



Dossier de presse – Avril 2021

LIFE 360

*L'alliance de la Nature
et de la Créativité*

LVMH

L'alliance de la Nature et de la Créativité

Le dialogue avec les Maisons, leurs jeunes collaborateurs et les étudiants ainsi que le calcul précis de l'empreinte des activités du groupe LVMH sur la biodiversité, l'eau et le climat ont permis d'identifier les priorités de *LIFE 360*: créer des produits qui scellent une nouvelle alliance entre LVMH et la nature et qui contribuent positivement à la biodiversité et au climat.

Pour relever ces défis, *LIFE 360* fixe des objectifs chiffrés à échéance 2023, 2026 et 2030, à l'atteinte desquels chaque Maison contribue, en déterminant son propre programme d'actions. Ces objectifs s'appuient sur 4 plans stratégiques qui incarneront le luxe nouveau.



Créer des produits en harmonie avec la nature



2023
Nouveaux services circulaires (réparation, surcyclage, etc.).

2026
Emballage: zéro plastique vierge d'origine fossile.

2030
100% des nouveaux produits inscrits dans une démarche d'éco-conception.



2030
100% des chaînes d'approvisionnement stratégiques avec un système de traçabilité dédié.

Mobiliser les parties prenantes

Collaborateurs

2023
Programme de formation environnementale pour **100%** des métiers du Groupe.

2026
Système de management environnemental déployé sur **100%** des sites industriels et logistiques.

Innovation

2023
Programme de recherche et d'innovation dédié au luxe durable.

Clients

2026
100% des nouveaux produits dotés d'un système d'information client.

Fournisseurs

2030
Clauses contractuelles RSE et leurs vérifications pour **100%** des fournisseurs stratégiques d'ici à 2030.

Prendre soin des écosystèmes



2026
100% des matières premières stratégiques certifiées par des moyens préservant les écosystèmes et les ressources en eau.

2030
Régénération et/ou réhabilitation de **5 millions d'hectares** d'habitat de la faune et de la flore.



2026
Réduction de **50%** des émissions de GES liées aux consommations énergétiques (base 2019).

100% d'énergie renouvelable ou bas carbone pour les boutiques et les sites.

2030
Réduction et/ou évitement de **55%** des émissions de GES liées au Scope 3 (matières premières et transport) par unité de valeur ajoutée.

LIFE 360

LIFE 360 est un programme d'actions doté d'objectifs datés et chiffrés* pour sceller une nouvelle alliance entre la nature et la créativité: des produits en harmonie avec la nature qui prennent soin de la biodiversité et du climat, en mobilisant les parties prenantes.

Pour un luxe nouveau

* Chaque objectif se compose d'indicateurs de résultats et de moyens, communiqués à l'ensemble des Maisons du Groupe.

Créer des produits en harmonie avec la nature

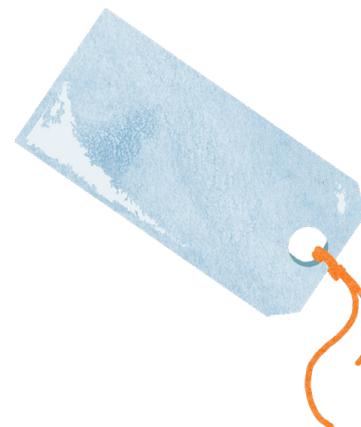
Plan stratégique 1: la circularité créative



Le groupe LVMH met sa créativité au service de l'excellence environnementale des produits et de leur packaging:

- D'ici 2030, **100 % des nouveaux produits du Groupe seront inscrits dans une démarche d'écoconception**, avec une empreinte environnementale maîtrisée, de l'extraction des matières jusqu'à leur transformation.
- Le **packaging** obéit à la même trajectoire, avec **un objectif de 0 plastique vierge en 2026**.
- Le Groupe prendra appui sur la caractéristique principale des produits de luxe, leur durabilité, pour l'amplifier grâce à sophistication des services de réparation, grâce aussi au surcyclage ou réemploi de matières précieuses telles que le cuir et la fourrure ou encore la recherche de matières alternatives.

Plan stratégique 2: la traçabilité



Tracer le devenir d'une matière de son origine à chaque étape de sa transformation est essentiel pour s'assurer du caractère responsable des pratiques. LVMH poursuit une politique de certification des filières et travaille sur l'entièreté des chaînes d'approvisionnement:

- D'ici 2030, **100 % des chaînes d'approvisionnement stratégiques du Groupe seront dotées d'un système de traçabilité dédié**.
- Le Groupe renforcera l'intégration des activités d'élevage et de tannage notamment pour les cuirs précieux, lui conférant ainsi un levier direct sur la responsabilité des pratiques.
- Dernière étape de cet objectif de traçabilité, une démarche de transparence vis-à-vis des clients du Groupe; tous les nouveaux produits seront dotés d'un système d'information dédié en 2026. C'est un levier essentiel pour leur garantir l'excellence des pratiques.

Prendre soin des écosystèmes

Plan stratégique 3 : la biodiversité



Les activités de LVMH entretiennent un rapport très étroit avec la nature. Elles n'existeraient pas sans élevage ni culture du raisin ou d'autres espèces végétales. Le Groupe se mobilise pour rendre à la nature ce que nous lui empruntons :

- LVMH prévoit un **0 sourcing dans des zones à très fort risque de déforestation ou de désertification** ainsi que **100% des matières premières stratégiques certifiées selon les standards les plus exigeants en matière de préservation des écosystèmes et des ressources en eau d'ici 2026.**
- Le Groupe a commencé à déployer des programmes d'agriculture régénératrice, et se fixe pour objectif de **réhabiliter 5 millions d'hectares d'habitat de la faune et de la flore d'ici 2030.**
- Plus que jamais mobilisé sur l'enjeu du bien-être animal, LVMH continue de déployer la charte publiée en 2019 en travaillant activement avec les fournisseurs.

Plan stratégique 4 : le climat



L'empreinte carbone globale de LVMH équivaut à 4,8 MteqCO2 et révèle les enjeux les plus significatifs : achat des matières premières et du packaging, transport amont et aval des marchandises. Le Groupe a l'ambition d'avoir une trajectoire carbone compatible avec l'Accord de Paris :

- **En réduisant de 50% les émissions de GES liées à la consommation énergétique des sites et boutiques d'ici 2026** (base 2019), grâce à une politique de **100% d'énergie renouvelable.**
- **En réduisant ou évitant les émissions de GES du Scope 3 (matières premières et transport) de 55% par unité de valeur ajoutée d'ici 2030.**

Mobiliser les parties prenantes

LIFE 360 sera un succès si le Groupe mobilise les parties prenantes sur ses objectifs, au premier rang desquelles les collaborateurs du groupe LVMH, qui sont les acteurs du changement. Pour les accompagner, LVMH met en place des formations à l'environnement ajustées à tous les métiers. Les fournisseurs sont également des parties prenantes clés de *LIFE 360*: leurs pratiques doivent être en ligne avec les exigences des nouveaux objectifs du Groupe ; au-delà du mécanisme d'audit et de remédiation, l'approche partenariale pour rehausser leurs performances environnementales sera privilégiée.



Contact: press@lvmh.fr

Retrouvez l'intégralité des objectifs de *LIFE 360* dans la rubrique
« Nos engagements » de lvmh.com.