

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.

Dior

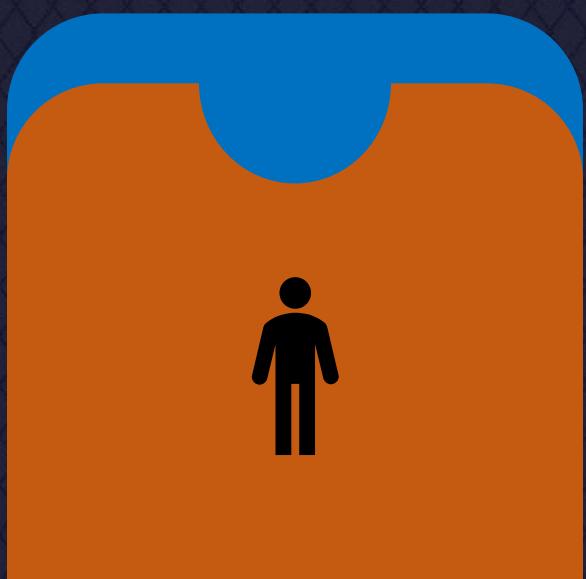
- *Création en 1946*
- *97% des actions sont détenue par "Financière Agache"*

Bernard Arnault





Les finalités de LVMH



Les finalités de LVMH

Finalités économiques:

Maximiser la rentabilité de ses activités dans le secteur du luxe.

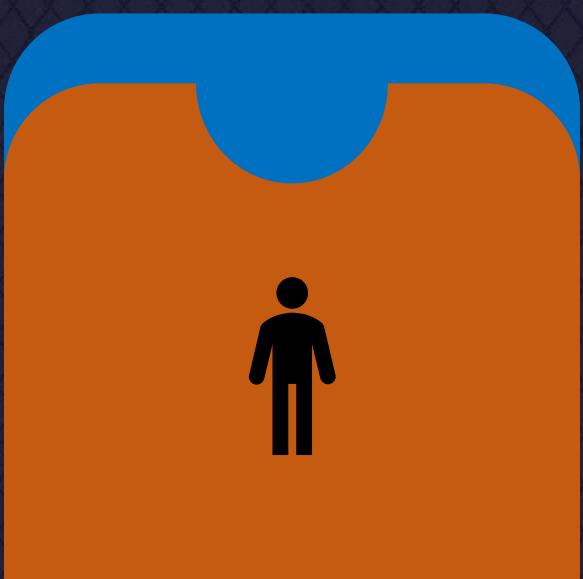


Les finalités de LVMH



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



Prêt-à-porter



K E R I N G



Horlogerie



Joaillerie



CHANEL

Souliers



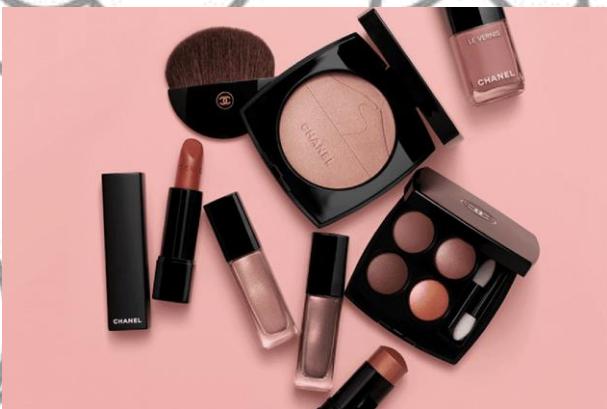
Lunettes



Bijoux



Maquillage



Indicateurs de performances



Indicateurs économiques



Indicateurs sociaux



Indicateurs
environnementaux

Indicateurs de performances économiques

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
en % des ventes	65 %	68 %	68 %
Résultat opérationnel courant	8 305	17 151	21 055
en % des ventes	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

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

Maintien du niveau de marge

+ 8% de marge optimisation du résultat opérationnel courant

tripler son résultat net quand ses ventes ont à peine doublé

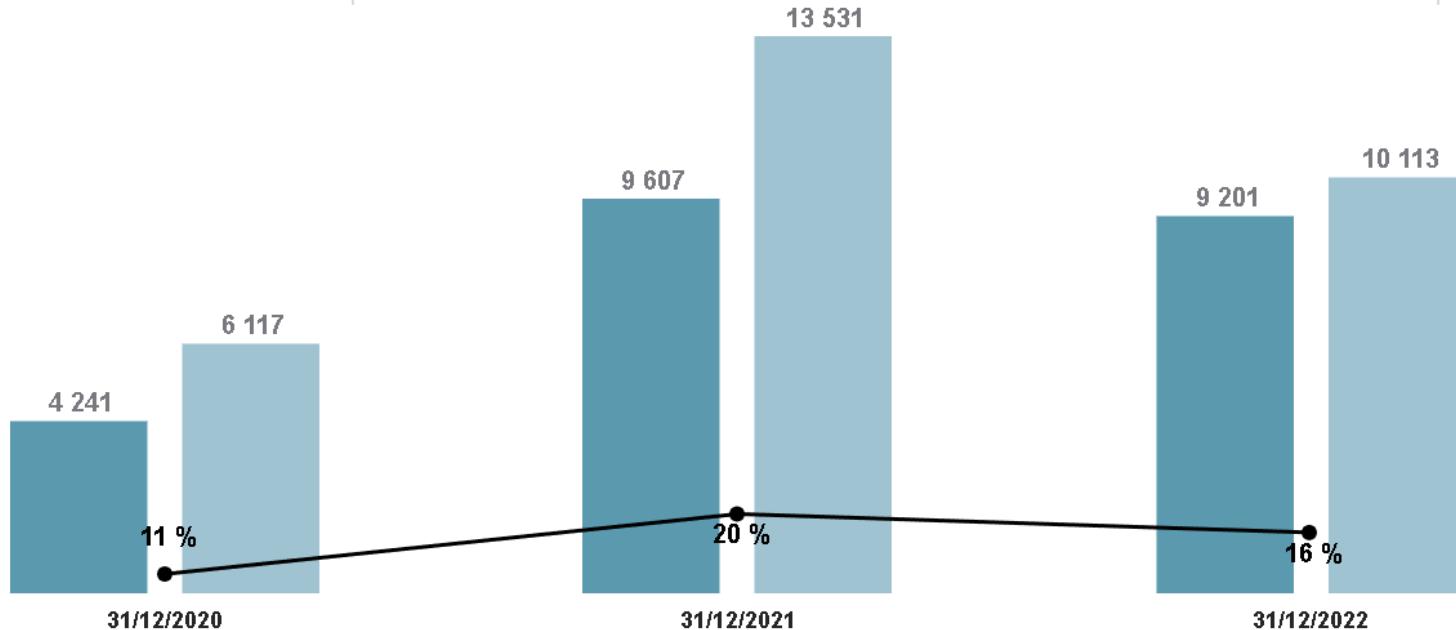
ENDETTEMENT NET ET CASH FLOW DISPONIBIL

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

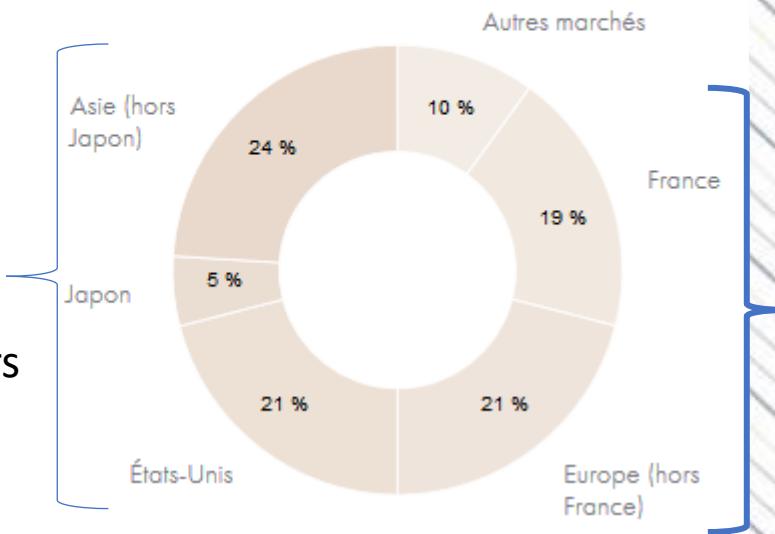
Augmentation de l'endettement net de 119%

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



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

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

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 selective	308 582	317 150	+ 3 %
Autres activités	111 075	117 231	+ 6 %
Total	1 198 144	1 227 513	+ 2 %

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 selective	96 315	81 650	- 15 %
Autres activités	28 842	27 989	- 3 %
Total	290 177	247 638	- 15 %

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)

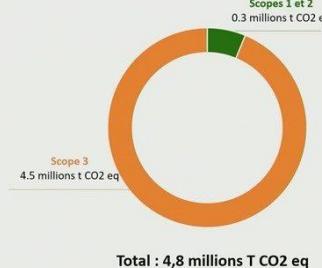
1,37 MILLION

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 CO₂, LVMH c'est :
 - L'équivalent de 1% des émissions de CO₂ d'un groupe automobile de taille moyenne
 - 0,5 % des émissions liées à l'industrie mondiale du textile



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*

