

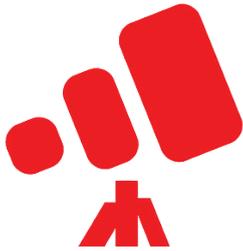
LVMH

LVMH

Localisation : Paris (France)

Industries : Vêtements, produits de luxe

filiales : Louis Vuitton, Dior, Sephora, Tiffany & Co., Fenty, Ole
Henrickson



RISQUE ÉLEVÉ

Évaluation globale :

LVMH possède de nombreuses marques de produits de luxe, notamment Louis Vuitton, Dior, Sephora, Tiffany & Co., Fenty, Ole Henrickson, et bien d'autres encore.

Le groupe interdit toute forme de discrimination entre ses employés. Cependant, elle est très investie dans les causes LGBT.

Pour ces raisons, nous estimons le niveau de risque de LVMH élevé.

Gouvernance interne et image de l'entreprise

Politiques portant atteinte à la liberté de conscience et/ou à la liberté d'expression ou éléments de propagande interne

Chaque année à l'occasion du Mois des Fiertés (Pride Month) en juin, LVMH sensibilise ses collaborateurs à l'inclusion des LGBTI+, les implique autour d'engagements concrets dans ce domaine, et fait rayonner la communauté de ses collaborateurs engagés dans ce combat sur le terrain à travers le monde. (1)

En juin 2020, LVMH organisait à son siège social une conférence intitulée Voices of Inclusion consacrée à la manière dont les différentes maisons du groupe s'engagent pour accueillir en leur sein des talents LGBTI (1)

LVMH a lancé un Inclusion Index mesurant l'inclusion de la communauté LGBT et récompensant des initiatives sur ce sujet telles que : la création d'une communauté affinitaire « All LVMH Pride » qui s'adresse à tous les employés LGBTQIA+ aux États-Unis, ainsi qu'à leurs alliés ; ou Sephora USA pour « Classes for Confidence », des cours de maquillage destinés aux communautés transgenres ou non conformes au genre. (3)

Le Groupe met notamment en place des programmes incluant le mentorat et le soutien actif au développement des talents féminins et des groupes sous-représentés en fonction des contextes locaux. (4)

LVMH est signataire de la charte de l'Autre Cercle, association pro LGBT. (5)

Les systèmes d'information de ressources humaines de LVMH permettent à chacun des collaborateurs d'indiquer son genre, et ce partout dans le monde. (6)

Politiques d'embauche en faveur des minorités ou abondement discriminatoire d'une catégorie d'employés sur critères idéologiques

Le « code de conduite » de LVMH « interdit toute forme de discrimination » bien que l'entreprise ne définisse pas précisément ce qu'elle entend par « discrimination » (1).

Tous les recruteurs sont formés aux pratiques d'embauche inclusives. (2)

Boycott de clients, partenaires ou autre groupe de personnes en raison de leurs opinions

LVMH est membre de la Global Alliance for Responsible Media dont l'objectif est de démonétiser les publicités et supprimer les contenus qui dénigrent les individus sur la base de leur orientation sexuelle et de leur identité de genre, qui abordent les questions sociales de façon négative ou partisane ou qui propagent de l'incitation à la haine (1)(2)(3).

LVMH sélectionne ses fournisseurs en fonction de leurs politiques LGBTQ. (4)

Proposition de services de propagande idéologique



Pour le Mois des Fiertés 2022, LVMH a produit « Voices of Inclusion – PRIDE Conversations », une série internationale en collaboration avec Têtu, mazine spécialisé dans la culture queer et Antoni Porowski, star de la série de Netflix « Queer Eye ». [\(1\)](#)

Le directeur créatif de Loewe, Jonathan Anderson, a lancé un t-shirt exclusif à l'occasion de la Pride pour « All LVMH Pride ». [\(1\)](#)

Sephora a lancé une collaboration de maquillage entre la Collection Sephora et l'influenceur français Richaard, un membre revendicateur de son appartenance à la communauté LGBTI+, en partenariat avec le MAG Jeunes LGBT+, une association qui travaille pour l'inclusion des jeunes LGBTI+ et qui a reçu en soutien une partie des recettes. [\(1\)](#)

En 2022, Belmond a organisé le premier voyage « Travelling with Pride », un voyage de deux jours de Venise à Paris à bord du train Venise Simplon-Orient-Express. Les passagers ont été invités à embarquer pour un voyage aussi célébrant la culture queer en présence d'icônes et de militants de la communauté LGBTI+. « Travelling with Pride » est prévu pour une deuxième édition en novembre 2024. [\(1\)](#)

Politique extérieure

Subordination aux politiques d'écologie punitive sous l'influence d'associations ou d'organisations idéologiques

En 2020, cinq ans après l'Accord de Paris, la société a organisé la LVMH Climate Week : une semaine d'échanges proposée à ses 150 000 collaborateurs pour partager sa stratégie environnementale LIFE360 (LVMH Initiatives For the Environment), sa nouvelle boussole environnementale pour les 3, 6 et 10 années à venir, et encourager chacun à être acteur du changement autour d'un seul mot d'ordre : « Be The Change » [\(1\)](#).



Politique de dons discriminatoires à l'égard des organisations caritatives en raison de leurs opinions ou de leurs croyances religieuses

LVMH exclut toutes les organisations religieuses et les lieux de culte de son programme d'abondement de dons caritatifs [\(1\)](#).

LVMH dispose de partenariats avec des organisations comme Le Refuge en France ou l'Ali Forney Center aux États-Unis, qui aident des jeunes LGBTI+ sans abri et leur donnent les moyens de prendre leur indépendance. [\(1\)](#)

Moët Hennessy s'est associé au Wine and Spirit Education Trust (WSET), l'autorité mondiale de la certification des vins et spiritueux, afin d'aider les bars LGBTI+ à relancer leur activité après la pandémie de COVID-19. Moët Hennessy a sponsorisé 100 certifications WSET de niveau 1 afin d'améliorer l'employabilité des membres de la communauté LGBTI+ qui ont perdu leur emploi en raison de cette pandémie. [\(1\)](#)



Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes idéologiques et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression

LVMH n'utilise pas son image de marque pour promouvoir des idéologies. Cependant, Nicolas Ghesquière, dirigeant de la filiale Louis Vuitton, a réagi négativement au partenariat commercial de l'entreprise avec Donald Trump en tweetant « TrumpIsAJoke ». [\(1\)](#)

Signature en 2019 de la Charte des Nations Unies contre la discrimination à l'égard des personnes LGBT. [\(4\)](#)

En 2022, Tiffany a signé la « business letter » de la « Human Rights Campaign » afin de soutenir le projet de loi américain « Respect for Marriage Act ». Une fois adoptée, cette loi participerait à veiller à l'égalité du mariage en imposant au gouvernement américain de ratifier trois arrêts clés de la Cour suprême : Obergefell v. Hodges, United States v. Windsor, et Loving v. Virginia, protégeant ainsi à la fois les mariages entre personnes de même sexe et les mariages entre personnes d'origines différentes. [\(5\)](#)



Utilisation des moyens de l'entreprise en faveur des minorités ou pour promouvoir des causes idéologiques, des organisations ou des politiques hostiles à la liberté d'expression

Louis Vuitton, en Asie du Sud, garantit aux partenaires de leurs employés LGBTI un accès à leur mutuelles de santé dans une région où certains pays ne reconnaissent pas encore les unions entre personnes de même sexe. [\(1\)](#)

Avec son initiative « Proud for Ever », Make Up For Ever met en avant des personnalités de la communauté LGBTI+. À travers une série de portraits dans le cadre de la Pride. [\(2\)](#)

Un partenariat a été noué avec REDI, une association chargée de promouvoir dans les organisations un environnement respectueux en améliorant l'inclusion des talents,



indépendamment de leur orientation sexuelle et de leur identité ou expression de genre. (2)
LVMH a lancé en Espagne LVMH BEAUTY IBERIA. Cette initiative inclut un programme à part entière dédié aux droits des personnes de la communauté LGBTI+ et destiné à l'ensemble du Groupe LVMH en Espagne. (2)

