

Nayl Saifoudine  
Jules Salanie  
Hassan Ajdahim  
Andreja Jovanovic

**SAE**

**LVMH**

# Sommaire

- **Présentation LVMH.**
- **Concurrences directes et indirectes dans le luxe.**
- **Marché et son évolution.**
- **Indicateurs de la performance globale.**
- **Actions environnementales de l'entreprise.**



*Bernard Arnaud*

Dior

- *Création en 1946*
- *97% des actions sont détenue par "Financière Agache"*







# Les finalités de LVMH



# Les finalités de LVMH

**Finalités économiques:**  
Maximiser la  
rentabilité de ses  
activités dans le secteur  
du luxe.





# Les finalités de LVMH

**Finalités  
sociales:** créer de la  
valeur pour  
les actionnaires,  
les employés et  
les partenaires.



# Les finalités de LVMH



**Finalités environnementales:** adopter des pratiques durables et en favorisant la responsabilité sociale des entreprises.



# Caractéristiques du marché

- Marché du luxe caractérisé par :
  - Image de marque et le prestige associé à l'entreprise.
  - Exclusivité et rareté des produits.
  - Marché tout de même compétitif
- Quelques concurrents notoires de LVMH :



Maroquinerie



Horlogerie



Prêt-à-porter



Joaillerie





# CHANEL

Souliers



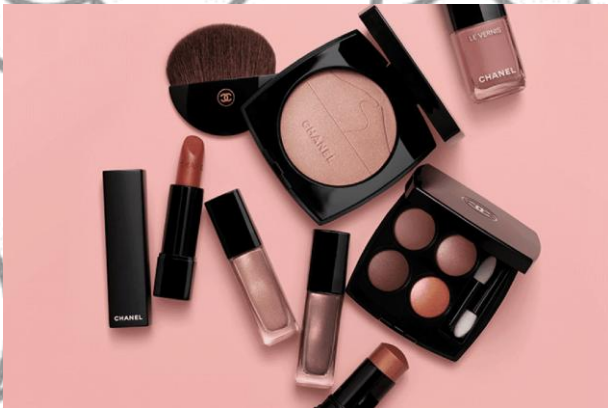
Lunettes



Bijoux



Maquillage



# Indicateurs de performances



Indicateurs économiques



Indicateurs sociaux



Indicateurs  
environnementaux



# Indicateurs de performances économiques

chiffre d'affaires facturé (ventes) de 77% de 2020 à 2022

Maintien du niveau de marge

## COMPTE DE RÉSULTAT

en millions d'euros

	2020	2021	2022
Ventes	44 651	64 215	79 184
Marge brute	28 780	43 860	54 196
<i>en % des ventes</i>	65 %	68 %	68 %
Résultat opérationnel courant	8 305	17 151	21 055
<i>en % des ventes</i>	18,6 %	26,7 %	26,6 %
Résultat net	4 955	12 698	14 751
Résultat net part du Groupe	4 702	12 036	14 084

+ 8% de marge optimisation du résultat opérationnel courant

tripler son résultat net quand ses ventes ont à peine doublé

*Heart*  
*Fund*  
LVMH



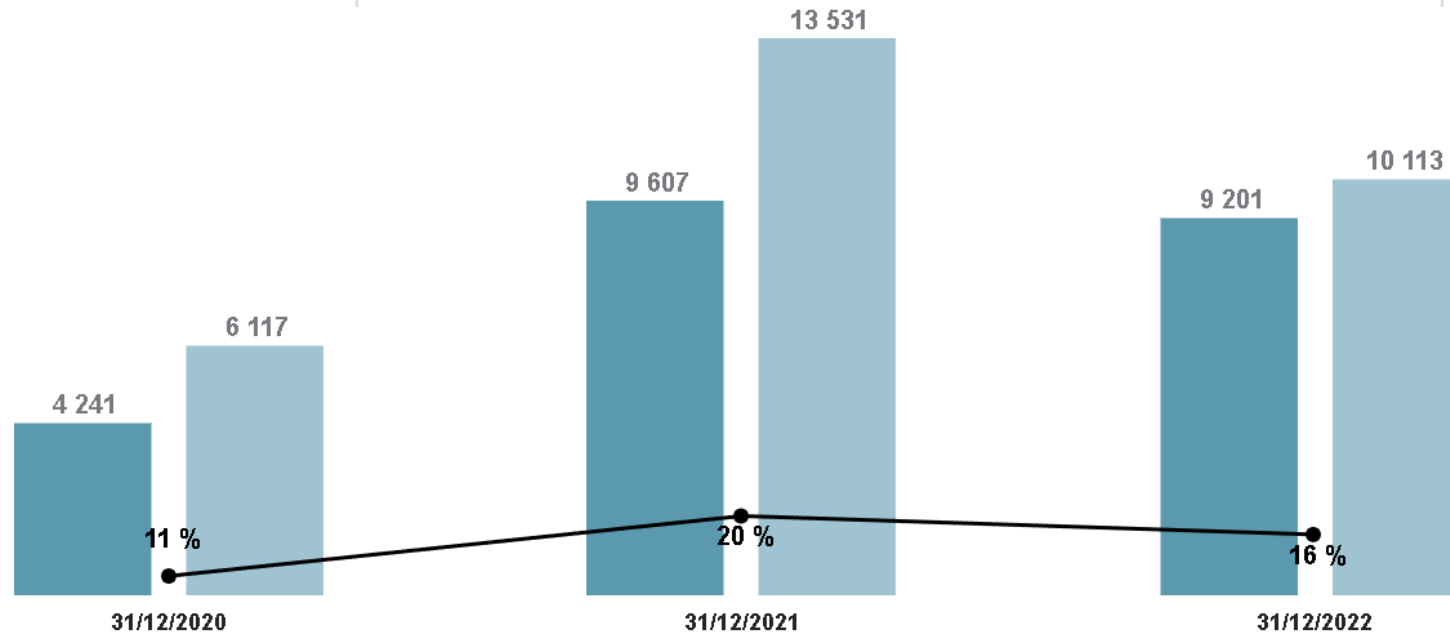
## ENDETTEMENT NET ET CASH FLOW DISPONIBLE

en millions d'euros et en %

- Endettement net
- Cash flow disponible
- Gearing

### BILAN

MILLIERS EUR	12.20	12.21	12.22
Capitaux propres	38 829 000	48 909 000	56 604 000



**GEARING** = dettes sur le total des fonds propres utilisés par une société

Le gearing est passé de 11 à 16%

Ne doit pas dépasser les 50%

LVMH a **triplé** ses résultats nets en **deux ans** avec une gestion raisonnée.

Cash-flow = fonds propres d'LVMH

Augmentation de l'endettement net de 119%

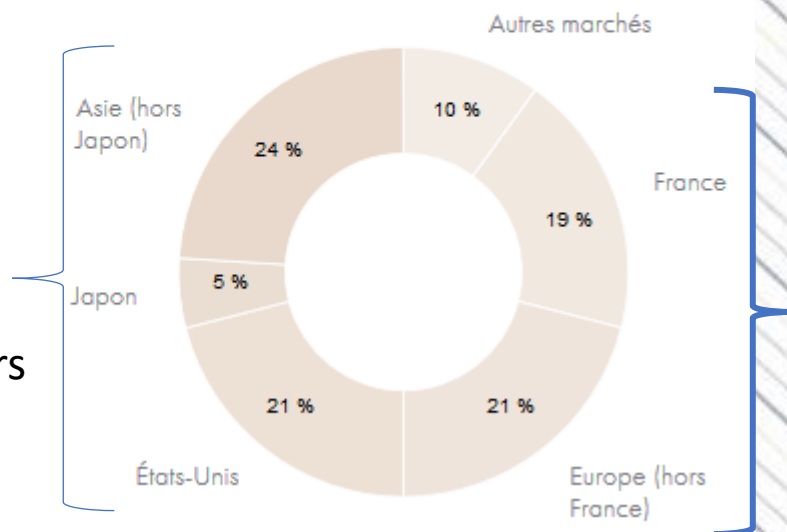
Augmentation de 60% du cash-flow

*Heart  
Fund*  
LVMH



## EFFECTIF PAR RÉGION %

L'Asie et les  
Etats Unis  
forment  
ensemble la  
moitié de leurs  
effectifs



40% des effectif sont en Europe dont 10% en France alors que les vente n'ont que 6%

LVMH agit en employant très largement des femmes et en contribuant à l'emploi sur son continent et pays d'origine

+ 196 000  
COLLABORATEURS  
EN 2022

71%  
FEMMES  
DANS LE GROUPE

37 ANS  
AGE MOYEN

*Heart*  
*Fund*  
/ LVMH



## Indicateurs environnementaux

Réduction des émissions de gaz de l'entreprise de 15 % par rapport en 2022 par rapport à 2021 (+22 % l'an dernier)

### CONSOMMATION D'ÉNERGIE

En MWh

	2021	2022 pro-forma	Évolution (en %)
Vins & Spiritueux	233 665	246 699	+ 5 %
Mode & Maroquinerie	398 686	405 767	+ 2 %
Parfums & Cosmétiques	99 267	96 504	- 3 %
Montres & Joaillerie	46 869	44 162	- 6 %
Distribution sélective	308 582	317 150	+ 3 %
Autres activités	111 075	117 231	+ 6 %
<b>Total</b>	<b>1 198 144</b>	<b>1 227 513</b>	<b>+ 2 %</b>

## ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

En tonnes équivalent CO2

	Émissions de CO2 en 2021	Émissions de CO2 en 2022 pro-forma	Évolution (en %)
Vins & Spiritueux	34 470	26 111	- 24 %
Mode & Maroquinerie	107 301	93 677	- 13 %
Parfums & Cosmétiques	14 285	11 140	- 22 %
Montres & Joaillerie	8 965	7 071	- 21 %
Distribution sélective	96 315	81 650	- 15 %
Autres activités	28 842	27 989	- 3 %
<b>Total</b>	<b>290 177</b>	<b>247 638</b>	<b>- 15 %</b>

Augmentation de la consommation de 2% pour une progression de 22% de l'activité

*Heart*  
*Fund*  
LVMH





## Actions environnementales

<<Le projet LIFE 360 a pour but de favoriser l'émergence d'une nouvelle vision du luxe comme une combinaison équilibrée entre la nature d'une part et la créativité et l'excellence artisanale d'autre part.>>

# ENVIRONNEMENT

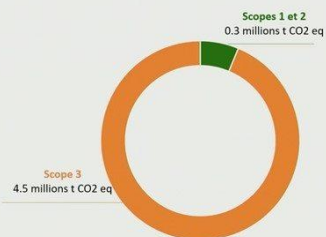
-11%  
ÉMISSIONS DE GAZ  
À EFFET DE SERRE  
(SCOPES 1&2 - BASE 2019)

1,37 MILLION  
HECTARES D'HABITAT DE  
FAUNE ET DE FLORE  
RÉGÉNÉRÉS OU PRÉSERVÉS

95%  
DES DÉCHETS  
RECYCLÉS OU  
TRANSFORMÉS EN  
ÉNERGIE

## EMPREINTE CARBONE LVMH – SCOPES 1 / 2 / 3

- En termes de CO<sub>2</sub>, LVMH c'est :
- L'équivalent de 1% des émissions de CO<sub>2</sub> d'un groupe automobile de taille moyenne
  - 0,5 % des émissions liées à l'industrie mondiale du textile



Total : 4,8 millions T CO<sub>2</sub> eq

## LIFE 360 – UN PROGRAMME, 4 PILIERS

CIRCULARITÉ  
CRÉATIVE

Des produits à  
impact positif du  
composant au  
packaging

Des services de  
durabilité dédiés

Des projets de  
circularité inter-  
Maisons

BIODIVERSITÉ

Programme  
d'agriculture  
régénérative

Partenariats avec  
des grands acteurs  
institutionnels  
(UNESCO)

Un sourcing qui  
répond aux  
standards les plus  
ambitieux

CLIMAT

Trajectoire carbone  
Accord de Paris

100% d'énergies  
renouvelables en  
2030

100% LED en  
boutiques en 2023

TRANSPARENCE

Faciliter la  
traçabilité du  
champ aux  
produits par des  
plateformes comme  
chez Guerlain ou  
Fendi

Rendre des comptes  
régulièrement



# Conclusion

---

- *Homogénéité des sexes*
- *Trajectoire de l'entreprise*
- *La longévité d'LVMH*

