

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LE GROUPE

Environnement et durabilité

1.	POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT	76
1.1	Organisation de la démarche environnementale	76
1.2	Le programme LIFE	79
1.3	Formation et lancement de la LIFE Academy	81
1.4	Périmètre de <i>reporting</i> 2023	82
2.	LIFE 360 - CIRCULARITÉ CRÉATIVE	82
2.1	Description de la politique Circularité Créative	82
2.2	Principaux résultats Circularité Créative en 2023	84
3.	LIFE 360 - BIODIVERSITÉ ET ÉCOSYSTÈMES	88
3.1	Biodiversité	88
3.2	Eau	94
3.3	Pollution	96
4.	LIFE 360 - TRAÇABILITÉ ET TRANSPARENCE	98
4.1	Description de la politique Traçabilité et Transparence	98
4.2	Principaux résultats Traçabilité et Transparence en 2023	99
5.	LIFE 360 - CLIMAT	101
5.1	Description de la politique Climat	101
5.2	Principaux résultats Climat en 2023	102
5.3	Soutien des principes TCFD (<i>Task Force on Climate-related Financial Disclosures</i>)	107
6.	TAXONOMIE ENVIRONNEMENTALE	109
6.1	KPI relatifs aux Investissements opérationnels (Capex)	109
6.2	Indicateurs relatifs aux ventes et aux charges de maintenance, R&D et location (Opex)	111

1. POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

L'année 2023, caractérisée à nouveau par des records de températures provoquant sécheresses, inondations et incendies, a été marquée par l'expression renforcée des attentes des sociétés civiles mondiales à l'égard de la protection de la biodiversité, des ressources naturelles et de la lutte contre le réchauffement climatique. Désormais doté d'une quatrième valeur, celle de l'engagement (en matière d'inclusion et de solidarité, en matière d'environnement), aux côtés de celles de la créativité, la quête d'excellence et l'esprit d'entreprise, le Groupe a dévoilé sa nouvelle boussole environnementale, le 21 avril 2021, lors de son Assemblée générale : LIFE 360, (LVMH Initiatives For the Environment – 360). Il s'agit d'une nouvelle étape de la

politique environnementale du Groupe, initiée dès 1992, et qui s'inscrit dans la suite de LIFE 2020, le programme d'engagements 2016-2020 de LVMH. LIFE 360 a défini des objectifs à horizons 2023, 2026 et 2030, déployés à l'échelle des Maisons pour accélérer les progrès, avec l'ambition de faire émerger un luxe nouveau : celui de l'alliance entre la nature d'une part, et la créativité et l'excellence artisanale d'autre part, sans que l'une ne domine l'autre. À l'occasion du bilan du niveau d'atteinte des objectifs à échéance 2023, LVMH a complété sa stratégie environnementale, avec deux nouveaux programmes, l'un dédié aux ressources en eau, l'autre aux fournisseurs.

1.1 Organisation de la démarche environnementale

1.1.1 Gouvernance

Rattachée à Antoine Arnault, membre du Conseil d'administration de LVMH, la Direction du Développement Environnement est composée de 12 collaborateurs. Cette Direction a pour objectifs de :

- déployer les quatre plans d'action (Circularité créative, Traçabilité, Biodiversité et Climat) du programme LIFE – LVMH Initiatives For the Environment – à l'échelle des Maisons ;
- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, dans le respect de la Charte Environnement de LVMH ;
- rendre compte de la stratégie environnementale du Groupe grâce à un *reporting* dédié et à la construction d'indicateurs d'impact spécifiques ;
- identifier les analyses environnementales, outils et méthodologies d'excellence et les proposer aux Maisons ;
- inscrire l'environnement dans les processus de créativité et nourrir l'innovation ;
- conduire les analyses prospectives pour aider les Maisons à prévenir les risques et à saisir les opportunités pour chacun des principaux groupes d'activités (Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective) ainsi que les activités hôtelières ;
- former et sensibiliser les collaborateurs de tout niveau hiérarchique grâce notamment à la LIFE Academy ;

- partager les expériences environnementales de LVMH lors des Sommets internationaux et construire les partenariats d'action ;
- contribuer à la réputation du Groupe et à sa performance extra-financière.

Chaque Maison s'appuie également sur des compétences internes en matière environnementale. Ces experts forment un réseau de près de 200 correspondants Environnement issus des Maisons qui se réunit plusieurs fois par an lors des Commissions Environnement afin notamment d'échanger sur les bonnes pratiques.

En 2003, le Groupe a adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies qui promeut la responsabilité civique des entreprises via le respect de dix principes universellement acceptés, dont les trois suivants en matière d'environnement :

- appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;
- promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;
- favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

En 2023, le Groupe est sélectionné dans les principaux indices basés sur les critères de l'investissement responsable : FTSE4Good Global 100, Moody's ESG (66/100) et S&P Global ESG (66/100). En 2023, LVMH est membre de la A-List du CDP.

1.1.2 Identification des risques

En 2023, 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 :

- pour l'impact climat, en 2023, LVMH a conduit une étude permettant d'identifier les risques climatiques principaux sur sa chaîne de valeur. Cette étude suit les recommandations de la TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures) en évaluant les risques à travers la méthode d'analyse par scénarios incluant des trajectoires de réchauffement de 1,5°C à 4°C. L'analyse couvre d'une part les risques physiques associés à une augmentation en fréquence et en intensité des aléas climatiques (vagues de chaleurs, sécheresses, précipitations extrêmes, cyclones...), d'autre part les risques provoqués par la transition vers une économie bas carbone (prix du carbone, évolutions réglementaires, augmentation des coûts, changement de préférence des consommateurs...). Les enjeux du changement climatique sont abordés dans une logique de double matérialité, en visant à réduire l'impact du Groupe sur le climat tout en améliorant sa résilience face aux risques physiques et de transition. Ces analyses participent à l'alignement du Groupe avec la réglementation européenne (CSRD) en répondant à l'exigence d'évaluation des enjeux de durabilité en double-matérialité et à l'anticipation des implications financières des risques physiques et de transition ainsi que des opportunités liées au climat. À travers cette étude, 200 processus ont été cartographiés et examinés, permettant d'identifier les risques prioritaires sur l'ensemble de la chaîne

de valeur du Groupe. Par ailleurs, LVMH s'est doté d'une plateforme digitale permettant d'évaluer et de visualiser la vulnérabilité de ses sites face à 28 aléas climatiques ;

- LVMH réalise depuis plus de 5 ans des empreintes eau et biodiversité mises à jour chaque année avec les méthodologies les plus avancées. Ces empreintes permettent d'identifier et de quantifier les impacts eau et biodiversité les plus significatifs sur l'ensemble de la chaîne de valeur du Groupe. Les méthodologies et principaux résultats sont présentés dans les parties 3.1, 3.2 et 3.3. Par ailleurs, LVMH participe aux travaux de la TNFD dont l'objectif est de développer un cadre pour identifier et mesurer les dépendances et impacts financiers des activités sur la nature et la biodiversité.

Les principaux impacts et risques identifiés en matière environnementale au niveau Groupe concernent :

1. les risques liés au changement climatique ;
2. l'impact sur la ressource en eau ;
3. l'impact sur la biodiversité et les écosystèmes (dont les risques déforestation et désertification ainsi que la dépendance à la bonne santé des écosystèmes) ;
4. l'épuisement des ressources naturelles (dont la production de déchets et les enjeux de circularité) ;
5. la pollution des sols et de l'eau.

Les politiques mises en œuvre, les actions et les résultats qui en découlent sont présentés dans les parties suivantes.

Synthèse des principaux enjeux environnementaux du Groupe par groupe d'activités

	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective
État des ressources énergétiques et changements climatiques (Risques physiques)	<ul style="list-style-type: none"> - Diminution ou augmentation du rendement et altération de la qualité des raisins. - Baisse de la productivité du travail en extérieur causée par les vagues de chaleur. - Perturbation des distilleries ou des flux de transport, et stocks de marchandise endommagés par des phénomènes météorologiques extrêmes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diminution de la disponibilité du cuir et de la laine en raison du stress thermique et des sécheresses. - Perturbation des approvisionnements en matières premières, des tanneries, des magasins ou des flux de transport, et stocks de marchandise endommagés par des phénomènes météorologiques extrêmes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baisse des rendements sur les ingrédients de base (betterave, colza, huile de palme) et iconique de la parfumerie et de la cosmétique. - Perturbation des approvisionnements en matières premières, des magasins ou des flux de transport, et stocks de marchandise endommagés par des phénomènes météorologiques extrêmes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Perturbation de l'extraction de diamants, de pierres précieuses et de métaux en raison d'événements extrêmes. - Perturbation des approvisionnements en matières premières, des tanneries, des magasins, des flux de transport, et stocks de marchandise endommagés par des phénomènes météorologiques extrêmes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Flux de transport perturbés par des phénomènes météorologiques extrêmes. - Perturbation des magasins et stocks de marchandise endommagés par des phénomènes météorologiques extrêmes.
État des ressources énergétiques et changements climatiques (Risques de transition)	<ul style="list-style-type: none"> - Concurrence sur les engrais organiques nécessaires à l'agroécologie. - Augmentation des coûts énergétiques, du fret et du verre due à la taxation du carbone et de l'énergie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Stigmatisation des matières premières controversées. - Augmentation des coûts énergétiques, du fret et des matières premières due à la taxation du carbone et de l'énergie et à la concurrence sur les matières premières recyclées (or...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation du coût des produits chimiques due à la réglementation. - Augmentation des coûts énergétiques, du fret et du verre et d'autres matières premières à base de pétrole due à la taxation du carbone et de l'énergie et à la concurrence sur les matières premières agricoles. - Stigmatisation des matières premières controversées. 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation des coûts énergétiques pour l'extraction et la transformation des métaux. - Augmentation des coûts énergétiques, du fret et des matières premières due à la taxation du carbone et de l'énergie et à la concurrence sur les matières premières recyclées (or...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Coûts du fret affectés par la tarification du carbone et le changement de technologie. - Augmentation des coûts énergétiques opérationnels impactés par la tarification du carbone.
Impact sur la ressource en eau	<ul style="list-style-type: none"> - Consommation d'eau (irrigation des vignes en Australie, Nouvelle-Zélande, Argentine et Californie). 	<ul style="list-style-type: none"> - Consommation d'eau pour certaines activités de transformation (fermes de crocodiliens et tanneries) et de matières premières (coton, laines...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Consommation d'eau (production des matières premières et transformation). 	<ul style="list-style-type: none"> - Consommation d'eau lors de l'extraction des ressources minérales nécessaires à la fabrication des produits. 	
Pollution de l'eau et des sols	<ul style="list-style-type: none"> - Production d'effluents chargés en matière organique lors de la vinification et de la distillation. - Utilisation de produits phytosanitaires et de fertilisants. 	<ul style="list-style-type: none"> - Production d'effluents chargés en matière organique. - Utilisation de produits phytosanitaires et de fertilisants (productions agricoles). 	<ul style="list-style-type: none"> - Production d'effluents chargés en matière organique. - Utilisation de produits phytosanitaires et de fertilisants (productions agricoles). 	<ul style="list-style-type: none"> - Production d'effluents chargés en matières minérales. 	
Impact sur les écosystèmes (dont déforestation et désertification) et épuisement des ressources naturelles (dont production de déchets)	<ul style="list-style-type: none"> - Production des ressources végétales nécessaires à la production : raisins, orge, seigle... - Production de résidus des processus de vinification/distillation et de déchets d'emballages. - Nouveaux matériaux innovants. 	<ul style="list-style-type: none"> - Production des ressources nécessaires à la fabrication des produits (coton, cuir...). - Pratiques d'élevage et de trappe pour les matières premières d'origine animale. - Matières premières inutilisées, produits obsolètes et invendus, vitrines et événements. - Nouveaux matériaux innovants. 	<ul style="list-style-type: none"> - Production des ressources végétales nécessaires à la fabrication des produits (rose, jasmin, palme...). - PLV (publicité sur les lieux de vente), déchet d'emballages, produits obsolètes et invendus. 	<ul style="list-style-type: none"> - Extraction des ressources nécessaires à la fabrication des produits. - Déchets issus de métaux. 	<ul style="list-style-type: none"> - PLV, déchets d'emballages, produits obsolètes et invendus.

Source : analyse en double matérialité des impacts, risques et opportunités climat ; résultats des empreintes 2023 Climat, Eau, Biodiversité pour tous les secteurs (à l'exception du secteur hôtelier).

1.1.3 Dépenses environnementales

Les postes de dépenses environnementales ont été comptabilisés 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.

1.2 Le programme LIFE

Signée en 2001 par le Président-directeur général du Groupe, la Charte Environnement est le document fondateur des cinq grandes ambitions environnementales 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.

La Charte Environnement incite également chaque Président de Maison à s'impliquer dans la démarche par des actions concrètes et engage chaque Maison à mettre en place un système de management de l'environnement efficace, réfléchir collectivement aux enjeux environnementaux liés aux produits, gérer les risques et utiliser les meilleures pratiques environnementales. La Charte Environnement a guidé la démarche d'engagements environnementaux de LVMH et de son programme d'actions.

1.2.1 Définition de la démarche LIFE

Lancé en 2011, le programme LIFE – LVMH Initiatives For the Environment – est conçu de façon à renforcer l'intégration de l'environnement dans la stratégie des marques, faciliter le développement de nouveaux outils de pilotage et tenir compte des évolutions et enrichissements découlant des pratiques innovantes des Maisons.

Depuis 2014, les Maisons intègrent le programme LIFE dans leur plan stratégique. Mis en œuvre par le Comité de direction de chaque Maison, le programme LIFE est établi autour de neuf dimensions clés de la performance environnementale :

En 2023, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement se répartit comme suit :

- charges d'exploitation : 66 millions d'euros (42,5 millions d'euros en 2022) ;
- investissements : 30 millions d'euros (17,3 millions d'euros en 2022).

Le montant des engagements donnés pour risques environnementaux au 31 décembre 2023 est de 3 millions d'euros. Cette somme correspond aux garanties financières légales pour les installations SEVESO seuil haut.

Par ailleurs, conformément au Règlement européen 2020/852 définissant la soutenabilité environnementale des activités économiques, LVMH a procédé à l'identification de la part de ses activités éligibles au titre des six objectifs environnementaux et l'alignement aux objectifs d'adaptation et d'atténuation du changement climatique (voir §6 « Taxonomie environnementale »).

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

1.2.2 Le programme LIFE 360

La préparation du nouveau programme

LIFE 2020, première feuille de route issue du programme LIFE et de la cartographie des risques, qui fixait en 2016 quatre objectifs communs aux Maisons, s'est achevée fin 2020. L'analyse du bilan de LIFE 2020 a constitué l'un des éléments préparatoires du nouveau programme d'engagements du Groupe élaboré à partir de novembre 2020 avec la volonté, partagée par les Maisons, d'accélérer encore les progrès.

D'autres travaux ont contribué à cette préparation :

- 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 et composée de personnalités externes représentant différentes disciplines) ; des sessions de travail avec des étudiants et des jeunes collaborateurs ;
- la mise à jour de l'analyse des risques ;

- l'analyse des engagements développement durable de certaines Maisons. C'est le cas de Louis Vuitton qui s'engage à horizon 2025 sur un approvisionnement responsable pour 100% de ses matières premières, sur le climat avec la définition d'une trajectoire validée Science Based Targets et sur la circularité créative avec des engagements d'éco-conception de 100% de ses produits. Avec son programme Sols Vivants, Moët Hennessy a arrêté fin 2020 l'utilisation d'herbicides dans ses vignobles en propre en Champagne et la projette pour 2028 pour les livreurs de raisin ;
- la réalisation d'une empreinte environnementale de l'ensemble de sa chaîne de valeur incluant les scopes 1, 2 et 3, et abordant les domaines du changement climatique, de la biodiversité et de l'eau ;
- l'analyse de la contribution de la politique environnementale de LVMH aux Objectifs du Développement Durable fixés par les Nations Unies, et notamment aux ODD 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 et de ceux du Comité Éthique et Développement Durable.

Les objectifs de LIFE 360

Issue de l'ensemble de ces travaux, la nouvelle feuille de route de LVMH, LIFE 360, a été dévoilée lors de l'Assemblée générale 2021 et ses résultats au titre de l'exercice 2022 ont été présentés lors de l'Assemblée générale du 20 avril 2023. Elle définit des objectifs à horizon 2023, 2026 et 2030 et se fixe le cap de créer des produits qui portent la signature de l'ambition environnementale du Groupe : des produits en harmonie avec la nature, qui ne nuisent pas à la biodiversité et au climat, en mobilisant les parties prenantes. Elle est articulée autour de 4 plans d'action stratégiques :

- **Circularité créative** : l'économie circulaire (éco-conception, réparation, réemploi, surcyclage) et l'innovation (recherche de nouvelles matières) nourrissent la créativité ; l'objectif fixé est d'atteindre 100% de nouveaux produits écoconçus en 2030, avec une empreinte environnementale maîtrisée, de l'extraction des matières jusqu'à leur transformation. La stratégie packaging obéit à la même trajectoire, avec un objectif de zéro plastique vierge d'origine fossile en 2026.
- **Biodiversité et écosystèmes** : les activités de LVMH entretiennent un rapport très étroit avec la nature. Les objectifs de ce plan d'action ont été construits pour limiter les impacts et lui rendre 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.

- **Traçabilité et Transparence** : le plan d'action vise à déployer des programmes de traçabilité dédiés 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 (voir §4.2.2).
- **Climat** : la nouvelle trajectoire carbone de LVMH, compatible avec l'Accord de Paris, a été validée par SBTi en décembre 2021. Elle vise à réduire les émissions de GES liées à la consommation énergétique du Groupe (scope 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. Quatre leviers principaux sont mobilisés pour atteindre cet objectif : 100% d'énergie renouvelable ou bas carbone dans les sites de production, les centres logistiques, les sites administratifs et les boutiques, un plan d'action dédié à l'e-commerce vert, l'augmentation du maritime dans le ratio transport et un plan carbone fournisseurs.

Ces quatre plans d'action stratégiques sont déclinés par secteurs d'activités et à l'échelle de chacune des Maisons. Ils 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** ;
- **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. Des objectifs sont fixés pour la certification des matières premières achetées et des sites de production, le management environnemental de l'eau et des substances dangereuses (voir §3.2.3) et pour la transition énergétique ;
- **les chercheurs**, avec un programme de recherche et d'innovation dédié au luxe durable pour 2023.

Le bilan du niveau d'atteinte des objectifs LIFE 360 à échéance 2023 a été présenté le 14 décembre 2023 lors du LIFE 360 Summit qui s'est tenu à l'UNESCO et qui a réuni plus de 500 dirigeants du Groupe ainsi que ses principaux partenaires et acteurs du secteur, en présence de Christophe Béchu (Ministre français de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires), Virginijus Sinkevičius (Commissaire européen à l'environnement, aux océans et à la pêche), Bernard Arnault, Président-directeur général de LVMH et Antoine Arnault, Directeur Image et Environnement de LVMH. À cette occasion, le Groupe a présenté un nouveau programme à destination de son écosystème de fournisseurs, (LIFE 360 Business Partners program) pour les accompagner dans la réduction de leur empreinte carbone, eau et biodiversité.

1.3 Formation et lancement de la 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 213 268 collaborateurs des acteurs de cette ambition. La Direction Développement Environnement s'attache donc à sensibiliser, informer et former les collaborateurs ainsi que les organes de direction sur la préservation des ressources naturelles, la biodiversité et le changement climatique.

En 2023, les Maisons ont poursuivi leurs programmes de sensibilisation et de formation de leurs collaborateurs à l'environnement. À titre d'exemple, Parfums Christian Dior continue le déploiement de la Fresque du Climat avec plus de 3 000 collaborateurs formés, soit près de 90% de l'effectif France incluant le Comité exécutif; Berluti a formé l'ensemble de ses équipes créatives aux enjeux environnementaux, à la connaissance des certifications textile/cuir et à l'écoconception dispensant près de 1 000 heures de formation; Moët Hennessy

forme aux fondamentaux du développement durable via un *e-learning* qui a concerné 900 personnes en 2023. Un nombre croissant de Maisons intègre à présent un objectif en matière de formation environnementale dans leur accord d'intéressement.

Le LIFE 360 SUMMIT qui s'est tenu à l'UNESCO le 14 décembre 2023 a été l'occasion d'ateliers de sensibilisation : environ 200 personnes ont participé à la Fresque de la Biodiversité, à l'Atelier des Sols Vivants (codéveloppé par Moët-Hennessy) ou à des ateliers d'intelligence collective; tandis que plus de quarante Présidents de Maisons et membres de leurs Comités Exécutifs ont assisté à une Master Class CEOs portant notamment sur les risques et opportunités liés au changement climatique.

Ces actions de formation représentent un volume total de 68 140 heures en 2023, soit un doublement par rapport à 2022 (31 238 heures).

Tableau de suivi de l'évolution du nombre d'heures de formation et de sensibilisation environnementale

Indicateurs	2023	2022	Évolution (en %)
Nombre d'heures total de formation et de sensibilisation	68 140	31 238	118

En 2023 et conformément à son objectif LIFE 360 de mettre en place des programmes de formation ajustée aux enjeux environnementaux des principaux métiers du Groupe, LVMH a lancé la LIFE Academy, organe éducatif au niveau du Groupe qui propose un nouveau catalogue de formation, 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.

Les Expertises comprennent des formations spécialisées 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 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 mise en place de la LIFE Academy permet au Groupe de se fixer un autre objectif à échéance 2026, celui de former 100% des collaborateurs aux thématiques environnementales essentielles ou expertes.

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.

Les parcours de formation de la LIFE Academy seront pour partie accueillis dans un lieu propice à l'expérimentation, Vallée de la Millière, association présidée par Yann Arthus-Bertrand et réserve de biodiversité à proximité de Paris.

1.4 Périmètre de reporting 2023

Le périmètre du reporting environnemental a été rapproché de celui du reporting financier dans la perspective de l'application de la CSRD. Par ailleurs, la couverture des sites de production, entrepôts, hôtels, sites administratifs, ainsi que celle des boutiques a fortement progressé.

Les règles d'intégration des entités (Maisons et sites) sont les 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 ;
- 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.

En 2023, dans le cadre du rapprochement du périmètre de reporting financier et environnemental, les Maisons couvertes par le reporting environnemental représentent 99% du chiffre d'affaires du Groupe.

Couvertures des sites de production, entrepôts, hôtels et sites administratifs

Sites de production, entrepôts, hôtels et sites administratifs (en nombre)	2023	2022
Sites couverts ^(a)	402	327
Sites non couverts ^(b)	244	150
Nombre total de sites	646	477

(a) Intégration de certains sites de Belmond, Bulgari, Christian Dior Couture, Guerlain, Loro Piana, Louis Vuitton, Parfums Christian Dior et Tiffany & Co. ainsi que Domaine des Lambrays et Château d'Esclans.

(b) Dont principalement : certains sites administratifs régionaux de Louis Vuitton, Moët Hennessy, Parfums Christian Dior ainsi que les sites administratifs hébergeant moins de 20 personnes.

Les sites de production sont couverts à 96%. Les sites de production, logistiques et administratifs non couverts par le reporting environnemental le sont essentiellement pour des raisons opérationnelles et ont un impact environnemental peu significatif. Un plan d'intégration progressif est mis en œuvre.

Les surfaces totales des boutiques prises en compte dans le calcul de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre sont les suivantes, en pourcentage des surfaces totales des boutiques du Groupe :

	% des surfaces totales des boutiques du Groupe prises en compte pour la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre ^(a)	
	2023	2022
Total Groupe	83	73

(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.

En 2023, les boutiques de Sephora South East Asia, Rimowa, Maison Francis Kurkdjian, et Parfums Givenchy ont été intégrées au périmètre de reporting.

Pour les 17% de boutiques non prises en compte pour la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre, les données sont estimées et présentées séparément.

2. LIFE 360 – CIRCULARITÉ CRÉATIVE

2.1 Description de la politique Circularité Créative

Les Maisons de LVMH agissent pour limiter l'impact de leurs produits sur le milieu naturel en prenant en compte l'intégralité du cycle de vie. Avec la stratégie LIFE 360, LVMH réunit toutes les Maisons autour de la notion de circularité créative. Elle repose sur 4 convictions :

- l'inventivité : la sélection de nouvelles matières innovantes comme les matières recyclées, biosourcées, certifiées et/ou issues de l'agriculture régénératrice (voir §2.1.1 et §3.1) ;
- 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 (climat, eau, déchets, biodiversité) (voir §2.1.4) ;

- 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 (voir §2.1.3) ;
- la renaissance : le soutien au déploiement d'une seconde vie des matières et des produits via le réemploi, réutilisation, le recyclage ou le surcyclage (voir §2.2.2 et §2.2.4).

Ces convictions sont déclinées dans le cadre de plans d'action avec des objectifs concrets :

- 100% des nouveaux produits éco-conçus d'ici à 2030 ;
- zéro plastique vierge d'origine fossile dans les emballages d'ici 2026 ;
- le déploiement de nouveaux services circulaires ;
- les sites de production des Maisons sont également des leviers majeurs de circularité, ils 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. Des politiques ambitieuses de gestion des consommations d'eau, des rejets d'eaux usées et des déchets sont également menées.

2.1.1 100 % de produits issus d'une démarche d'éco-conception

Pour relever ce défi de l'éco-conception, le Groupe et ses Maisons ont défini ensemble des critères qui 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 :

- 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'écoconception 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'écoconception 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.

2.1.2 0 % de plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients en 2026

LVMH vise 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 biosourcés ;
- la substitution des plastiques par d'autres matériaux.

Cet objectif nécessite un renforcement du plan d'action. Aussi, 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.

2.1.3 Nouveaux services circulaires

Les 75 Maisons de LVMH constituent un territoire inégalé pour explorer de nouvelles pistes de circularité intersectorielle : c'est l'un des axes d'action de LIFE 360. Elles se matérialisent par la mise en œuvre de nouveaux services qui s'est accélérée en 2023 :

- de durabilité des produits, comme la réparation ou l'offre de recharge ;
- de revalorisation des invendus, défectueux et des matières stratégiques selon la hiérarchie réglementaire établie :
 - don : toute opération par laquelle des produits ou matières sont dégriffés pour être donnés à un organisme de don,
 - réemploi : toute opération par laquelle des produits ou matières sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus,
 - réutilisation : toute opération par laquelle des produits ou matières qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau,
 - recyclage : toute opération de valorisation par laquelle les produits et matières sont retraités en produits ou matières aux fins de leur fonction initiale,

- décyclage : toute opération par laquelle on transforme une matière ou un produit inutilisé en un nouveau matériau de qualité ou de valeur moindre ;
- d'échanges de matières et matériaux entre les Maisons dans le cadre de projets innovants (voir §2.2.4).

2.1.4 100 % de sites de production et logistiques avec un système de management environnemental certifié en 2026

La fabrication des produits des Maisons du Groupe est essentiellement réalisée dans les 292 sites de production et centres logistiques. Réduire leur impact environnemental et favoriser la circularité est également une source de réduction de l'empreinte environnementale des produits.

Le Groupe s'est fixé de couvrir 100% de ses sites par une certification environnementale d'ici 2026, outil à la fois dynamique, fédérateur et motivant pour l'amélioration continue des performances dans l'utilisation des bâtiments. Cette démarche de certification n'est pas nouvelle pour les Maisons : la Charte Environnement de LVMH leur impose en effet de mettre en place un système de management environnemental porté au niveau de la direction. Hennessy a joué un rôle pionnier, devenant en 1998 la première entreprise de vins et spiritueux au monde à décrocher la certification ISO 14001.

2.2 Principaux résultats Circularité Créative en 2023

2.2.1 Éco-conception des produits

Les groupes d'activités déploient des outils afin de vérifier la conformité avec les critères d'éco-conception définis par le Groupe. Les Maisons de Mode et Maroquinerie ont débuté en 2023 le déploiement d'un outil permettant le suivi des critères d'éco-conception, le calcul de la performance environnementale selon les référentiels définis en France et bientôt en Europe (voir §2.1.1). Plus de 300 références ont été évaluées en 2023 dans 5 Maisons du Groupe avec un taux de conformité aux critères d'éco-conception de 61%. En 2023, Christian Dior Couture a développé la collection « Dior Denim » pour homme, composée de 100% de coton régénératif certifié RegenAgri. Les processus de lavage et d'ennoblissement de la toile denim ont été réalisés avec des technologies permettant de réduire les consommations d'eau et de substances chimiques de respectivement 83% et 75%. Pour la 2^e année consécutive, Dior s'associe également à l'organisation environnementale Parley for the Oceans pour présenter la Beach Capsule, collection Dior Automne 2023, composée de 96% de tissus recyclés. Dior et Parley ont initié en 2019 un travail de recherche commun qui a donné vie à des matières inédites, fabriquées en Parley Ocean Plastic® – créé avec des débris plastiques et des filets de pêche récoltés sur les côtes de plusieurs pays et îles dans le monde.

Les Maisons de Parfums et Cosmétiques déploient l'IFE qui permet notamment d'évaluer la performance environnementale des formulations (voir §2.1.1).

2.2.2 Éco-conception des emballages

Les Maisons travaillent à l'éco-conception des emballages pour réduire les quantités de matières premières utilisées, faciliter leur recyclage ainsi que contribuer à l'arrêt de l'utilisation de plastique vierge d'origine fossile. Illustration de cet objectif, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques multiplie les partenariats et les initiatives comme avec Origin Materials (PET biosourcé), le consortium Avantium (PEF biosourcé), Aliplast (PET recyclé), Eastman (copolyester recyclé) ou encore Dow (Surlyn biosourcé et recyclé). Certaines Maisons du Groupe déploient également des alternatives au plastique comme avec Woola qui produit des emballages à partir de déchets de laine. Les Maisons poursuivent leurs démarches d'éco-conception : à titre d'exemple, chacun des écrins du duo *Haute Réparation* des crèmes *Abeille Royale* de la Maison Guerlain est rechargeable.

Les quantités d'emballage consolidées par les Maisons concernent :

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

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

À l'échelle du Groupe, les quantités d'emballage diminuent de 8% par rapport à 2022. Cette diminution est liée à l'évolution de l'activité ainsi qu'aux efforts d'éco-conception des emballages.

Tableau de la note IPE pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques et Vins et Spiritueux

Indicateurs	Baseline	Performance 2023	Nombre de références couvertes
IPE emballages Parfums et Cosmétiques (Nouvelle méthodologie, note sur 100) ^(a)	39,3	39,3	500
IPE emballage Vins et Spiritueux (Nouvelle méthodologie, note sur 100)	80	80	Tous les emballages

(a) Maisons incluses : Guerlain, Parfums Christian Dior, LVMH Fragrance Brand.

Le poids des emballages clients évolue ainsi entre 2022 et 2023 :

(en tonnes)	2023	2023 pro-forma ^(a)	2022	Évolution ^(b) (en %)
Vins et Spiritueux	159 914	150 315	171 156	(12)
Mode et Maroquinerie	20 904	20 904	23 145	(10)
Parfums et Cosmétiques	32 424	32 424	25 966	25
Montres et Joaillerie	4 462	4 462	4 761	(6)
Distribution sélective	4 270	4 270	3 425	25
Autres activités	-	-	-	-
Total	221 975	212 377	228 453	(8)

(a) Valeur et évolution à périmètre comparable.

(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 2023 :

(en tonnes)	Verre	Papier - carton	Plastique	Métal	Textile	Autres matériaux d'emballage ^(a)
Vins et Spiritueux	142 014	14 266	711	1 339	45	1 539
Mode et Maroquinerie	471	17 431	167	143	2 665	27
Parfums et Cosmétiques	17 450	6 780	6 582	1 574	19	20
Montres et Joaillerie	1 443	1 919	858	124	38	81
Distribution sélective	319	2 719	1 178	52	0	3
Autres activités	-	-	-	-	-	-
Total	161 696	43 114	9 496	3 232	2 767	1 670

(a) Les autres matériaux d'emballage sont notamment la céramique et le bois.

2.2.3 Réduction et valorisation des déchets

Le poids des déchets produits a varié comme suit entre 2022 et 2023 :

(en tonnes)	Déchets produits en 2023 ^(a)	Dont déchets dangereux produits en 2023 ^(b)	Déchets produits en 2023 pro-forma	Déchets produits en 2022 ^(c)	Évolution des déchets produits (en %)
Vins et Spiritueux	86 904	268	85 559	83 629	2
Mode et Maroquinerie	18 136	3 439	17 425	17 171	1
Parfums et Cosmétiques	12 114	2 672	11 614	10 856	7
Montres et Joaillerie	1 604	567	1 250	1 408	(11)
Distribution sélective	265	4	3 042	3 077	(1)
Autres activités	6 070	285	1 541	2 191	(30)
Total	125 095	7 237	120 431	118 332	2

(a) Donnée incluant les sites de production, les centres logistiques et certains bureaux. Les magasins sont exclus.

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

(c) Données incluant Le Bon Marché et certains DFS.

Les déchets ont été valorisés ainsi en 2023 :

<i>(en % des déchets produits)</i>	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	7	89	3	98
Mode et Maroquinerie	4	47	34	85
Parfums et Cosmétiques	4	73	16	93
Montres et Joaillerie	-	48	11	59
Distribution sélective	-	36	5	41
Autres activités	11	46	13	70
Total	6	78	9	94

Les Maisons travaillent à la réduction et à la valorisation des déchets de production. En ce qui concerne la circularité des déchets, en 2023, 94% des déchets ont été valorisés (95% en 2022). Sont considérés comme déchets valorisés ceux dont la destination finale correspond, par ordre décroissant d'intérêt conformément aux législations européenne et française, à la réutilisation, valorisation matière, (c'est-à-dire recyclage, compostage ou épandage) ou incinération avec valorisation énergétique.

Autre illustration, LVMH s'est fixé l'objectif de 100% des déchets de chantier recyclés ou réutilisés localement lors de travaux de création ou de rénovation de boutiques d'ici 2026. Pour ce faire, les Maisons complètent le processus de construction des boutiques par un indicateur de recyclage des déchets de chantier.

2.2.4 Résultats pour les nouveaux services circulaires

Depuis 2019, 97% des Maisons (hors Vins et Spiritueux) ont mis en place des nouveaux services circulaires, qu'il s'agisse de services de durabilité ou de revalorisation.

En ce qui concerne les services de durabilité, le groupe de travail Repair and Care réunit quatorze Maisons du Groupe pour définir les standards de leurs services de réparation et d'entretien, et accélérer leur déploiement. Rimowa offre désormais une garantie fabricant à vie pour les valises achetées à partir de juillet 2022 ; l'atelier Retouches du Bon Marché est agréé Refashion depuis son lancement en novembre 2023 afin de faciliter la réparation des textiles pour les clients ; Loewe a dédié un magasin à la réparation (ReCraft à Osaka).

En ce qui concerne les services de revalorisation, les Maisons de Parfums et Cosmétiques, et Sephora utilisent en France la plateforme CEDRE dédiée au tri, au recyclage et à la valorisation de l'ensemble des matières et produits issus de la fabrication, du conditionnement, de la distribution et de la vente des parfums et des produits cosmétiques. Cette plateforme de déconditionnement accueille plusieurs types de gisements : les articles de conditionnement obsolètes, les produits alcooliques obsolètes, les éléments de publicité, les testeurs utilisés en boutique et les emballages vides rapportés par les clients en boutique. Les différents matériaux (verre, carton, bois, métal, plastique, alcool et cellophane) sont revendus à un réseau de recycleurs spécialisés.

Cette plateforme est désormais utilisée pour le textile des Maisons de mode pour lesquelles elle devient l'épicentre, en coconstruction avec Nona Source et Weturn (start up récompensée d'un LVMH Innovation Award qui produit des tissus 100% recyclés), d'un nouvel écosystème de filières de valorisation du textile, en boucle fermée ou ouverte, offrant toute une nouvelle gamme de service de revalorisation. Le 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 pour mieux revaloriser les articles invendus. Cette filière intègre, 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.

Cet écosystème est la première brique de LVMH Circularity dont la création a été annoncée lors du LIFE 360 Summit et qui vise à organiser l'ensemble des filières de revalorisation des emballages, des produits et de leurs composants ainsi qu'à faciliter leur réintégration dans les lignes de production afin de maximiser la réduction de l'impact environnemental.

LVMH Circularity a permis des réalisations majeures en 2023 à l'instar de Christian Dior Couture et Louis Vuitton qui ont lancé des projets de recyclage de leur matière avec WeTurn, en les transformant en nouveaux fils de qualité et en nouvelle matière, 100% traçables et européens. Dior lance au premier trimestre 2024 sa première pièce de prêt-à-porter faite à partir de textile recyclé en boucle fermée.

Défaire et refaire, c'est le leitmotiv de Prélude, une collection 100% upcyclée et réalisée par le Directeur artistique Kevin Germanier à partir d'invendus issus des Maisons de mode de LVMH, de tissus provenant de Nona Source, la plateforme de revente des tissus inutilisés des Maisons du Groupe, et de WeTurn. Un projet résolument disruptif qui illustre la capacité du Groupe à faire rimer écologie, créativité et désirabilité. Les produits invendus ont été entièrement déconstruits, parfois détricotés, parfois coupés en bandes, elles-mêmes mélangées et retissées pour donner naissance à un nouveau tissu. Un défilé lors du LIFE 360 Summit en décembre 2023 a dévoilé cette collection et ces nouveaux savoir-faire que le Groupe entend développer.

En 2023, 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 proposant des tissus de grande qualité à des prix très compétitifs. Ce sont plus de 280 000 mètres de tissus (190 000 mètres en 2022) qui ont été upcyclés en 2023 provenant de 12 Maisons de mode.

Dior Couture a converti une ligne de production d'une de ses usines en une ligne de démantèlement et de valorisation pour les souliers et la maroquinerie. Sephora a lancé le projet VM 360 qui permet le recyclage en boucle fermée de trois typologies d'éléments de la PLV : recyclage des modules de présentation des produits en nouveaux modules, transformation des visuels merchandising en boîte cadeau pour les clients et récupération des cartons de transport pour créer des cartons d'expédition du e-commerce.

En 2023, ce sont 3 561 tonnes de matières et produits qui ont été valorisées (3 144 tonnes en 2022) par la plateforme CEDRE.

(en tonnes)	Quantité revalorisée en 2023	Quantité revalorisée en 2022
Parfums et Cosmétiques	2 266	2 503
Distribution sélective	693	641
Mode et Maroquinerie	792	-
Total	3 561	3 144

Sur la lutte contre le gaspillage et les dons alimentaires, La Grande Épicerie de Paris a mis en place un suivi précis des ventes pour adapter sa production. La Croix Rouge récupère chaque jour la production invendue. Dès 2018, un partenariat a été lancé

avec la société Too Good To Go, qui permet aux commerçants de proposer leurs invendus aux utilisateurs de l'application éponyme. Au regard des activités du Groupe, la précarité alimentaire et les actions en faveur d'une alimentation responsable, équitable et durable ne constituent pas des risques principaux.

2.2.5 Management environnemental

En 2023, les sites de production et centres logistiques du Groupe continuent de déployer des systèmes de management environnemental certifié. Fin 2023, 75 % à périmètre constant (exclusion de Tiffany & Co. et Belmond) des sites industriels et centres logistiques sont certifiés ISO 14001. La préservation de la biodiversité est intégrée à ces systèmes de management. En 2023, Acqua di Parma a passé avec succès la première vérification de la certification ISO 14001 au siège.

Les boutiques sont également concernées par le sujet de l'éco-conception et du management environnemental. Ainsi, le groupe de travail *Sustainable Store Planning* a systématisé l'utilisation de la notation interne « LIFE in Architecture » dont la version 5 a été publiée en mars 2023. Aujourd'hui, la communauté « boutiques » rassemble plus de 800 personnes dans le monde ; elle est pilotée par une quarantaine d'ambassadeurs. Des comités mensuels permettent d'évaluer le niveau d'atteinte des objectifs LIFE 360, et de diffuser au mieux les outils. Afin d'accélérer le déploiement de la certification interne, et d'améliorer la bonne connaissance du référentiel, une plateforme dédiée a été développée en 2023. Cet outil de Gestion Électronique de Documents permet d'échanger les quelques 200 documents de preuves, suivant la structure du référentiel, avec les auditeurs externes.

2.2.6 Synthèse des résultats LIFE 360 - Circularité Créative en 2023

Objectifs	Performance 2023	Performance 2022	Objectif
Zéro plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients			
Quantité de plastique vierge d'origine fossile dans les emballages clients (en tonnes) ^(a)	7 942	7 942	0 (2026)
70 % de matériaux recyclés dans les emballages clients			
Pourcentage de matériaux recyclés dans les emballages clients pour le verre et le plastique (en poids) ^(a)	43 %	39 %	70 % (2030)
Niveau de déploiement du système de management environnemental ISO 14001			
(sites de fabrication et centres logistiques) ^(a)			
Valeur proforma, 66 % en incluant Tiffany & Co.	75 %	74 %	100 % (2026)
Éco-conception produits			
Mode et Maroquinerie			
(taux de conformité aux critères d'éco-conception LIFE 360 en %) ^{(a) (b)}	61 %	(c)	100 % (2030)
Nouveaux services circulaires implémentés depuis 2019			
(en % de nombre de Maisons) ^(a)	97 %	(c)	100 % (2023)

(a) Donnée issue d'un reporting en cours de structuration.

(b) Base = 300 nouvelles références.

(c) Donnée non reportée en 2022.

3. LIFE 360 – BIODIVERSITÉ ET ÉCOSYSTÈMES

3.1 Biodiversité

3.1.1 Description de la politique Biodiversité

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.). Elle s'inscrit dans une vision à long terme qui érige en priorité la préservation de la nature, dont les richesses confèrent leur caractère d'exception aux produits des Maisons du Groupe.

Première étape, 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 s'engage à mettre à jour et améliorer la mesure annuellement ainsi qu'à participer à l'amélioration des méthodes, notamment en partageant ses résultats avec la communauté scientifique. En 2023, LVMH a mis à jour son empreinte biodiversité et son intensité de déforestation 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 +, les outils Trase, Global Forest Watch, le Biodiversity Integrity Index ainsi que l'outil Dryad. LVMH a également déployé le Global Biodiversity Score.

LVMH inscrit ses engagements et ses actions dans le cadre de référence défini par Science Based Targets for Nature, en cours de développement, et dont l'objectif est d'aligner les actions des entreprises avec les objectifs internationaux de préservation de la biodiversité. LVMH participe au test officiel de la démarche SBT Nature débuté en 2023 notamment pour la production du cachemire en Mongolie et en Chine et la production de raisin dans la région de Cognac.

Prenant en compte les résultats de ces empreintes, LVMH agit et fait de la protection de la biodiversité et de sa régénération un pilier majeur de sa stratégie environnementale LIFE 360, qui se décline autour de trois objectifs principaux :

- zéro déforestation et conversion d'écosystèmes naturels au sein de ses opérations et chaînes d'approvisionnement d'ici 2025 (avec comme référence pour la définition des écosystèmes naturels en 2020, l'état des lieux fourni par le standard Science Based Targets for Nature);
- 100% des matières premières stratégiques certifiées en 2026;
- 5 millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore préservés, régénérés ou réhabilités en 2030.

Enfin, LVMH est un membre actif du TNFD forum (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures). Ce groupement de plus de 900 partenaires comprend un large éventail d'institutions. Sa mission est de développer 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 aux développements 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.

3.1.1.1 Éviter et réduire les impacts sur la biodiversité

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 viscosé), 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. En 2023, 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 quantification permet de prioriser les actions et mesurer les progrès associés.

LVMH continue par ailleurs de déployer des actions concrètes :

- LVMH 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 viscosé;
- 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;
- les Maisons du Groupe demandent à leurs partenaires tanneurs de bannir tout approvisionnement en peaux issues du bassin amazonien;
- LVMH 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 protégées et couverts par le projet.

100 % des matières premières stratégiques certifiées en 2026

Le groupe LVMH s'est donc doté d'une stratégie d'approvisionnement et de préservation des matières premières, 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 meilleurs standards environnementaux, qu'ils concernent la matière première ou le site de production. Ces standards garantissent une bonne préservation des écosystèmes et des ressources en eau. À l'issue du programme environnemental LIFE 2020, la liste des matières premières stratégiques a été élargie et comprend désormais :

- 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.

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. Depuis 2020, en ligne avec la Charte d'engagement sur l'approvisionnement des matières d'origine animale publiée en 2019, les Maisons se sont engagées à ne plus s'approvisionner en matières classées dans l'Annexe I de la CITES ou identifiées comme menacées par l'UICN.

Le Groupe 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.

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.

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) ;
- 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 ;

Environnement et durabilité

- l'approvisionnement en coton durable à hauteur de 100 % des volumes achetés. Les cotons organiques et régénératifs sont favorisés tout comme le coton recyclé ;
- 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 animal 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) ;
- 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 ;
- 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. LVMH partage avec la société civile l'objectif d'amélioration du bien-être animal matérialisé dans la Charte que le Groupe a dévoilée en 2019. Elle est accompagnée d'un Comité Scientifique consultatif qui contribue au soutien de la recherche scientifique. Ce travail est le fruit d'un long processus de recherche et de collaboration entre les experts environnement de LVMH, ses Maisons et ses fournisseurs. Exhaustive, la Charte aborde les enjeux liés à l'approvisionnement de la fourrure, du cuir, du cuir exotique, de la laine et des plumes avec des axes de progrès dans trois domaines : la traçabilité totale des chaînes d'approvisionnement, les conditions d'élevage et de trappe des animaux et le respect des communautés locales, de l'environnement et de la biodiversité.

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 ;
- 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.

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. Ainsi, Parfums Christian Dior dispose des Jardins de Dior, un ensemble de parcelles dédiées à la culture d'essences végétales sélectionnées pour leurs propriétés exceptionnelles. Guerlain a également lancé de nombreux partenariats autour de l'orchidée de Chine, du vétiver d'Inde, du miel d'Ouessant, du santal d'Asie ou de la lavande du sud de la France.

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.

Tous groupes d'activités

Substances chimiques réglementées : toutes les Maisons ont intégré les exigences des règlements internationaux, dont REACH, dans leurs documents contractuels afin d'impliquer tous les fournisseurs dans cette démarche. LVMH a également déployé de nombreux outils d'amélioration et de contrôle concernant l'utilisation de substances chimiques :

- dans les produits et les matériaux premiers fournis aux Maisons avec la Product Restricted Substances List (PRSL) qui définit les restrictions pour les substances chimiques (mis à jour au moins deux fois par an);
- dans les chaînes d'approvisionnement, avec le suivi de la conformité des formulations chimiques à la Manufacturer Restricted Substances List (MRSL) gérée par l'organisation ZDHC dont LVMH est membre.

Des informations complémentaires sont fournies en §3.3.

Bois et dérivés du bois : compte-tenu du fort engagement du Groupe pour la lutte contre la déforestation, le Groupe s'est doté d'un objectif complémentaire commun à tous les groupes d'activités. Il concerne l'approvisionnement certifié FSC (incluant FSC mixte et FSC recyclé) de 100% des bois, papiers et cartons à horizon 2026. Ainsi, à titre d'illustration, l'ensemble des bois utilisés pour l'agencement et la décoration des boutiques sera certifié FSC en 2026.

3.1.1.2 Protéger et régénérer la biodiversité

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.

L'agriculture régénératrice

L'agriculture régénératrice se définit comme une agriculture capable de régénérer la santé des sols et les fonctions des écosystèmes (biodiversité, cycle de l'eau), en assurant une stabilité socio-économique pour les parties prenantes (agriculteurs, communautés) et la production de matières premières de qualité. LVMH a sélectionné un certain nombre de matières premières pour lesquelles le Groupe souhaite déployer des pratiques d'agriculture régénératrice comme 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, Renature, 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. Enfin, les fournisseurs commencent à déployer des certifications telles RegenAgri et ROC.

Préservation et restauration d'écosystèmes

En tant qu'acteur de la société civile et pour viser une contribution nette positive sur la biodiversité, 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). D'autres programmes du même type sont menés par le Groupe ou les Maisons en Afrique, en Asie ou en Océanie.

3.1.2 Principaux résultats Biodiversité en 2023

LVMH se mobilise depuis plus de dix ans aux côtés de nombreux partenaires en faveur de la préservation de la biodiversité. Le Groupe a été ainsi le premier acteur privé à rejoindre les huit organismes publics de recherche qui siègent au Conseil d'administration de la Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB). En 2019, LVMH a renforcé son engagement avec la signature d'un partenariat de cinq ans avec l'UNESCO pour soutenir le programme scientifique intergouvernemental « L'Homme et la Biosphère ». Cet outil de coopération internationale a pour objectif d'agir en faveur de la conservation de la biodiversité au niveau mondial. Les Maisons du Groupe s'appuient par exemple sur l'expertise scientifique de l'UNESCO et son réseau de 686 réserves de biosphère pour développer leurs politiques d'approvisionnement durable. LVMH participe activement au dispositif Act4Nature International. En juin 2023, LVMH a partagé ses engagements biodiversité au salon Future Fabrics Expo à Londres. Lors de la 42^e Conférence générale de l'UNESCO en novembre 2023, LVMH et l'UNESCO ont organisé une session spéciale sur la protection de la biodiversité dans le bassin amazonien avec Audrey Azoulay, Directrice générale de l'UNESCO et Antoine Arnault, Directeur Image et Environnement de LVMH. Cet événement a été l'occasion de partager les résultats du projet Amazonie et de lancer le portail de l'UNESCO sur la biodiversité, avec le soutien de l'Italie.

3.1.2.1 Certification des filières stratégiques

En 2023, le niveau de certification des filières a continué de progresser comme celles des cuirs bovins et ovins (de 91% en 2022 à 96% en 2023) ou du coton (de 71% en 2022 à 75% en 2023). Dans le cadre de LIFE 360, le Groupe s'est fixé des objectifs de certification pour des filières dont les standards peuvent être encore en cours de stabilisation. C'est le cas de la filière laine et cachemire. Dans ce contexte, les Maisons du Groupe travaillent en partenariat avec leurs fournisseurs pour assurer l'achat de laines et cachemire provenant de fermes certifiées sur des critères de bien-être animal et de respect de l'environnement.

En ce qui concerne la filière fourrure, le Groupe et ses Maisons participent activement à la création de nouveaux standards de certification dans le cadre du Programme FurMark (qui suit les règles de l'ISEAL⁽¹⁾).

En ce qui concerne le cuir exotique, 100% des peaux achetées par la tannerie Heng-Long proviennent désormais de fermes certifiées selon le standard de certification développé par LVMH en 2018 et qui a évolué en 2021 (Standard for Responsible Crocodilian Production) pour prendre en compte les derniers résultats de la recherche en matière de bien-être des crocodiliens élevés en ferme, rendant ainsi possible l'alignement des exigences avec le standard ICFA (« International Crocodilian Farmers Association »).

LVMH, avec d'autres marques de l'univers du luxe participent à l'initiative collective « Cuir de Veau Français Responsable » (CVFR). La démarche, initiée en 2020, 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 (éleveurs, intégrateurs, abatteurs) en France, et à soutenir les acteurs de la filière 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, assuré par l'association Imagin'Rural, a permis une adoption progressive de la démarche et l'adhésion de plusieurs intégrateurs représentant près de 60% des élevages de veau français.

En 2023, 280 audits de Tierce Partie ont été réalisés sur la base du Protocole d'audit commun coconstruit par l'ensemble des membres de l'initiative, des experts vétérinaires et l'Idèle (Institut de l'Élevage), élevant le nombre d'exploitants ayant bénéficié d'un audit de Tierce Partie à 400 depuis le début de l'initiative. D'ici 2025, l'objectif de cette initiative collective est de déployer nationalement ce programme d'audit auprès de 1 200 fermes.

Le soutien des intégrateurs adhérents et les efforts de formation déployés en 2023 ont permis d'atteindre un taux d'audits avec résultat satisfaisant de 76%. Les résultats d'audits et les échanges avec les acteurs de la filière permettront de continuellement améliorer le niveau de performance et mieux adapter les moyens mis à disposition en termes de formations dispensées par des experts et d'investissement financier.

LVMH continue de déployer les certifications comme FSC ou PEFC garantissant que les bois et dérivés du bois utilisés par les Maisons ne sont pas liés à de la déforestation illégale.

Le groupe a également mis en œuvre trois comités spécifiquement dédiés aux pratiques de sourcing responsable sur l'or, les diamants et les pierres de couleurs. Ces instances, animées respectivement par les Maisons Chaumet, Tiffany & Co. et Bulgari, réunissent l'ensemble des Maisons LVMH actives sur ces filières, et ont pour objectif de définir et de faire évoluer les critères de sourcing responsable des Maisons, ainsi que de piloter certaines initiatives spécifiquement associées à la traçabilité et au développement de pratiques vertueuses dans les filières. À noter qu'en 2023, les équipes de Tiffany & Co. ont aligné leurs critères de sourcing responsable avec les standards recommandés, ce qui a permis à la Maison d'augmenter sa performance sur les indicateurs de certifications, notamment la certification RJC CoP de ses fournisseurs.

Enfin, en 2023, la boutique Berluti de Mall of the Emirates est la première boutique de luxe « Full Project FSC® certified » au monde (standard FSC-STD-40-006 V2, Licence code : FSC-P001977), garantissant que le bois – et ses dérivés – utilisés dans sa création et son ameublement sont issus de forêts gérées durablement.

(1) Source : Chain of custody models and definitions, ISEAL Alliance, V 1.0, Septembre 2016, (p.2).

Certification des filières stratégiques : résultats LIFE 360 en 2023

Indicateurs	Performance 2023	Performance 2022	Objectif 2026
Vins et Spiritueux			
Raisins – Certification Viticulture Durable <i>(en pourcentage de tonnage de raisins certifiés, les données intègrent les vins clairs et eaux de vie)</i>	Vignobles LVMH : 96 % Vignobles français : 100 % Reste du monde : 89 % Livres de raisin : 26 %	Vignobles LVMH : 94 % Vignobles français : 100 % Reste du monde : 87 % Livres de raisin : 20 %	Vignobles LVMH : 100 % Livres de raisin : 50 %
Mode et Maroquinerie			
Certification LWG des tanneries de cuir ovine/bovine <i>(en pourcentage de tonnage de cuir issu de tanneries certifiées)</i>	96 %	91 %	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>	89 %	86 %	100 %
Coton certifié <i>(en pourcentage de tonnage de coton certifié GOTS, Better Cotton, GRS, OCS et supima)</i>	75 %	71 %	100 %
Papier, carton et bois certifiés ^(a) <i>(en pourcentage de tonnage de papier, carton et bois certifiés FSC ou PEFC)</i>	80 %	82 %	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>	99,5 %	98 %	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>	32 %	29 %	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 %
Parfums et Cosmétiques			
Dérivés d'huile de palme <i>(en pourcentage de tonnage de dérivés certifiés RSPO Mass Balance ou Segregated)</i>	95 %	94 %	100 %
Montres et Joaillerie			
Diamant : Certification RJC COP <i>(en pourcentage de carat de diamants issus de fournisseurs directs certifiés COP)</i>	99,6 % ^(b)	99,5 %	100 %
Or : Certification RJC COP	95 %	96 %	100 %
Certification RJC COC	92 %	81 %	100 %

(a) Il convient de noter que l'indicateur a été reporté par les Maisons avec une incertitude importante, les processus de reporting étant en cours de structuration.

(b) Le périmètre sans Tiffany & Co., soit le même périmètre que 2022. Le taux de certification est de 98 % avec Tiffany & Co.

3.1.2.2 Agriculture régénératrice et préservation des écosystèmes

Le Groupe s'est engagé à restaurer, préserver ou régénérer 5 millions d'hectares d'ici 2030 en déployant l'agriculture régénératrice au sein de ses filières ou en contribuant à des programmes de préservation et restauration d'écosystèmes en danger en dehors de sa chaîne de valeur.

En 2023, les Maisons poursuivent le déploiement de projets en Turquie ou au Tchad pour le coton, en Australie pour la laine mérinos, en Indonésie pour la palme, et en France pour certains ingrédients iconiques de parfum. Comme illustration, Parfums Christian Dior s'est fixé l'objectif de déployer l'agriculture régénératrice pour chacune des essences du programme des Jardins de Dior soit neuf essences pour les soins (comme la

rose de Granville, le longoza de Madagascar, l'hibiscus rouge de Koro) et quatre essences pour les parfums (comme la rose, le jasmin ou le neroli de Grasse). La Maison est également partenaire du projet Hectar, un centre de recherche dédié à l'horticulture et aux pratiques régénératrices. Parfums Christian Dior, Givenchy Parfums et Kenzo Parfums, ont annoncé en 2023 leur collaboration avec Cristal Union (coopérative agricole française qui regroupe plus de 9 000 cultivateurs de betteraves) en vue d'améliorer les pratiques agricoles de la filière betterave, à l'origine de l'alcool des parfums du Groupe. Elles financent un projet visant à soutenir la transition agroécologique de 380 hectares de cultures de betterave dans le Grand Est, pour produire l'équivalent de 45 % de leurs besoins en alcool. En 2023, LVMH a également signé un partenariat avec Chargeurs dans le cadre de son programme Nativa visant à accélérer le déploiement

et les approvisionnements en laine régénératrice en provenance d'Australie. LVMH 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 protégées et couverts par le projet.

LVMH, désormais 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 2023 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.

Enfin, tous les vignobles Moët Hennessy ont également 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. LVMH collabore également avec Genesis pour mesurer l'impact des programmes d'agriculture régénératrice au sein des filières Mode, Parfums, et Vins sur la qualité environnementale des sols.

En dehors de ses filières, LVMH et ses Maisons s'engagent dans le financement de projets permettant la préservation ou la restauration d'écosystèmes, comme le programme commun de LVMH et de l'UNESCO pour lutter contre les facteurs de la déforestation en Amazonie. Depuis 2021, ce projet a déjà permis de soutenir 42 initiatives visant à restaurer les écosystèmes et à développer des opportunités d'emploi durables pour les communautés locales, et ce en combinant les connaissances autochtones et locales avec les connaissances scientifiques afin de réduire les impacts négatifs sur la biodiversité et d'améliorer

la résilience au dérèglement climatique. En 2023, le projet Amazonie a connu des avancées significatives avec plus de 480 personnes formées et équipées à la lutte contre les incendies et le développement de l'agroforesterie liées à la production d'huiles essentielles et de cacao bénéficiant à plus de 1 000 familles. Ce projet permet aussi la collecte de données de terrain couvrant 11 thèmes et 48 indicateurs pour améliorer la connaissance scientifique associée à la préservation et régénération des écosystèmes. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du lancement du portail sur la biodiversité de l'UNESCO.

En 2023, LVMH a lancé lors de la COP 28 un nouveau projet avec la Foundation for Amazon Sustainability (FAS), qui lutte contre la déforestation en Amazonie. LVMH engage 1 million d'euros 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.

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.

Au total, ce sont 3,1 millions d'hectares qui ont été régénérés, préservés ou réhabilités en 2023, dont 26 000 hectares couverts par des pratiques d'agriculture régénératrice au sein des chaînes d'approvisionnement du Groupe (objectif LIFE 360).

3.2 Eau

3.2.1 Description de la politique Eau

Sous 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, comme celui annoncé par le gouvernement français en mars 2023. Composante essentielle des activités du Groupe, comme les Vins et Spiritueux, l'eau est également primordiale à ses Parfums et Cosmétiques, ainsi qu'aux matières premières de ses articles de Mode et Maroquinerie. 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. Dans ce cadre, le Groupe a dévoilé en 2023 le premier volet de son plan de préservation de l'eau, à l'échelle mondiale, pour une gestion concertée de cette ressource naturelle précieuse pour ses activités : la réduction de 30 % d'ici 2030 des prélèvements d'eau liés aux opérations LVMH ainsi qu'à sa chaîne de valeur (baseline 2019), notamment dans les zones à fort stress hydrique. Certaines Maisons ont déjà réalisé des progrès significatifs comme Hennessy ou Loro Piana qui ont réduit leur prélèvement d'eau de respectivement de 28 % et 25 % depuis 2019.

Première étape du plan de préservation de l'eau, la mesure de l'impact est un outil puissant de définition de priorités, d'objectifs et d'actions. En 2023, 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. 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 géolocalisation de plus en plus précises des opérations et approvisionnements. Cette empreinte permet d'identifier les sites et matières premières les plus impactantes et à risque, localisés dans des zones à fort stress hydrique, tant au sein des opérations LVMH que de la chaîne de valeur du Groupe. Les détails sont présentés dans la partie 3.2.2.

Deuxième étape, plusieurs plans d'action sont activés tant au sein des opérations LVMH que de la chaîne de valeur du Groupe pour atteindre l'objectif 2030 de réduction de 30 % des prélèvements.

3.2.1.1 Réduire les prélèvements en eau liés aux opérations LVMH

LVMH déploie un plan d'actions de réduction des prélèvements d'eau au sein de ses opérations qui vise notamment :

- la mise en place de procédés de fabrication moins consommateurs d'eau, comme des systèmes de recyclage de l'eau dans nos distilleries et les ateliers de Loro Piana. Les tanneries, les fermes et les hôtels du Groupe déploient également les technologies les plus efficaces ;
- 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 ;
- le déploiement des meilleures pratiques pour limiter le recours à l'irrigation dans les vignobles argentins et californiens notamment.

3.2.1.2 Prélèvements en eau liés à la chaîne de valeur de LVMH

La chaîne de valeur du Groupe qui représente 95% de l'empreinte eau du Groupe fait également l'objet d'un plan d'action dédié :

- le recours aux technologies les plus efficaces de réutilisation des eaux usées traitées et de récupération des eaux de pluie dans sa chaîne de valeur, en accompagnant les éleveurs, cultivateurs et viticulteurs partenaires ;
- la poursuite du programme de certification des matières premières et d'agriculture régénératrice du Groupe initié en 2021 dans les filières coton, laine, cuir et betteraves ;

- la sensibilisation des clients grâce à l'affichage environnemental en cours de déploiement sur les produits du Groupe.

Enfin, LVMH a rejoint en 2023 le CEO Water Mandate, une organisation hébergée par les Nations Unies visant au partage et au déploiement des bonnes pratiques au sujet du management de l'eau. Comme pour la biodiversité, LVMH participe en 2023 à la phase de test officielle de la démarche SBT Nature qui inclut la définition d'objectifs spécifiques à certains bassins versants.

3.2.2 Principaux résultats Eau en 2023

3.2.2.1 Prélèvements en eau liés aux opérations LVMH

Les prélèvements d'eau sont analysés pour les utilisations suivantes :

- besoins « process » : utilisation de l'eau pour les opérations de nettoyage (cuves, produits, appareils, sols), la climatisation, le personnel, la fabrication des produits etc., l'eau ainsi consommée générant des eaux usées ;
- besoins agricoles : utilisation de l'eau à des fins d'irrigation des vignes majoritairement hors de France. Dans ce cadre, l'eau est prélevée directement dans le milieu naturel pour être utilisée en irrigation ; son niveau d'utilisation d'une année sur l'autre est étroitement lié aux variations climatiques. Il convient toutefois de noter que les prélèvements d'eau pour les besoins agricoles sont évalués par les sites avec une incertitude plus importante que les prélèvements d'eau pour les besoins de « process ».

Les prélèvements d'eau varient de la manière suivante entre 2022 et 2023 :

(en m ³)	2023	2023 pro-forma ^(a)	2022	Évolution ^(a) (en %)
Besoins « process »	4 676 915	3 980 020	3 992 223	-
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	8 873 236	8 895 161	7 158 488	20 ^(b)

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(b) Augmentation liée à une année de sécheresse pour les vignobles argentins du Groupe ainsi qu'au passage en couverture végétale qui nécessite un plus grand besoin en eau.

Les prélèvements d'eau se décomposent ainsi, par groupe d'activités :

(besoins « process », en m ³)	2023 ^(a)	2023 pro-forma ^(c)	2022 ^(b)	Évolution ^(c) (en %)
Vins et Spiritueux	1 509 318	1 491 081	1 286 010	16 ^(e)
Mode et Maroquinerie	1 431 552	1 798 157	1 956 057	(8) ^(d)
Parfums et Cosmétiques	205 933	199 420	211 961	(6)
Montres et Joaillerie	139 654	74 101	63 752	16
Distribution sélective	18 045	242 615	265 602	(9)
Autres activités	1 372 413	174 646	208 842	(16)
Total	4 676 915^(f)	3 980 020	3 992 223	-

(a) Donnée incluant les sites de production, les centres logistiques et certains bureaux. Les magasins sont exclus.

(b) Données incluant Le Bon Marché et certains DFS.

(c) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(d) Évolution principalement liée à la mise en œuvre de bonnes pratiques et technologies dans certaines fermes et tanneries.

(e) Évolution principalement lié à l'activité de Glenmorangie.

(f) Augmentation principalement liée à l'intégration de nouveaux sites dans le périmètre de reporting (Belmond, Château d'Esclans, site de production Loro Piana en Mongolie, et Tiffany & Co.).

L’empreinte eau mise à jour en 2023 a mis en exergue que les quatre vignobles avec des prélèvements d’eau significatifs à l’échelle du Groupe sont localisés dans des zones avec un stress hydrique proche de 100 %, signifiant que le besoin en eau dans ces régions est proche des ressources disponibles :

- les vignobles de Domaine Chandon Argentina (Agrelo et Terrazas) qui représentent 79% des besoins agricoles en eau du Groupe ;
- les vignobles de Domaine Chandon California et Newton qui représentent 8% des besoins agricoles en eau du Groupe.

L’irrigation des vignes est une pratique autorisée et encadrée en Californie et en Argentine en raison du climat. Cette irrigation est nécessaire au développement des vignes. Pour limiter néanmoins 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 en Californie, anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l’irrigation ou pratique de « l’irrigation à déficit réduit » qui limite l’utilisation de l’eau et améliore la qualité des raisins et la taille de la vigne, permettant en outre une concentration des arômes et de la couleur.

3.3 Pollution

3.3.1 Description de la politique Prévention de la pollution de l’eau, des sols et de l’air

LVMH déploie une politique de prévention de la pollution de l’eau, des sols et de l’air qui vise à réduire ou bannir l’usage des substances les plus à risque au sein de ses opérations et de sa chaîne de valeur, ainsi que de réduire au maximum les sources de pollution organiques et inorganiques notamment pour les sujets suivants :

3.3.1.1 Tannage et ennoblissement des cuirs et textiles

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 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. Pour 2026, les objectifs sont les suivants :

- déploiement du programme « Supplier to Zero » qui garantit une gestion responsable des produits chimiques, avec un taux de couverture minimal de 65% (dont 20% au niveau 2 ou Progressive) des volumes certifiés ZDHC pour le cuir et le textile achetés par les Maisons du Groupe ;
- vérification de la conformité des formulations chimique à la MRSL ZDHC avec un taux de conformité recommandé de 60% ;
- contrôle de la qualité des eaux usées des sites cibles chez les fournisseurs du Groupe avec au minimum un rapport ClearStream ZDHC par an. L’objectif est de couvrir au

L’ensemble des Maisons déploie des bonnes pratiques comme Belvedere qui, en 2023, grâce au déploiement d’un système de filtration et de recyclage des eaux issues des procédés de distillation a permis de réduire de 30% les prélèvements d’eau de la Maison.

3.2.2.2 Consommation en eau liée à la chaîne de valeur de LVMH

Le calcul de l’empreinte eau mise à jour en 2023 sur la base des données 2022 évalue la consommation d’eau associée à la chaîne de valeur du Groupe à 129 millions de m³ dont plus de 95% pour la production des matières premières, principalement les métaux (24%), les laines (18%), le raisin (17%), le coton et autres textiles (10%) et le cuir (7%). Les prélèvements désignent la quantité d’eau prélevée dans le milieu naturel tandis que la consommation correspond à une quantité d’eau prélevée puis consommée et absorbée, sans pouvoir être renvoyée directement dans la nature après usage. L’atteinte de l’objectif de réduction de 30% d’ici 2030 passe notamment par le programme de certification des matières premières et d’agriculture régénératrice (réduction des prélèvements d’eau agricoles) et l’amélioration des procédés industriels dans les processus de transformation et de fabrication des fournisseurs du Groupe comme la certification LWG des tanneries qui approvisionnent le Groupe (voir §3.1.2).

minimum 65% en volume de cuir et de textile acheté par les Maisons du Groupe, avec un taux de conformité à la MRSL au minimum de 85%.

LVMH a également déployé de nombreux outils d’amélioration et de contrôle concernant l’utilisation de substances chimiques dans les produits et les matériaux premiers fournis aux Maisons avec la Product Restricted Substances List (PRSL) qui définit les restrictions pour les substances chimiques (mis à jour au moins deux fois par an).

3.3.1.2 Vignobles et matières premières agricoles

Moët Hennessy est engagé depuis de nombreuses années vers un usage réduit et optimisé des intrants chimiques dans ses vignobles. Cet engagement se traduit notamment par un objectif d’arrêt total de l’usage d’herbicide pour l’ensemble des vignobles en propre à horizon 2024. Cet objectif a été atteint dans les vignobles des Maisons en Champagne depuis 2020, et à Cognac depuis 2021. En 2022, en moyenne dans le monde, 86% des surfaces des vignobles Moët Hennessy avaient atteint l’objectif. L’ambition est de pouvoir également entraîner les livreurs de raisin dans cette démarche à horizon 2028-2030.

Des efforts importants sont faits pour réduire l’usage d’autres pesticides (insecticides et fongicides), notamment par le recours aux substances de biocontrôle, stimulant notamment les mécanismes naturels de défense des plantes. Des suivis sont réalisés par les Maisons par le calcul de l’Indice de Fréquence de Traitement, pour les produits conventionnels comme de biocontrôle. En 2022, 37% des applications concernant la lutte contre les maladies étaient réalisées par biocontrôle. 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 la fertilisation, un suivi des unités d'azote utilisées dans les vignobles Maison est également réalisé. En 2022, 163 tonnes d'unité d'azote ont été utilisées au total sur les hectares en propre, les quantités appliquées étant calculées de manière à répondre au plus précis aux besoins de la plante. 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. De plus, des efforts sont faits pour favoriser l'usage d'engrais organiques plutôt que de synthèse, avec un bénéfice sur la structure des sols et aussi sur la qualité des eaux.

Pour les autres matières premières agricoles, LVMH déploie un programme de certification et d'agriculture régénératrice (voir §3.1.1 et 3.1.2) permettant de limiter l'usage des pesticides, herbicides et engrais.

3.3.1.3 Rejets aqueux organiques

Concernant la prévention de la pollution organique, seul est retenu comme indicateur important et pertinent le rejet de substance dans l'eau par les activités Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques concourant à l'eutrophisation. Les autres activités du Groupe n'ont qu'un très faible impact sur la pollution organique de l'eau. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de leur oxygénation, néfaste pour l'environnement. Le paramètre pour la mesurer est la Demande Chimique en Oxygène (DCO), calculée après traitement des effluents dans les stations du Groupe ou dans les stations externes avec lesquelles les sites ont des conventions. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage. Les opérations LVMH les plus génératrices de DCO sont toutes équipées d'installation visant à traiter et réduire au maximum la pollution organique.

3.3.2 Principaux résultats Prévention de la pollution de l'eau, des sols et de l'air 2023

Concernant les rejets aqueux organiques, la DCO après traitement évolue ainsi entre 2022 et 2023 :

DCO après traitement <i>(tonnes/an)</i>	2023	2023 pro-forma ^(a)	2022	Évolution ^(a) <i>(en %)</i>
Vins et Spiritueux	2 160	2 160	1 768	22
Mode et Maroquinerie	26	25	30	(16)
Parfums et Cosmétiques	23	23	23	-
Total	2 209	2 208	1 821	21^(b)

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(b) Évolution liée à la reprise de l'activité et à des nettoyages exceptionnels sur un site de distillation.

La fréquence des mesures des Maisons les plus contributrices est conforme à la réglementation locale mais reste limitée au regard des variations observées sur les quantités rejetées.

En 2023, les Maisons poursuivent le déploiement du programme ZDHC avec les fournisseurs cibles ayant recours à des procédés humides. Les résultats sont présentés ci-dessous :

Déploiement du programme ZDHC	Performance 2023	Performance 2022	Objectif 2023 et 2026
Mode et Maroquinerie			
<i>(en pourcentage des quantités achetées)</i>			
Engagement de la filière cuir	91%	83%	80% (2026)
Engagement de la filière textile	60%	41%	80% (2026)
Quantité de cuirs issus d'un fournisseur certifié	56%	19%	50% (2023) 65% (2026)
	Dont 13% au niveau 2		
Quantité de textiles issus d'un fournisseur certifié	29%	18%	50% (2023) 65% (2026)
	Dont 10% au niveau 2		
Quantité de cuirs issus d'un fournisseur ayant réalisé des analyses des eaux usées	42%	20%	20% (2023) 65% (2026)
Quantité de textiles issus d'un fournisseur ayant réalisé des analyses des eaux usées	26%	18%	20% (2023) 65% (2026)

Trois des quatre objectifs ZDHC définis pour 2023 ont été atteints, notamment pour les quantités de cuirs en provenance de fournisseurs certifiés et les quantités de cuirs et textiles en provenance de fournisseurs ayant réalisé des analyses des eaux usées. Cette performance est due à l'engagement des Maisons de Mode et Maroquinerie qui collaborent avec leurs fournisseurs afin d'accélérer le déploiement de la roadmap ZDHC. C'est essentiellement le très grand nombre de fournisseurs concernés

qui explique le retard de la certification des fournisseurs textile qui sera rattrapé au cours des prochaines années. En 2023, LVMH a accueilli la conférence annuelle du ZDHC, moment clé d'échange et de synthèse des bonnes pratiques.

Les émissions de COV font l'objet de plans de prévention notamment pour les activités de Parfums et Cosmétiques et les tanneries.

4. LIFE 360 – TRAÇABILITÉ ET TRANSPARENCE

4.1 Description de la politique Traçabilité et Transparence

Tracer une matière de son origine au produit final, qu'il s'agisse de l'or, du coton ou du cuir, n'est pas chose aisée. Pourtant, elle est essentielle pour s'assurer du caractère responsable des pratiques. Pour réduire l'impact carbone, pour instaurer des pratiques agricoles bénéfiques pour les écosystèmes, pour assurer des pratiques responsables chez les fournisseurs du Groupe, il faut d'abord connaître de bout en bout les chaînes de valeur des matériaux qui composent les produits exceptionnels façonnés par les artisans et façonniers. La traçabilité est donc un prérequis à l'identification des enjeux et à la mise en place de pratiques responsables, et au partage en toute transparence de ces pratiques aux parties prenantes. C'est ce que LVMH appelle le système de chaîne de responsabilité (ou «Chain of Custody» system) qui se définit comme suit par l'ISEAL⁽¹⁾ : «l'ensemble complet des documents et mécanismes utilisés pour vérifier la traçabilité entre l'unité de production vérifiée et l'allégation sur le produit final».

En prenant appui sur sa politique de certification des filières d'approvisionnement formalisée dès 2016, LVMH s'est doté en 2021 des objectifs complémentaires suivants pour parfaire la traçabilité des produits et accentuer la démarche de transparence vis-à-vis des clients :

- 100 % des chaînes d'approvisionnement stratégiques avec un système de traçabilité dédié en 2030 ;
- 100 % des nouveaux produits dotés d'un système d'information client en 2026.

4.1.1 Traçabilité

L'effort de traçabilité pour assurer des pratiques responsables sur l'entièreté de la chaîne de valeur amont dépend des caractéristiques des filières considérées : intégration ou non de la filière (le Groupe a pour particularité de détenir un grand nombre de manufactures ainsi que des fermes pour les matières stratégiques du Groupe, permettant d'assurer la traçabilité et le respect des pratiques responsables via le contrôle direct) ; degré de maturité de l'organisation de la filière ; caractère composite des matériaux qui en sont issus.

Les matières premières stratégiques concernées sont les suivantes :

- le raisin, le seigle et l'orge ;
- les cuirs ovins, bovins 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.

L'assurance de doter 100 % des filières stratégiques d'ici 2030 d'un système de traçabilité dédié permettant une traçabilité totale du produit jusqu'à la matière première repose sur trois sous-objectifs :

- **2023** : l'origine (pays ou compagnie minière) est connue pour 100 % des filières stratégiques ;
- **2026** : 100 % des filières stratégiques sont dotées d'un système de traçabilité dédié ;
- **2030** : 100 % des filières stratégiques sont tracées du produit jusqu'à la matière première avec l'aide du système de traçabilité dédié.

Afin d'atteindre ces objectifs, LVMH met en œuvre un processus de certification ambitieux au regard des standards les plus rigoureux de ses filières stratégiques comme décrit dans la partie §3.1.1, qui font pour la plupart appel à des modèles de Chain of Custody et renforce les processus de traçabilité amont pour les filières les plus complexes. Par ailleurs, l'objectif d'œuvrer pour standardiser les pratiques de traçabilité au sein de l'industrie sera un axe structurant du programme LIFE 360 Business Partners.

(1) Source : Chain of custody models and definitions, ISEAL Alliance, V 1.0, Septembre 2016, (p.2).

4.1.2 Transparence

Partager la performance environnementale des produits avec les clients est devenu une exigence pour le Groupe qui se fixe pour objectif de doter chaque produit d'un système d'information d'ici à 2030. À cet effet, LVMH participe aux réflexions en cours sur l'affichage environnemental, tant au niveau français qu'europpéen, notamment pour les produits de mode pour lesquels les critères de qualité et de durée de vie sont des

caractéristiques primordiales. L'ensemble des objectifs est décrit dans la partie §1.2.2. Ces initiatives font partie d'une stratégie plus large du Groupe visant à déployer à terme des Digital Product Passport. Le Digital Product Passport permet d'offrir aux clients des Maisons, une plus grande assurance quant à l'origine des matières premières et composants, l'authenticité des produits, la composition, l'empreinte environnementale, la durabilité ou bien encore les méthodes de recyclage des produits.

4.2 Principaux résultats Traçabilité et Transparence en 2023

4.2.1 Adoption de nouveaux outils de traçabilité

Le Groupe poursuit le déploiement d'un système de cartographie de ses filières stratégiques dont les objectifs sont le suivi des flux des matières dans les chaînes de valeur, la collecte d'informations directement auprès des acteurs des filières, ainsi que l'identification et l'atténuation des risques environnementaux, sociaux, d'éthique et de maltraitance animale. À la suite du groupe de travail initié en 2021 sur la traçabilité amont, les Directions Développement Environnement, Achats et IT ont lancé un pilote industriel de traçabilité pour les matières premières cuirs et coton. Fort de cette expérience le Groupe est aujourd'hui prêt à déployer une solution de cartographie fournisseur sur-mesure et spécifique à chaque filière.

En 2023, la sensibilisation aux exigences de la traçabilité et de ses méthodologies s'est poursuivie. Une revue exhaustive des standards existants au regard de l'objectif de renforcer la traçabilité amont a été réalisée notamment pour la filière or.

Tiffany & Co. communique à ses clients les informations relatives à la provenance – région, pays d'origine ou compagnie minière – ainsi que le processus de fabrication, pour chaque diamant nouvellement obtenu et enregistré individuellement que Tiffany & Co. sertit. La totalité des diamants bruts utilisés par Tiffany & Co. sont traçables jusqu'à la mine. Ils proviennent essentiellement du Botswana, du Canada, de Namibie et d'Afrique du Sud. Les pierres qui ne sont pas polies par Tiffany & Co. sont contrôlées grâce au protocole de garantie de source, qui exige des fournisseurs qu'ils partagent une déclaration de garantie spécifiant le pays d'origine et/ou la source minière approuvée pour les diamants. Ce protocole permet à la Maison de fournir des informations sur la provenance des diamants enregistrés individuellement, parallèlement aux autres spécifications de la pierre.

Pour les pierres de couleur, Tiffany & Co. a publié en 2021 le protocole de garantie des pierres de couleur et des perles, un outil opérationnel partagé avec les fournisseurs pour les aider à améliorer leurs pratiques en matière de traçabilité. Par ailleurs, LVMH est un membre du Coloured Gemstones

Working Group (CGWG), une organisation de parties prenantes de l'industrie engagées dans l'amélioration des pratiques sociales et environnementales des mines et de la transparence sur le sourcing des pierres de couleurs.

En début d'année, un consortium réunissant 15 entreprises de l'industrie cosmétique, marques et fournisseurs, incluant notamment Chanel, Clarins, Dior, Estée Lauder, L'Oréal, Shiseido et Sisley a annoncé l'union de leurs forces pour créer la TRaceability Alliance for Sustainable CosMEtics (TRASCE) afin d'améliorer la traçabilité des chaînes d'approvisionnement des composants clés des formules et des emballages de la filière cosmétique. La FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté) soutient également le projet en tant que sponsor officiel.

Les membres fondateurs se sont engagés à travailler collectivement à la cartographie de leurs chaînes d'approvisionnement sur l'ensemble de la chaîne de valeur sur une plateforme digitale commune, Transparency One, avec comme objectif de cartographier les acteurs de la chaîne le plus en amont possible ; tout en visant à accélérer la transformation durable des filières parfums et cosmétiques.

À terme, le consortium a l'ambition de consolider une approche collective de l'analyse des risques RSE liés, pour interpréter les données collectées et définir des plans de progrès communs.

Fendi continue de figurer parmi les entreprises les mieux notés dans le cadre du Fashion Transparency Index 2023 avec la note de 58/100. L'index évalue la performance en termes de transparence, d'exigences environnementales et sociales partagées avec les fournisseurs et de contrôle. Fendi a mené une politique ambitieuse dont les résultats sont communiqués sur son site internet.

En ligne avec la Charte d'approvisionnement des matières animales publiée en 2019, les Maisons du Groupe travaillent à la traçabilité de leurs matières premières et connaissent en 2023 l'origine de leurs matières d'origine animale pour 99,9% des cuirs exotiques, 99,9% des fourrures et 88% des laines.

Synthèse des résultats LIFE 360 Traçabilité et Transparence en 2023

Indicateurs Traçabilité	Performance 2023	Performance 2022	Objectif 2023
Mode et Maroquinerie^(a)			
<i>(en pourcentage des quantités achetées)</i>			
Cuir ovins et bovins – connaissance du pays d'origine	96 %	86 %	100 %
Cuir exotiques – connaissance du pays d'abattage	99,9 %	89 %	100 %
Fourrures – connaissance du pays d'élevage ou de la trappe	99,9 %	89 %	100 %
Laines de 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 carat certifiés par un laboratoire gemmologique	96 %	– ^(b)	100 %

(a) Données déclarées par les fournisseurs.

(b) Donnée non reportée en 2022.

4.2.2 Nouveaux systèmes d'information

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 §2.1.1) ainsi que de consolidation d'information liées à la traçabilité. Ces informations sont partagées au consommateur sur le site internet des Maisons, via un QR code ou directement sur étiquette. En 2023, ce sont déjà plus de 30 000 références (9 500 en 2022) au sein des Maisons du Groupe qui bénéficient d'un système d'information. Ainsi, Patou, dans la cadre de sa démarche Patou Way, a rendu disponible sur son site internet des indicateurs de performance environnementale et de traçabilité pour sa collection « Les Essentiels », soit plus de 64 produits.

Depuis plusieurs années, LVMH participe aux travaux méthodologiques français et européens au sujet de l'affichage environnemental notamment pour le secteur de la Mode. LVMH et ses Maisons de mode ont débuté 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.

Par ailleurs, LVMH fait partie des membres fondateurs du consortium EcoBeautyScore dont l'objet est le développement d'une méthodologie partagée de mesure et de communication de l'empreinte environnementale des produits cosmétiques. Les travaux méthodologiques se sont poursuivis en 2023.

En 2021, LVMH a annoncé, en partenariat avec Prada Group et Cartier la création de l'« Aura Blockchain Consortium », consortium que désormais plus de 40 Maisons de l'industrie ont rejoint. La mission du Consortium est de fournir un standard pour l'industrie du luxe en utilisant des technologies de Blockchain, afin de préserver, sécuriser et rendre immuables les données du cycle de vie des matières et des produits. Cette initiative unique, et ouverte à toutes les marques de luxe dans le monde, permet de s'assurer d'un approvisionnement responsable, de transparence, et d'authentification.

En 2023, certaines Maisons du groupe LVMH ont initié des projets en collaboration avec Aura Blockchain Consortium afin d'incorporer la technologie de la blockchain au sein de leurs activités. Ces projets ont été conçus dans l'objectif de garantir la traçabilité et l'authenticité des matières premières utilisées dans les produits d'exception des Maisons. Par exemple, Loro Piana s'est concentré sur la traçabilité des fibres de laine extrafine de sa gamme *Gift of King*, offrant ainsi une transparence accrue tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. De même, Dior avec la *B33 Sneakers* a visé à assurer la traçabilité et l'authenticité de ses sneakers, offrant à ses clients une visibilité sur l'origine et l'histoire de ces produits emblématiques. Louis Vuitton s'appuie sur ce partenariat pour lancer le certificat LV Diamonds, un certificat digital unique et immuable consolidant les caractéristiques du diamant central et de son parcours, de l'extraction au sertissage final.

5. LIFE 360 – CLIMAT

La lutte contre le changement climatique est un axe majeur de la politique environnementale de LVMH. 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.

5.1 Description de la politique Climat

Sur la base du calcul complet de l'empreinte carbone globale, mise à jour annuellement par 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 qu'est 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). LVMH s'est engagé auprès de SBTi en juillet 2022 à soumettre une trajectoire Net Zero dans les 24 prochains mois, ainsi qu'à produire un objectif au regard des nouveaux standards SBT FLAG et GHG « Land Sector and Removal Guidance » dédiés 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, « Sols vivants » pour Moët Hennessy, « Beauty as a Legacy » pour Parfums Christian Dior et enfin « Au nom de la beauté » pour Guerlain. En 2023, la Maison Make Up For Ever les a rejoints avec la validation par SBTi de ses objectifs. De son côté, Tiffany & Co. s'est engagé 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.

La trajectoire actuelle du Groupe prévoit de :

- réduire de 50 % les 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 ;
- réduire ou éviter les 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).

5.1.1 Principaux leviers de réduction des émissions liées aux scopes 1 et 2

La diminution de l'impact lié à la consommation énergétique se met en œuvre autour de deux priorités d'action :

- l'amélioration du profil environnemental des boutiques qui sont la principale source de consommation énergétique du Groupe ;

- le recours accru aux énergies renouvelables dans les sites de production et logistiques, les sites administratifs et les boutiques.

Afin de réduire de moitié les émissions de GES dues aux activités boutiques (CO₂ émis par la production d'énergie et gaz réfrigérants des climatisations) le Groupe a établi des objectifs ambitieux et concrets sur les deux premiers jalons de 2023 et 2026.

- **2023** : 100 % des sites et des boutiques sont en capacité de reporter leur consommation d'énergie (factures ou compteurs) ;
- **2026** : 100 % des boutiques sont éclairées en LED, grâce à la rénovation partielle de l'éclairage, pour les boutiques de plus de sept ans.

Parallèlement aux actions menées pour diminuer sa consommation d'énergies fossiles, LVMH augmente sa consommation d'énergies renouvelables avec un objectif de 100 % d'énergie renouvelable et bas carbone d'ici 2026. L'un des principaux leviers de progrès du Groupe est la signature de contrats cadres avec des fournisseurs d'énergie, région par région, pour l'électricité et le gaz depuis 2015.

Par ailleurs, le Groupe fixe un seuil maximal pour la consommation des boutiques. Ce seuil était de 700 kWh/m² en 2020. Fixé à 600 kWh/m² en 2021 et 2022, à 500 kWh/m² en 2023, il sera abaissé à 400 kWh/m² en 2026 et 300 kWh/m² en 2030.

En 2023, l'équipe du *Sustainable Store Planning* (SSP) a renforcé la gestion du changement avec le déploiement d'une politique bâtie sur 5 piliers identifiés :

- l'animation du réseau des acheteurs avec notamment deux événements de coordination à Miami en Juin et à Shanghai en Octobre ;
- la formation : au total, 1 400 heures de formations ont été dispensées en 2023 et 20 modules de formation créés ;
- 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 : mise en avant de matériaux innovants, de technologies spécifiques, de designers et d'architectes convaincus par l'écodesign.

5.1.2 Principaux leviers de réduction des émissions liées au scope 3

En 2022, les émissions de GES du scope 3 (matières premières, achats, transport, déchets, usage et fin de vie du produit) par unité de valeur ajoutée ont été réduites de 15,1% par rapport à l'année 2019. La diminution des émissions liées au scope 3 se met en œuvre autour de 3 priorités :

- la diminution de l'empreinte carbone des matières premières produits et emballages : des politiques dédiées sont mises en œuvre pour chacun des groupes d'activités sur l'éco-conception des produits et emballages (voir §2.1.1) et l'approvisionnement en matières premières certifiées (voir §3.1.1) et associent les fournisseurs, qu'il s'agisse des livreurs de raisins, des éleveurs ou des cultivateurs. Avec l'annonce du LIFE 360 Business Partners lors du LIFE 360 Summit en décembre 2023, le Groupe se met en capacité d'accompagner ses fournisseurs pour réduire les émissions liées au scope 3. À partir de 2024, LVMH organisera des Sustainability Business Partners Days, un forum pour écouter leurs besoins et leurs attentes en soutien des ambitions environnementales des différentes filières. Le Groupe partagera également ses connaissances et ses programmes de formation environnementale, ainsi que sa veille réglementaire et favorisera le partage de solutions et d'expertises grâce à une plateforme dédiée ;
- le transport durable, en mobilisant plusieurs types de moyens : priorité donnée à l'approvisionnement local ; trains et bateaux privilégiés ; optimisation des chaînes logistiques ; recours au biofioul pour le fret aérien et à l'électrique pour les livraisons du dernier kilomètre ;
- la diminution de l'empreinte carbone de l'usage informatique : en alignement avec le programme LIFE 360, le programme Green IT s'est fixé l'ambition de réduire l'empreinte environnementale de l'IT et du Digital du groupe LVMH de -20% à horizon fin 2026 par rapport à 2021. En 2023, 60 Maisons du Groupe ont rejoint le programme en déployant la charte Green IT. En parallèle, un programme d'actions a été lancé sur l'allongement de la durée de vie des équipements, la réduction du nombre d'achats et l'optimisation de la consommation énergétique. Un guide des bonnes pratiques pour les emballages E-commerce a également été partagé avec Les Maisons.

LVMH travaille également sur les sujets suivants : une politique d'e-commerce vert, une position sur ce gaz à fort pouvoir de réchauffement qu'est le méthane avec la filière de l'élevage et la mise en œuvre d'une politique de communication publicitaire responsable.

5.2 Principaux résultats Climat en 2023

À l'heure où la lutte contre le changement climatique est vitale et où les entreprises doivent y prendre une part déterminante, LVMH a participé à la COP 28 pour témoigner de ses actions et dialoguer avec les parties prenantes :

- la signature d'un nouvel accord de lutte contre la déforestation avec la Foundation For Amazon Sustainability (voir §3.2.2) ;

5.1.3 Principaux leviers d'adaptation au changement climatique

Au travers de l'analyse des risques liés au changement climatique et des travaux liés à la taxonomie, 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 §3.2.3).

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 §3.1.2), 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 dédié à l'innovation et à la créativité durable sont des outils d'innovation à la disposition des Maisons du Groupe.

Ces objectifs de réduction et d'adaptation ambitieux ont conduit à s'interroger sur la pertinence de certaines solutions, notamment celle de la compensation. En effet, LVMH s'était jusqu'alors interdit, pour maximiser l'effet de levier de la réduction, d'avoir recours à la compensation carbone à grande échelle (i.e. acheter des crédits carbone issus de projets d'évitement ou de séquestration des émissions pour équilibrer les émissions encore émises par l'entreprise). 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.

- la présentation au sein de la Green Zone de la COP 28, du «Sustainable Market», un pavillon au sein duquel Stella McCartney et LVMH ont exposés les matières premières les plus innovantes issues de l'agriculture régénératrice, des biotechnologies et de l'économie circulaire ;

- la signature d'un nouveau partenariat lié à la gestion environnementale des magasins. Après la signature par LVMH d'un premier partenariat avec un propriétaire de centres commerciaux de 1^{er} rang en Chine, Hang Lung Properties (avec des premiers résultats concrets récompensés lors des Green Point Awards 2023), le Groupe a lancé deux nouveaux partenariats avec des bailleurs commerciaux lors de la COP 28 :
 - le premier, avec les cinq principaux bailleurs locaux des Émirats arabes unis. Cette alliance innovante, qui réunit Chalhoub Group, EMAAR Malls Management (L.L.C), Majid Al Futtaim Properties LLC, Aldar Properties PJSC et LVMH, concrétise la mobilisation des principaux acteurs de la distribution sélective aux Émirats pour un engagement commun en faveur des enjeux de durabilité. Des objectifs clairs seront définis pour les centres commerciaux, mettant en place des pratiques ambitieuses et innovantes en matière d'environnement, couvrant la consommation d'eau, l'efficacité de la climatisation, l'utilisation d'énergies propres ainsi que les pratiques de conception et de construction,
 - de la même manière, LVMH et Miami Design District (MDD), le quartier emblématique dédié à la mode innovante, au design, à l'art, à l'architecture et à la gastronomie, ont signé un accord reflétant leur engagement commun en faveur du développement durable. Le partenariat entre le Groupe et MDD concerne les 15 Maisons de LVMH qui louent des espaces commerciaux dans le Miami Design District, notamment Louis Vuitton, Dior, Fendi, Berluti, Tiffany & Co., Bulgari et Hublot. L'accord se concentre sur des actions tangibles et mesurables pour atteindre 100 % d'énergie renouvelable dans ces boutiques. Un élément clé sera la participation des Maisons du Groupe et de Miami Design District Associates, le promoteur et l'opérateur du quartier, au programme d'énergie solaire « SolarTogether » de Florida Power & Light (FPL). Les autres locataires des boutiques du MDD sont invités à se joindre à cet accord.

En 2023, 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 §1.1.2 Identification des risques).

En 2023, les innovations générées par l'utilisation du Fonds carbone de LVMH, s'élèvent environ à 20 millions d'euros pour 192 projets qui éviteraient plus de 256 000 t eqCO₂. Enfin, pour mettre la créativité et l'innovation au service de l'adaptation au changement climatique, le *Sustainable Store Planning* a proposé aux Maisons des collaborations avec deux écoles de design : la Central Saint Martins à Londres et Strate à Lyon et Paris. Les ateliers en équipes mixtes ont permis de détailler par exemple un projet de boutique avec seulement 5 watts par m² ou des concepts de rafraîchissement de l'air intérieur, sans utilisation de climatisation. Les deux collaborations ont été présentées lors de l'événement interne des « LIFE in Stores Awards ».

5.2.1 Consommation d'énergie

La recherche de l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables constituent des axes majeurs de la politique menée par LVMH pour réduire son impact carbone, politique impliquant également une meilleure gestion de l'énergie,

indispensable pour faire baisser la consommation d'énergie globale. Des actions sont menées depuis longtemps au sein des sites de production des Maisons. Faisant suite à l'appel du gouvernement français, LVMH avait annoncé en septembre 2022 un plan de sobriété énergétique, afin de contribuer concrètement et sans délai à l'effort national. Trois mesures phares ont pour objectif de baisser de 10 % la consommation énergétique entre octobre 2022 et octobre 2023, d'abord en France, puis en Europe et enfin à travers le monde :

- l'extinction de l'éclairage des boutiques des Maisons du Groupe entre 22h et 7h du matin et de celui des sites administratifs à 21h ;
- la 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 ;
- l'adoption de nouveaux gestes d'économie d'énergie comme la réduction de la luminosité des écrans ou la suppression des documents inutilisés.

Le premier bilan de ce plan de sobriété énergétique est positif. Le Groupe a réduit de 10 % les consommations énergétiques de ses boutiques et sites de production en Europe. Certaines Maisons sont allées plus loin comme Sephora qui a réduit la consommation énergétique de ses magasins français de 15 % depuis le lancement du plan.

En 2023, la consommation d'énergie globale s'est élevée à 1 939 763 MWh pour les filiales du Groupe incluses dans le périmètre de *reporting*. Celle-ci correspond à la somme des sources d'énergie primaire (fioul, butane, propane, gaz naturel) et des sources d'énergie secondaire (électricité, vapeur et eau glacée) principalement utilisées pour la mise en œuvre des procédés de fabrication, de la climatisation et du chauffage des bâtiments et des boutiques. La consommation d'électricité des boutiques en propre non couverte par le *reporting* (17 % des surfaces de vente totale) ainsi que des bureaux et centres logistiques non couverts par le *reporting*, estimée à partir des données consolidées, s'établit à 167 692 MWh.

L'objectif de mesure des consommations des surfaces de vente a été partiellement atteint en 2023, avec 83 % de la surface couverte. Les récents partenariats signés avec les propriétaires de grands magasins ont notamment pour objectif de renforcer la transparence et les échanges de données environnementales.

En 2023, la consommation moyenne des magasins diminue passant de 356 kWh/m²/an en 2022 à 349 kWh/m²/an. L'utilisation de la technologie LED pour l'éclairage concerne désormais 79 % des surfaces de vente.

Les certifications des boutiques sont un moyen d'objectiver la performance, que ce soit avec le système de notation interne, LIFE in Architecture, ou avec le référentiel LEED qui est un des plus connus dans le monde. Fin 2023, 55 boutiques sont certifiées LIFE in Architecture, dont 7 au niveau Silver, et 142 projets sont certifiés LEED, dont 2 Platinum : Bulgari Shanghai – IFC et les flagships Loewe de Paris et Madrid.

Parallèlement aux actions menées en matière de réduction et d'efficacité énergétique, LVMH a augmenté la part de renouvelable et bas carbone dans le mix énergétique avec 63 % d'énergie

Environnement et durabilité

renouvelable et bas carbone en 2023, contre 47% en 2022 et 1% en 2013. L'un des principaux leviers de progrès du Groupe est la signature de contrats cadres avec des fournisseurs d'énergie. La première date de 2015 et permet d'alimenter en électricité verte plus de 90% des sites français de LVMH, appartenant à 23 Maisons. Un contrat similaire a été signé en 2016 pour la fourniture de plusieurs Maisons italiennes, tandis que certains sites implantés en Espagne et au Portugal utilisent désormais de l'énergie renouvelable. En 2023, une campagne importante d'achat de Certificats d'Énergie Renouvelable menée de manière coordonnée pour plusieurs Maisons, couvrant plus de 220 000 MWh, contribue également à l'augmentation de la part d'énergie renouvelable du Groupe. Par ailleurs, de nombreux sites sont équipés de panneaux photovoltaïques ou d'installations géothermiques.

L'autre levier est l'utilisation de biogaz, soit produit à partir de résidus de production (Glenmorangie depuis 2017), soit par l'achat de biogaz (biométhane avec garantie d'origine régionale pour Hennessy en 2020 et Guerlain en 2021). LVMH a choisi SAVE Énergies, deuxième acheteur de biométhane en France, pour fournir l'ensemble de ses usines et sites français en biométhane à compter de 2023 pour une durée de trois ans permettant ainsi

pour cette première année de doubler l'usage de biogaz au sein du Groupe. Ce gaz produit à partir de déchets organiques réduit de 81% les émissions de gaz à effet de serre sur la consommation de gaz conventionnel. Dans une démarche de dynamisme des territoires, les unités de méthanisation seront choisies au plus proches des sites des Maisons.

En 2023, parmi d'autres, les Maisons de Champagne, Hennessy, Louis Vuitton, Christian Dior Couture et Parfum Christian Dior utilisent 100% de biogaz pour tous les sites administratifs et industriels. De son côté, Belvedere génère désormais l'énergie renouvelable suffisante pour couvrir 98% de ses besoins grâce à son dispositif de captage de la biomasse et les panneaux solaires installés sur le site industriel.

En 2023, et dans l'optique de l'entrée en application de la CSRD, des efforts ont été réalisés pour augmenter le périmètre du reporting de la consommation d'énergie, et ainsi s'aligner au périmètre du reporting financier. En plus de l'augmentation du taux de couverture des boutiques (notamment Sephora), les trains et les bateaux Belmond ont notamment été intégrés dans le bilan énergétique du Groupe ainsi que Domaine Clos des Lambrays et Château d'Esclans.

La consommation d'énergie par groupe d'activités a évolué ainsi entre 2022 et 2023 :

(en MWh)	2023	2023 Périmètre estimé ^(a)	2023 pro-forma ^(b)	2022	Évolution ^{(b)(c)} (en %)
Vins et Spiritueux	234 359	12	214 680	245 961	(13)
Mode et Maroquinerie	437 221	100 568	395 315	409 896	(4)
Parfums et Cosmétiques	108 958	30 640	99 168	99 760	(1)
Montres et Joaillerie	144 261	12 505	112 764	102 060	10
Distribution sélective	374 289	22 068	339 351	338 092	(13)
Autres activités	640 675	1 900	115 179	150 824	(24)
Total	1 939 763	167 692	1 276 458	1 346 593	(5)

(a) Consommations d'électricité estimées des sites et des boutiques non couverts par le reporting (17% des surfaces totales des boutiques).

(b) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(c) Exclut les consommations d'électricité estimées.

La consommation d'énergie par groupe d'activités et par source d'énergie s'établit ainsi en 2023 :

(en MWh)	Électricité (Réseau hors renouvelable)	Électricité renouvelable	Réseau de chaleur et de froid	Combustibles non renouvelables	Combustibles renouvelables	Énergie renouvelable produite sur site	Total	Part de renouvelable ^(a) (en %)
Vins et Spiritueux	18 206	83 980	-	73 561	56 500	2 112	234 359	61
Mode et Maroquinerie	64 845	235 058	15 784	111 567	3 960	6 007	437 221	56
Parfums et Cosmétiques	5 097	60 741	506	17 200	24 756	658	108 958	79
Montres et Joaillerie	14 676	107 154	11 706	5 940	106	4 678	144 261	78
Distribution sélective	7 363	331 537	15 134	20 254	0	2	374 289	89
Autres activités	104 876	292 603	6 142	233 788	1 588	1 678	640 675	46
Total	215 064	1 111 072	49 272	462 311	86 911	15 134	1 939 763	63

(a) Les données estimées pour les sites non couverts par le reporting ne sont pas incluses.

5.2.2 Émissions de gaz à effet de serre

5.2.2.1 Émissions directes (scope 1) et émissions indirectes (scope 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. En 2023, les facteurs d'émission ont été mis à jour selon les bases des dernières données de référence (AIE, Defra, Ecoinvent...).

Les émissions de CO₂ liées aux consommations d'énergie par groupe d'activités ont évolué ainsi entre 2022 et 2023 :

<i>(en tonnes équivalent CO₂)</i>	Émissions de CO ₂ en 2023 ^(a)	Dont		Émissions de CO ₂ en 2023 périmètre estimé ^(b)	Émissions de CO ₂ en 2023 pro-forma ^(c)	Émissions de CO ₂ en 2022	Évolution ^{(a)(c)(d)} <i>(en %)</i>
		Émissions de CO ₂ directes	Émissions de CO ₂ indirectes				
Vins et Spiritueux	20 769	16 231	4 538	3	28 164	25 939	9
Mode et Maroquinerie	62 810	28 951	33 859	41 215	77 132	97 875	(21)
Parfums et Cosmétiques	6 685	3 647	3 038	18 024	8 973	12 696	(29)
Montres et Joaillerie	10 202	1 509	8 693	9 825	4 985	7 779	(36)
Distribution sélective	36 318	24 144	12 175	19 106	26 711	85 134	(69)
Autres activités	80 300	52 050	28 249	95	31 519	28 020	12
Total	217 083	126 532	90 551	88 269	177 484	257 444	(31)

(a) Exclut les consommations d'électricité estimées.

(b) Émissions de CO₂ liées aux sites non couverts par le reporting (dont 17% des surfaces totales).

(c) Valeur et évolution à périmètres comparables.

(d) Mise à jour des facteurs d'émission.

5.2.2.2 Émissions liées au scope 3

Chaque année, LVMH sollicite un cabinet externe pour mettre à jour l'empreinte carbone de l'ensemble de sa chaîne de valeur ainsi que la base de référence 2019 pour y intégrer des postes d'émissions ou des changements de périmètres conformément au SBTi.

En 2022, les émissions totales de l'empreinte s'élevaient à 6,4 millions de tonnes eqCO₂ dont 6,1 millions de tonnes pour le scope 3 qui se décomposent de la manière suivante :

Catégories du GHG Protocol	Quantité de gaz à effet de serre <i>(en milliers de tonnes équivalent CO₂)</i>
Achats de produits et services dont :	3 370
– Laines et laines précieuses	749
– Cuirs	377
– Coton	245
– Or	520
– Verre	143
– Raisins et alcool de raisins	112
Immobilisations	1 535
Énergie (hors scopes 1 et 2)	95
Transport amont et distribution	576
Déchets générés	9
Déplacements professionnels	69
Trajets domicile – lieu de travail	171
Utilisation des produits vendus	133
Fin de vie des produits vendus	41
Investissements	137
Total	6 135

Le détail du scope 3 de l'année 2023 dans son intégralité et selon le GHG Protocol est disponible dans le Rapport de Responsabilité Sociale et Environnementale. Ci-dessous sont détaillées les émissions 2023 liées aux transports amont et aval.

Les émissions de gaz à effet de serre générées par le transport amont (transport des matières premières et composants vers les sites de production ; seuls les principaux composants et matières premières sont pris en compte) se répartissent ainsi en 2023 :

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Air	Maritime	Rail	Total
Vins et Spiritueux	13 307	160	2 640	1	16 109
Mode et Maroquinerie	9 319	5 539	2 183	11	17 052
Parfums et Cosmétiques	1 759	71 793	1 015	-	74 567
Montres et Joaillerie	503	1 179	39	-	1 721
Distribution sélective	-	8 159	3	-	8 162
Autres activités	233	-	-	-	233
Total	25 121	86 830	5 882	12	117 845

Les émissions de gaz à effet de serre générées par le transport aval (transport des produits finis depuis les sites de production vers les plateformes de distribution et les points de vente) se répartissent ainsi en 2023 :

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Air	Maritime	Rail	Fluvial	Total
Vins et Spiritueux	18 010	8 991	18 403	463	20	45 887
Mode et Maroquinerie	3 413	201 724	2 850	249	-	208 237
Parfums et Cosmétiques	843	153 449	1 923	-	-	156 215
Montres et Joaillerie	170	15 709	200	-	-	16 078
Distribution sélective	213	7 523	174	-	-	7 910
Autres activités	-	-	-	-	-	-
Total	22 649	387 395	23 550	712	20	434 326

Les Maisons DFS, Sephora North America, Royal Van Lent et Pucci n'ont pas reporté leurs données pour les indicateurs transport. Le processus de *reporting* pour les transport amont et aval a été intégralement revu en 2023 afin de mieux cartographier les différents flux de transport et améliorer la précision de la mesure.

En ce qui concerne le transport amont chez Hennessy, la totalité de la flotte interne des camions fonctionne au biocarburant ou à l'électricité. Sa part modale du transport ferré en France a progressé de 3% en 2023 par rapport à l'année précédente. Enfin, l'année 2023 marque une avancée majeure dans la collaboration avec Neoline avec le lancement de la construction du premier navire dans les chantiers turc RMK Marine et de Saint-Nazaire. Les Iers transatlantiques sont attendus à l'été 2025.

Louis Vuitton a signé un partenariat avec SF Group en Chine ciblant tout particulièrement l'impact des transports. Trois projets innovants seront lancés par Louis Vuitton et SF :

- la mise en place d'une plateforme de mesure de l'empreinte carbone de l'ensemble de la chaîne logistique ;
- l'analyse de scénario et le développement d'un portefeuille de solutions visant à accélérer le développement de projets permettant de réduire les émissions ;
- le partage actif d'informations relatives à l'impact carbone entre la Maison et ses transporteurs de manière à optimiser les modes de transport, supporter le déploiement des actions de réduction des émissions ainsi qu'améliorer de la résilience des opérations de logistiques bas carbone.

Ce partenariat est un nouvel exemple de la volonté de Louis Vuitton, qui gère sa chaîne d'approvisionnement de façon durable depuis plus de 10 ans, de mettre en œuvre des objectifs d'amélioration continue avec ses partenaires.

5.2.3 Bilan des objectifs LIFE 360 Climat

Avec LIFE 360, l'objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre lié aux consommations d'énergies (Scope 1 & 2) se base sur 2019 comme année de référence. La valeur de référence sera recalculée à chaque changement important de périmètre pour refléter au mieux les évolutions conformément au GHG Protocol.

Entre 2019 et 2023, les émissions des scopes 1 et 2 ont diminué de 28% et la part des énergies renouvelables est passée de 47%

à 63%. La réduction des émissions de gaz à effet de serre est principalement due à l'augmentation de la part des énergies renouvelables et de la performance énergétique des boutiques.

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 (voir §5.1.1). Afin de poursuivre 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.

Synthèse des résultats LIFE 360 Climat en 2023

Indicateurs	Performance 2023	Performance 2022	Objectif 2026
Émissions de CO ₂ liées aux consommations d'énergie (scopes 1 & 2 baseline 2019) ^(a)	-28,2%	-11,3%	-50%
Part des énergies renouvelables dans le mix énergétique du Groupe	63%	47%	100%
Part des boutiques éclairées entièrement en LED	79%	77%	100%

(a) Valeur et évolution à périmètres comparables. Conformément au GHG Protocol, la performance entre 2023 et 2019 se base sur un périmètre recalculé 2019 qui tient compte des évolutions depuis 2023 : ajout des émissions des Maisons ayant intégré le périmètre de reporting LVMH, ajout des émissions relatives aux nouveaux sites ouverts depuis 2019, soustraction des émissions des sites présents en 2019 mais supprimés en 2023, ajout du différentiel de surface des boutiques depuis 2019 auxquelles sont appliquées les émissions moyennes par m² de 2019. Pour les entités dont les données 2019 ne sont pas disponibles, les émissions 2020, 2021, 2022 ou 2023 ont été retenues, constituant ainsi une approche plutôt conservatrice.

5.3 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. Comprendre 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, dans la réponse publique au questionnaire « *CDP Climate change 2022* » pour lequel LVMH a obtenu la note A (<https://www.cdp.net/en/responses>) ainsi que 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 DEU, la réponse au CDP 2022 et le dernier rapport RSE
Gouvernance 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	– DEU : Organisation de la démarche environnementale p. 76 ; Comité d'éthique et développement durable p. 194 – CDP : C1.1b (Details on the board's oversight of climate-related issues) – RRSE : Gouvernance de la responsabilité Sociale et environnementale p. 75 et p. 111
	b) Décrire le rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques liés au changement climatique	– CDP : C.1.2.a (Describe where in the organizational structure... and/or committees lie, what... responsibilities are, and how climate-related issues are monitored)
Stratégie 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	– DEU : Matrice d'analyse des risques, p. 140 ; Risques stratégiques, opérationnels et financiers p. 140 – CDP : C2.3a (details of risks identified with the potential to have a substantive financial or strategic impact on your business) et C2.4a (details of opportunities identified with the potential to have a substantive financial or strategic impact on your business)
	b) Décrire l'impact de ces risques et opportunités sur les activités, la stratégie et la planification financière de l'entreprise	– DEU : Risques liés à l'accès et aux prix des matières premières p. 142 ; Risques liés au changement climatique p. 146 – CDP : C 2.3a et C2.4a
	c) Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation vis-à-vis de différents scénarios, y compris un scénario 2°C ou inférieur	– DEU : Risques liés à l'accès et aux prix des matières premières p. 142 ; Risques liés au changement climatique p. 146 – CDP : 3.2 (details of your organization's use of climate-related scenario analysis)
Gestion des risques 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	– DEU : Identification des risques p. 53 ; Matrice d'analyse des risques p. 140 – CDP : C2.2 (Describe your process(es) for identifying, assessing and responding to climate-related risks and opportunities)
	b) Décrire les processus de gestion des risques climatiques	– DEU : Gestion des risques p. 54 – CDP : C2.2 – RRSE : Contribuer à l'effort climatique p. 87
	c) Décrire comment les risques climatiques sont intégrés dans le système de gestion des risques général de l'entreprise	– DEU : Risques stratégiques, opérationnels et financiers p. 140 – CDP : C2.2a
Indicateurs et objectifs 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	– CDP : C2.3a (details of risks identified with the potential to have a substantive financial or strategic impact on your business) et C2.4a (details of opportunities identified with the potential to have a substantive financial or strategic impact on your business)
	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	– DEU : Réduire de 50 % des émissions de GES en valeur absolue sur les consommations d'énergies p. 100 ; Réduire de 55 % d'émissions de GES du scope 3 p. 100 – CDP : C6 (Émissions data) ; C7 (Émissions breakdowns) – RRSE : Le Bilan Carbone de LVMH par groupe d'activités p. 91 ; Détail des émissions directes et indirectes par année (scopes 1 et 2), p. 133-134
	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 : Objectifs climat alignés avec l'Accord de Paris p. 95 ; Principaux résultats Climat en 2022 p. 96 – CDP : C4 (Targets and performance) – RRSE : LIFE 360 p. 68-69 ; Une trajectoire carbone compatible avec l'Accord de Paris p. 88

6. TAXONOMIE ENVIRONNEMENTALE

Conformément au Règlement européen 2020/852, complété par le Règlement (UE) 2023/2486 (règlement délégué environnement), définissant la durabilité sur plan environnemental des activités économiques (le « Règlement »), LVMH a :

- (i) identifié la part de ses activités éligibles au titre des 6 objectifs environnementaux (les « Objectifs environnementaux »/« Objectifs »);
- (ii) 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 environnementaux (« 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 2023. 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).

6.1 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.

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 supra).

Les Capex éligibles et alignées sont présentées ci-dessous, en valeur et en pourcentage des Capex totales et, pour les Capex alignées, en pourcentage des Capex éligibles.

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 circularité de ses produits, et de la biodiversité, comme indiqué aux §2. LIFE 360 – Circularité Créative et 3. LIFE 360 – Biodiversité et écosystèmes.

6.1.1 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 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^{er} janvier 2021, seuls les « Bâtiments Net Zero – 10% » sont inclus dans le KPI 2. Pour les rénovations, une amélioration de 30% de la consommation énergétique doit être justifiée pour que le critère soit considéré comme atteint. 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 2023 :

(en millions d'euros ou en %)	2023						2022					
	Capex totales		Capex immobilières (KPI 1 - Capex éligibles) (a)		KPI 2 - Capex immobilières jugées efficaces énergétiquement (KPI 2 - Capex alignées) (a) (b) (c)		Capex totales		Capex immobilières (KPI 1 - Capex éligibles) (c)		KPI 2 - Capex immobilières jugées efficaces énergétiquement (KPI 2 - Capex alignées) (a) (b) (c)	
	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex éligibles	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex totales	Montant	en % des Capex éligibles
Acquisitions relatives au secteur immobilier, dont :	4 638	39 %	4 638	3,4 %	408	8,8 %	4 604	50 %	4 604	3,7 %	345	7,5 %
- Acquisitions de bâtiments (d)	345	3 %	345	0,5 %	61	1,3 %	420	5 %	420	0,4 %	39	0,8 %
- Loyers fixes capitalisés	3 763	32 %	3 763	1,7 %	202	4,4 %	3 591	39 %	3 591	2,0 %	185	4,0 %
- Constructions	99	1 %	99	0,5 %	59	1,3 %	156	2 %	156	0,9 %	81	1,8 %
- Rénovations et initiatives vertes	430	4 %	430	0,7 %	87	1,9 %	437	5 %	437	0,4 %	40	0,9 %
Autres acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	6 950	0 %	-	0,0 %	-	-	4 071	0 %	-	0,0 %	-	-
Acquisitions d'immobilisations et loyers fixes capitalisés	11 588	39 %	4 638	3,4 %	408	8,8 %	8 675	50 %	4 604	3,7 %	345	7,5 %
Effet des variations de périmètre	358	-	-	-	-	-	590	0 %	-	-	-	-
Total (e)	11 945	39 %	4 638	3,4 %	408	8,8 %	9 264	50 %	4 604	3,7 %	345	7,5 %

(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 2023 (contre 88% des Capex total du Groupe en 2022 et 60% en 2021). 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.

(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 2023 (contre 84% en 2022). Les loyers fixes capitalisés des autres Maisons ont été jugés comme 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 0,5% et 1,7% des Capex totales (contre 0,4% et 2,0% en 2022), et 1,3% et 4,4% des Capex immobilières (contre 0,8% et 4,0% en 2022).

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 2023, les constructions et rénovations respectant les seuils d'efficacité énergétique définis par le Règlement s'élèvent au global à 1,2% des Capex totales et 3,1% des Capex éligibles (contre respectivement 1,3% et 2,6% en 2022).

6.2 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 2023 et 2022.

6.1.2 Précisions sur l'analyse menée pour les autres Objectifs environnementaux

Objectif d'adaptation au changement climatique

Compte tenu de l'absence de définition précise d'une Capex d'adaptation, et 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 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.

Aucune analyse d'alignement n'est requise au titre de cet objectif pour les besoins du présent *reporting*. Elle deviendra obligatoire à compter de 2024.

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 2023

Activités économiques	Code(s)	Chiffre d'affaires	Part du chiffre d'affaires, année 2023	Critères de contribution substantielle					
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité
		<i>en millions d'euros</i>	<i>%</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE									
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)									
		-	-						
Chiffre d'affaires des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)		-	-						
- Dont habitantes		-	-						
- Dont transitoires		-	-						
A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)									
		-	-						
Chiffre d'affaires des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)		-	-						
Chiffre d'affaires total des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2) (A)		-	-						
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE									
Chiffre d'affaires des activités non éligibles à la taxonomie (B)		86 153	100 %						
Total (A + B)		86 153	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 2023

Activités économiques	Code(s)	CapEx	Part des CAPEX, année 2023	Critères de contribution substantielle					
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité
		<i>en millions d'euros</i>	%	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>	<i>O; N; N/EL</i>
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE									
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)									
Rénovation de bâtiment existant	CCM 7.2 CCA 7.2	54	0%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Rénovation de bâtiment existant	CCM 7.2	4	0%	O	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	CCM 7.3 CCA 7.3	22	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	4	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	2	0%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7 CCA 7.7	144	1%	O	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7	178	1%	O	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
CapEx des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)		408	3%	3%	-	-	-	-	-
- Dont habitantes		28	0%	0%	-%	-	-	-	-
- Dont transitoires		58	0%	0%	-	-	-	-	-
A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)									
Rénovation de bâtiment existant	CCM 7.2 CE.3.2	295	2%	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	50	0%	EL	EL	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	-	0%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7	3 885	33%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
CapEx des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)		4 230	35%	35%	0%				
CapEx total des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2) (A)		4 638	39%	39%	0%				
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE									
CapEx des activités non éligibles à la taxonomie (B)		7 307	61%						
Total (A + B)		11 945	100%						

	Part des CapEx/Total CapEx	
	Part des CapEx alignées par Objectif	Part des CapEx éligibles par Objectif
CCM	3%	39%
- Rénovation de bâtiment existant	0%	3%
- Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	0%	1%
- 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	3%	35%
CCA	3%	5%
- Rénovation de bâtiment existant	0%	1%
- Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	0%	1%
- 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	3%	3%
WTR	n.a.	n.a.
CE	n.a.	3%
PPC	n.a.	n.a.
BIO	n.a.	n.a.

Tableau 3 - OPEX

Part des OpEx concernant des produits ou services associés à des activités économiques alignées sur la taxonomie - Informations pour l'année 2023

Activités économiques	Code(s)	OpEx	Part des OpEx, année 2023	Critères de contribution substantielle					
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité
				O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL	O ; N ; N/EL
		<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
A. ACTIVITÉS ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE									
A.1. Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)									
OpEx des activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie) (A.1)									
- Dont habilitantes									
- Dont transitoires									
A.2. Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)									
OpEx des activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie) (A.2)									
OpEx total des activités éligibles à la taxonomie (A.1 + A.2) (A)									
B. ACTIVITÉS NON ÉLIGIBLES À LA TAXONOMIE									
OpEx des activités non éligibles à la taxonomie (B)									
Total (A + B)		1020	100%						

