

Duels impak

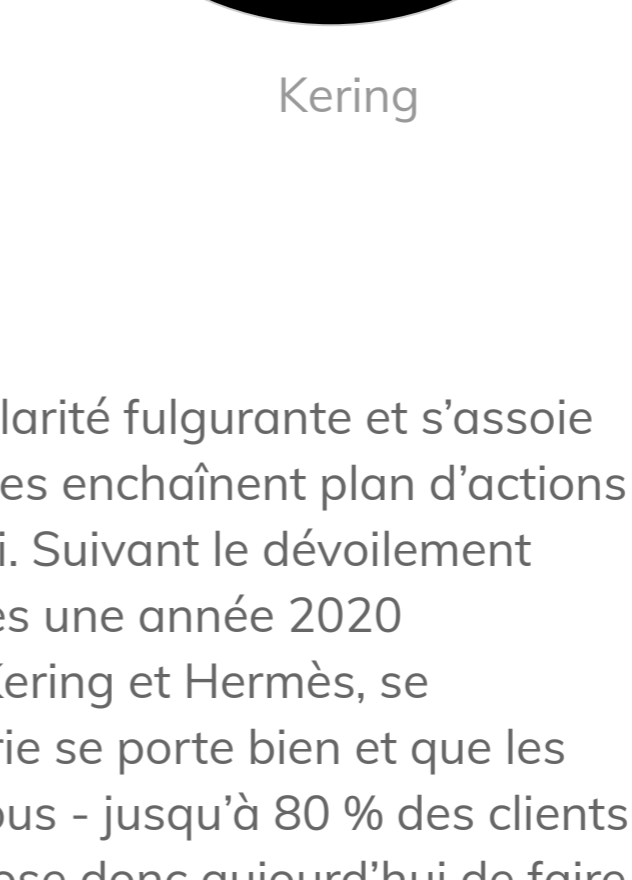


À propos **impak**, l'agence de notation d'impact indépendante, publie régulièrement des données transparentes sur l'impact social et environnemental des entreprises. Elle souhaite ainsi accélérer la transition vers une économie qui considère toutes les parties prenantes et qui contribue de façon positive à la société.



LVMH

contre



Kering

Série les duels impak Edition spéciale

À l'heure où l'investissement responsable connaît une popularité fulgurante et s'associe comme tendance à long terme, entreprises et grands groupes enchaînent plan d'actions durable, objectifs carbone, ambitions zéro net et tutti quanti. Suivant le dévoilement récent de LVMH en matière de climat et biodiversité, et après une année 2020 éprouvante, les 3 grands groupes français du luxe, LVMH, Kering et Hermès, se plaçaient au top du CAC 40 à la mi-avril, signe que l'industrie se porte bien et que les consommateurs de plus en plus engagés sont au rendez-vous - jusqu'à 80 % des clients du luxe préfèrent les marques responsables. **impak** se propose donc aujourd'hui de faire l'analyse des données d'impact 2018 et 2019 des géants du luxe LVMH et Kering. Passons outre les moyens de communication pharaoniques de ces deux groupes et voyons ce qu'ils racontent réellement.

Chiffres clés

	LVMH		K E R I N G	
	2018	2019	2018	2019
Score impak^{MC} 1000pts max	156	187	193	214
Impact positif 500pts max	0	40	0	12
Impact négatif 300pts max	72	64	93	102
Gouvernance 200pts max	84	83	100	100
% total des activités positives liées aux ODD	0.02 %	0.24 %	0.01 %	0.05 %
Nombre d'impacts négatifs notés Z	0	0	1	1
Classification ABC globale <small>Voilà les Notes sur la méthodologie</small>	B	B	Z	Z
Chiffres d'affaires EUR	48.87 Md€	53.67 Md€	13.7 Md€	15.88 Md€
Rendement total du 1er Jan. 2018 au 24 avr. 2021	164.64 %		99.40 %	

Source : données publiques © impak Finance 2021



Impacts positifs

2018 LVMH 0/500 Ex-/Equo 2019 LVMH 40/500 Winner

LVMH - Événement remarquable dans l'histoire d'une entreprise aux aspirations durables ambitieuses, LVMH est passé de zéro et un seul impact positif - représentant 0,02% de son chiffre d'affaires - à 40 points et 2 impacts positifs, entre 2018 et 2019. Parmi ses deux impacts, on compte sa donation pour la restauration de Notre-Dame-de-Paris après l'incendie qui s'élève à 0,21% de son chiffre d'affaires et participe à la préservation de l'héritage culturel (ODD 11 : Villes et communautés durables). Pour son deuxième impact positif, LVMH compte sur ses projets de financement et de partenariats liés au bien-être infantile, notamment avec UNICEF et Save the Children, qui comptent à 0,03% de son chiffre d'affaire, et aident à la création et au renforcement des partenariats de développement durable à plusieurs parties prenantes (ODD 17: Partenariats pour la réalisation des objectifs).

2018 Kering 0/500 Ex-/Equo 2019 Kering 12/500

Kering - De l'autre côté de l'arène, Kering reste modeste dans la génération d'impacts positifs avec 1 seul impact, passant d'aucun point en 2018 à 12 points en 2019. L'impact positif de 2018, via le financement d'entreprises sociales, sa fondation ainsi que la campagne Ruban Blanc, est relatif à l'élimination de toutes formes de violence envers les femmes et les filles dans le public comme dans le privé (ODD 5: Égalité des sexes). Cet impact représente 0,011% de ses activités totales. L'année suivante, les activités de la fondation Kering n'ont pas été retenues à cause du manque d'information sur la dotation allouée aux associations locales qui luttent contre les violences conjugales. Toujours en 2019, Kering a octroyé 0,05% de ses activités à la création et au renforcement de partenariats à plusieurs parties prenantes axés sur le développement durable (ODD 17: Partenariats pour la réalisation des objectifs) - tout comme LVMH. Cet impact de Kering est généré entre autres par un soutien financier à des opérations patrimoniales et culturelles, la donation de produits et le lancement d'un fonds d'impact appelé Gucci Changemakers.

Tous les impacts positifs de LVMH et Kering ont été classés B, c.-à-d. qu'ils sont bénéfiques pour les parties prenantes. Cela signifie que dans ce classement binaire des impacts positifs basé sur l'Impact Management Project, la note supérieure C - désignant un impact qui contribue aux parties prenantes - n'a été attribuée à aucun des impacts positifs des numéros 1 et 2 mondiaux du luxe.

Mitigation des impacts négatifs

2018 LVMH 72/300 Winner 2019 LVMH 64/300

LVMH - Alors que son pointage des impacts positifs a augmenté, son pointage pour la mitigation de ses impacts négatifs a diminué, et le groupe est passé de 7 à 10 impacts matériels négatifs entre 2018 et 2019. Sans avoir d'impact noté Z, c.-à-d. qui nuit ou qui peut nuire aux parties prenantes, en raison de la nature de ses opérations internationales sur 6 secteurs différents (alcool, mode, parfums, cosmétiques, joaillerie et médias), LVMH pose un risque d'impact social ou environnemental important sur toute sa chaîne de valeur. Le groupe tente de contrer ce risque à l'aide de certifications responsables comme la Better Cotton Initiative et le Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Ces certifications sont néanmoins l'objet de vives critiques, et les études rapportent qu'elles ne garantissent pas la durabilité sociale ou environnementale. Notons que le groupe a créé un fond carbone interne et qu'il a doublé le prix de l'émission par tonne métrique de CO2 de 15 à 30 euros. LVMH ne divulgue aucune information de mitigation sur ses autres activités, notamment les yachts de luxe Royal Van Lent, les hôtels Cheval Blanc et la presse écrite (Le Parisien et Les Échos).

Alors qu'en 2018 le groupe ne possédait pas d'activités de mitigation pour son impact négatif sur le prélèvement et la consommation d'eau (ODD 6: Eau propre et assainissement), causé entre autres par l'irrigation de vignobles et les processus manufacturiers, cette situation s'est résolue en 2019, notamment en raison de l'ajout de mesures pour limiter la consommation dans les sites à stress hydrique. Finalement, faisons mention de deux impacts matériels négatifs nouveaux en 2019, concernant tous deux l'ODD 3: Bien-être et santé. L'un des impacts est notamment relatif à l'image corporelle irréaliste projetée dans les médias qui peut inciter à des comportements malsains et de l'appropriation et des biais culturels. Le second impact négatif concerne la promotion de consommation abusive d'alcool pouvant nuire à la santé physique ou mentale des consommateurs. Ces deux impacts ont des mesures prévues par le groupe pour les atténuer.

2018 Kering 93/300 2019 Kering 102/300 Winner

Kering - Le pointage pour la mitigation des impacts négatifs du groupe de François-Henri Pinault est resté sensiblement le même, passant de 93 à 102 points de 2018 à 2019. Mention importante, contrairement à LVMH Kering a obtenu la note de Z pour l'un de ses impacts négatifs. Autrement dit, il a été jugé comme nuisant aux parties prenantes et cette note affecte selon la gravité de l'activité le pointage des impacts positifs. Il est question ici de l'amende record de 1,25 milliards d'euros payés à l'Italie pour l'évasion fiscale d'une de ses filiales. Ceci alimente des pratiques d'affaires non-éthiques et touche donc directement l'ODD 17. Kering fait un effort approfondi et documenté pour l'atténuation de ses impacts négatifs - celui noté Z comme tous les autres - et c'est pour cette raison qu'il réussit à conserver son avance au pointage des impacts négatifs. On peut penser notamment aux « Standards Kering » sur le bien-être animal et ceux relatifs aux matières premières et en utilisation libre de fabrication, ces standards étant formalisés, en opération et en utilisation libre. Ainsi, malgré cette amende pour le moins salée, Kering gagne ce round contre LVMH.

Finalement, comme le faisait remarquer notre analyste spécialiste du luxe, il est particulièrement intéressant de noter que les deux groupes utilisent des stratégies sur le climat diamétralement opposées. Kering mise sur la compensation carbone alors que LVMH a plutôt créé un fond carbone en interne.

Gouvernance

2018 LVMH 84/200 2019 LVMH 83/200

2018 Kering 100/200 Winner 2019 Kering 100/200 Winner

LVMH et Kering - Pour le score de gouvernance, notre équipe analyse plusieurs facteurs, notamment le niveau d'intégration de l'impact (présence d'experts-d'impact sur le comité d'administration, dans l'équipe, présence d'indicateurs d'impact, etc.) et la formalisation de la volonté d'avoir un impact positif.

Du côté de LVMH, le programme LIFE (LVMH Initiatives for the Environment) qui se base sur 4 piliers - produits, chaîne d'approvisionnement, CO2 et sites - est intégré dans sa politique environnementale depuis 2012. Le groupe établit par ailleurs des partenariats pour soutenir ses engagements responsables. Quant à lui, Kering obtient deux années consécutives la moitié des points possibles grâce à son comité sur la durabilité (Sustainability Committee) établi au même niveau que le comité d'administration depuis 2012. Ce comité suit les objectifs de la stratégie de durabilité 2025 du groupe. De plus, notons que pas moins de 30% de la rémunération de la présidence du CA et du groupe dépendent de critères non-financiers, ce qui comprend 10% accordé à la durabilité.



Kering gagne

On peut considérer qu'en raison des efforts de mitigation de ses impacts négatifs ainsi que de la rigueur des données collectées à ce propos, le score d'impact négatif de Kering aurait certainement été beaucoup plus élevé s'il n'avait été terni par l'amende monstre qu'il a reçue. Bien que LVMH n'ait pas de condamnation ou d'amende à son dossier, son score reste tout de même en deçà de celui de Kering. Si les deux géants du luxe poursuivent leur lancée, il est permis de penser que lorsque le score total de Kering ne sera plus entaché par l'amende, il pourra alors fortement se distinguer de son compétiteur le plus proche. Ainsi, résultat surprenant s'il en est dans une comparaison entre une entreprise notée A et une entreprise notée Z, et bien que talonné à plusieurs niveaux, Kering sort gagnant et duquel impak!

Spécificité du secteur

Selon le cabinet de conseil Bain & Company, le chiffre d'affaires mondial du luxe est évalué à 1300 milliards d'euros au niveau mondial en 2020. Le secteur du luxe clientèle passera de 390 milliards en 2019 à 450 milliards en 2025. Le secteur du luxe a donc une place importante dans nos sociétés de consommation, notamment par sa visibilité et sa puissance symbolique: mais le luxe a cette particularité qu'il est divisible.

Certains diront que le luxe et le développement durable sont antinomiques : ostentation, promotion de l'excès au bénéfice d'une minorité privilégiée, gaspillage de ressources nécessaires à des industries liées à des objectifs de développement durable. D'autres affirmeront que le luxe, avec ses savoir-faire spécifiques et historiques qui s'inscrivent dans la durée, est éthique et durable par nature, d'autant plus qu'il se nourrit de la rareté et du beau. Il aurait donc tout intérêt à préserver la nature et l'environnement. Mais qu'en est-il?

Tout d'abord, le secteur se caractérise par une empreinte carbone importante et une performance en transition énergétique faible puisque les entreprises du luxe dépendent fortement de matières premières provenant de systèmes agricoles et écologiques (cuirs, coton, pierres et métaux précieux, etc.). Ensuite, le secteur du luxe fait souvent l'objet de controverses concernant les conditions de vie des animaux dont la peau sert de matériau, et provient en partie de pays où les normes de bien-être animal sont peu établies et respectées.

Finalement, les impacts environnementaux et sociaux du luxe se caractérisent par une forte consommations d'emballages, une production de déchets dangereux, une pollution de l'eau, d'importantes émissions de GES, des controverses liées aux conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnements, la promotion d'un idéal de beauté inaccessible, sexiste, voire raciste. Les entreprises du luxe doivent faire davantage pour justifier leur valeur dans un monde de plus en plus inégalitaire et appauvri de ses ressources naturelles, mais également plus conscient que jamais de cette situation.

Notes sur la méthodologie

Les données proviennent des états financiers et extra-financiers 2018 des entreprises. Elles sont complètes grâce à notre méthodologie de notation disponible sur impakfinance.com qui s'aligne à l'Impact Management Project (IMP).

La méthodologie utilise la classification de l'IMP : A (Agit pour éviter de nuire), B (Bénéficie aux parties prenantes), C (Contribue aux solutions) et Z (Nuit ou peut nuire). Pour plus d'information, veuillez consulter la méthodologie de notation d'impak.

Il n'est pas étroit de mentionner que les deux entreprises ont quelques impacts positifs potentiels qui n'ont pas été considérés en raison du peu d'entreprises disponibles ou parce qu'ils représentent moins de 0,01% de leurs activités.

Selon notre méthodologie, en cas d'un Z, une certaine pénalité est attribuée en fonction de ces trois facteurs : le type de Z (nuit ou peut nuire), la répétition de ce Z dans le temps, et, seulement dans le cas d'un Z qui nuit, si des mesures ont été prises pour mitiger cet impact négatif.

Compte tenu de l'importante croissance de la transparence et de la durabilité auprès des investisseurs, une ou deux années peuvent apporter une différence significative aux Scores impak^{MC}.

Deux impacts positifs peuvent se chevaucher. Ainsi, un même produit peut avoir la certification équitable ET la certification biologique. Les pourcentages des activités liées à ces impacts peuvent donc être non cumulatifs.

La durée est la période de temps qu'une partie prenante vit le changement, et le changement dans la vie des bénéficiaires définit l'évolution d'une situation en lien avec l'impact. Ces deux aspects proviennent de la dimension Combien, l'une des 5 dimensions de l'impact définies par l'IMP.

AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ : Notez que les scores publiés dans les duels impak sont à jour au moment d'écrire, mais ils sont sujets à changements suivant des événements importants. Toutefois, les scores publiés sur notre site Web sont toujours à jour. Il est par ailleurs possible que nos notes soient prises en considération et donc, nos utilisateurs pourraient remarquer des changements positifs dans les temps. Les informations contenues dans cette publication sont à titre informatif seulement et ne constituent ni une recommandation, ni une offre ou une sollicitation visant l'achat ou la vente d'un titre. impak Finance n'est pas tenue responsable des conséquences suivant une décision d'investissement ou l'impact quel type de transaction par un tiers qui utiliserait les opinions de cette publication. Ces informations sont assujetties aux conditions générales d'utilisation et à la politique de conformité d'impak Finance.

Vous aimez les duels impak?
Consultez notre section News & Publications pour plus de contenu (anglais seulement). En lire plus

