	Échéance	Nominal au 31 décembre 2024	Intérêts courus	Total
EUR 60 000 000 – 2021	0,861 %	100,000 %	2028	60,0	0,0	60,0
<b>Total</b>				<b>60,0</b>	<b>0,0</b>	<b>60,0</b>

### 15.3 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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	Total	Montant			Dont charges à payer
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans	
Emprunts obligataires	60,0	0,0	60,0	-	0,0
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	0,1	0,1	-	-	-
Emprunts et dettes financières diverses	1 047,0	1 047,0	0,0	-	0,0
<b>Dette financière brute</b>	<b>1 107,1</b>	<b>1 047,1</b>	<b>60,0</b>	<b>-</b>	<b>0,0</b>

### 15.4 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2024, la dette financière ne fait l'objet d'aucune garantie ou sûreté réelle.

## Note 16. Autres dettes et autres passifs

(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	0,7	0,7	-	-	0,5	-
Dettes fiscales et sociales	0,1	0,1	-	-	0,0	-
Autres dettes	0,9	0,9	-	-	-	-
Produits constatés d'avance	0,4	0,4	-	-	-	0,4
Écarts de conversion passif	0,0	0,0	-	-	-	-
<b>Autres dettes et autres passifs</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>

## Note 17. Autres informations

### 17.1 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.

### 17.2 Engagements financiers

#### Engagements donnés

Au 31 décembre 2024, le montant que la société Financière Agache s'est engagé à investir dans des fonds s'élève à 378,4 millions d'euros.

Au 31 décembre 2024, les encours disponibles d'avances accordées par Financière Agache à des sociétés du Groupe, dans le cadre de conventions bilatérales à moyen terme, s'élèvent à 270,1 millions d'euros.

#### Engagements sur instruments financiers à terme

Dans le cadre de sa politique de financement, la société Financière Agache utilise des instruments à terme de devises contre euro. Au 31 décembre 2024, les opérations en cours sont les suivantes :

Nature de la couverture (en millions d'euros)	Nature des éléments couverts	Devise	Montant nominal <sup>(a)</sup>	Valeur de marché <sup>(b)</sup>
Contrat à terme	Placements	GBP	10,0	(0,1)
Contrat à terme	Placements	GBP	33,8	(0,0)
Contrat à terme	Placements	CHF	164,2	1,7
Contrat à terme	Placements	USD	(28,0)	0,2

(a) Vente/(achat).

(b) Gain/(perte).

#### Engagements reçus

La société Financière Agache bénéficie de lignes de crédit confirmées conclues avec des établissements bancaires, dont le montant non tiré disponible au 31 décembre 2024 s'élève à 3 160,0 millions d'euros.

## 17.3 Personnel

L'effectif moyen sur la période s'élève à 0,33.

## 17.4 Identité de la société consolidante

Dénomination sociale	SIREN	Siège social
Agache	314 685 454	41, avenue Montaigne 75008 PARIS

## 17.5 Filiales et participations

(en millions d'euros sauf indication contraire)

	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consentis par la société et non encore remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la société	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
	Brute	Nette			
<b>Renseignements concernant les filiales et participations</b>					
<b>1. Filiales (détention supérieure à 50 %)</b>					
- Filiales françaises	16 501,2	16 473,9	422,8	-	2 259,9
- Filiales étrangères	535,0	406,6	83,6	-	-
<b>2. Participations (détention comprise entre 10 et 50 %)</b>					
- Participations françaises	141,1	141,1	-	-	50,1
- Participations étrangères	202,6	202,6	-	-	-
<b>Total</b>	<b>17 380,0</b>	<b>17 224,2</b>	<b>506,5</b>	<b>-</b>	<b>2 310,0</b>

Étant inférieure à 10 %, la participation directe de 6,07 % dans LVMH, d'une valeur comptable de 8 622,5 millions d'euros, n'est pas incluse dans ce tableau.

## 17.6 Valeurs mobilières

(en millions d'euros)

	Valeur nette 31/12/2024
Actions	1 039,7
Obligations	4,5
Fonds d'investissement	952,5
<b>Valeurs mobilières de placement</b>	<b>1 996,7</b>







FINANCIERE AGACHE

11, rue François 1<sup>er</sup> – Paris 8<sup>e</sup>