



**REGENERATION  
2030**

## Régénération 2030 : nouvelle étape de l'engagement environnemental de Louis Vuitton

Au cœur des convictions de la Maison, réside une idée fondatrice héritée des premières malles de voyage : le monde est fait pour être exploré. Face aux défis que représentent le changement climatique, l'érosion de la biodiversité et la raréfaction des ressources en eau, Louis Vuitton réaffirme et intensifie son engagement. Portée par l'innovation et la science, sa démarche dépasse la seule logique de préservation pour s'inscrire dans une ambition régénérative : contribuer positivement, activement, dans la durée, à la restauration des écosystèmes et au renforcement des communautés.

La régénération suppose de repenser la manière dont Louis Vuitton crée. Elle implique de transformer les modes d'approvisionnement, de conception et de fabrication, afin de produire mieux, avec moins de ressources. Cette approche consiste à prolonger la durée de vie des créations, accélérer l'innovation en matière de matériaux, limiter l'impact du transport et réduire l'empreinte environnementale de l'ensemble de activités de la Maison.

Guidée par une approche de créativité circulaire déployée sur l'ensemble du cycle de vie de ses créations, la Maison intègre les principes de l'économie circulaire à chaque étape de la chaîne de valeur.

### Cette ambition s'inscrit dans la continuité d'un engagement de longue date.

Depuis plusieurs années, Louis Vuitton s'engage à prolonger la durée de vie de ses créations, à intégrer les principes d'éco-conception dans toutes les catégories de produits, les vitrines, les défilés et les expositions, à réduire son impact et à appliquer des normes rigoureuses en matière d'approvisionnement et de traçabilité tout au long de la chaîne de valeur. Depuis 2020, ces initiatives sont structurées dans le cadre de Our Committed Journey, feuille de route de la Maison, alignée sur le programme de développement durable LIFE 360 de LVMH. Des avancées qui nourrissent la prochaine étape et incitent Louis Vuitton à approfondir son engagement.

À l'horizon 2030, Louis Vuitton mobilise l'ensemble de son écosystème au service de la régénération : tous métiers confondus, ateliers, magasins, fournisseurs, partenaires et institutions s'inscrivent dans une dynamique collective fondée sur la coopération et l'amélioration continue. Afin d'intégrer l'impact environnemental tout au long du cycle de vie de chaque création, Régénération 2030 s'articule autour de trois piliers : contribuer positivement à la transition écologique, poursuivre le déploiement de l'approche de créativité circulaire et innover dans des opérations plus durables.





## Régénération 2030 : prochaine étape de l'engagement de Louis Vuitton

### I. Actions durables menées par Louis Vuitton de 2020 à 2025

1. Garantir un approvisionnement responsable
2. Contribuer à l'effort climatique
3. Déployer une approche circulaire de notre créativité

### II. Actions concrètes à l'horizon 2030 dans le cadre de Régénération 2030 : prochaine étape de l'engagement de Louis Vuitton

#### 1. Transition environnementale

- A. Climat
- B. Biodiversité
- C. Eau

#### 2. Créativité Circulaire

- A. Écoconception produits
  - a. Matières responsables
  - b. Entretien et réparation
- B. Écoconception Vitrines et Évènements
- C. Écoconception Digital & Média

#### 3. Innover pour des opérations durables

- A. Traçabilité des chaînes d'approvisionnement
- B. Fabriquer avec sobriété & Emballages Responsables
- C. Transport Bas Carbone
- D. Architecture durable

#### 4. Engagement des parties prenantes

### III. Troisième anniversaire de People For Wildlife

## I. Actions durables menées par Louis Vuitton de 2020 à 2025

De 2020 à 2025, Louis Vuitton a structuré son action environnementale autour de trois priorités : un approvisionnement responsable, l'action pour le climat et le développement de la créativité circulaire. Et ce en traduisant ses ambitions en réalisations concrètes dans les domaines des matériaux, de l'énergie, de la fabrication, de la chaîne d'approvisionnement et de l'innovation produit.

Objectifs	KPIs	2020	2025
Mettre en œuvre les standards les plus exigeants en matière d'approvisionnement responsable pour nos matières premières	% de matières premières certifiées	52 %	<b>98 %</b>
Éliminer le plastique vierge à usage unique dans nos emballages	% de réduction du plastique vierge à usage unique dans nos emballages (vs 2019)	-16 %	<b>-90 %</b>
Équiper nos magasins de systèmes d'éclairage à haute efficacité énergétique	% de magasins entièrement équipés en éclairage LED	32 %	<b>91 %</b>
Alimenter nos ateliers et sites logistiques en énergie renouvelable	% d'électricité renouvelable dans les ateliers et sites logistiques	69 %	<b>95 %</b>
Intégrer des démarches d'éco-conception dans nos produits	% de catégories de produits intégrant une approche environnementale dès la conception	33 %	<b>100 %</b>
Réemployer localement les matériaux utilisés lors de nos défilés	% de matériaux recyclés ou réemployés	93 %	<b>97 %</b>

### 1. Garantir un approvisionnement responsable

Afin de renforcer ses pratiques d'approvisionnement responsable des matériaux et emballages, Louis Vuitton a significativement augmenté la part de matières certifiées et recyclées, passant de 52 % en 2020 à 98 % en 2025.

Aujourd'hui, 100 % de l'origine des matières premières naturelles de la Maison, y compris celles végétales et animales, sont traçables. Les matières premières représentant environ 50 % de l'empreinte carbone de la Maison, il s'agit là d'un enjeu central. Lancée en avril 2025, la sneaker LV Rivoli illustre cette approche. Sa semelle recyclée est développée à partir de la récupération de 1 234 paires de semelles de baskets, permettant de produire 3 000 paires de semelles Rivoli, intégrant 66 % de matières certifiées durables. La partie supérieure utilise un cuir à plus faible impact, issu de tanneries certifiées LWG ; la doublure est composée à 87 % de polyester et de polyamide recyclés ; tandis que les lacets sont fabriqués à partir de polyester 100 % recyclé.

Fabriquée dans l'atelier Louis Vuitton de Fiesso d'Artico alimenté en électricité renouvelable et grâce à la collaboration entre équipes internes et partenaires externes, la sneaker Rivoli constitue le premier projet de la Maison développé selon un modèle en boucle fermée.

Concernant les emballages industriels et clients, Louis Vuitton a également réduit de 90 % l'usage de plastique vierge à usage unique par rapport à 2019. Les initiatives visant à améliorer la recyclabilité incluent notamment la suppression de 33 tonnes d'aimants par an grâce à la transition vers des coffrets cadeaux à matériau unique, contribuant à une réduction estimée de 1 800 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub>, ainsi que le passage progressif des sacs en feutre fabriqué en coton conventionnel vers du coton 100 % biologique certifié puis du coton 100 % recyclé.



Rivoli sneakers  
Emballage sans aimant

## 2. Contribuer à l'effort climatique

En accord avec ses engagements climatiques et sa contribution aux objectifs de l'Accord de Paris de 2015, Louis Vuitton a défini en 2021 une trajectoire de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre. Ayant identifié les matières premières, le transport et la consommation d'énergie comme principales sources d'émissions, le plan d'action de la Maison repose sur un approvisionnement responsable, le développement de solutions de transport bas carbone ainsi qu'un programme d'optimisation énergétique.

Fondé sur l'utilisation de matières premières certifiées et recyclées, l'approvisionnement responsable permet de réduire le facteur d'émission des matières stratégiques de la Maison. À titre d'exemple, le passage du coton conventionnel au coton recyclé permet de diminuer les émissions de carbone associées de 50 %.

Le transport constitue également un levier prioritaire et l'innovation joue un rôle clé dans la réduction de l'impact environnemental de la chaîne d'approvisionnement. À titre d'exemple, Louis Vuitton expérimente des solutions de transport transatlantique à plus faible émission de carbone en partenariat avec la start-up française Grain de Sails, en s'appuyant sur des cargos à voile permettant de réduire jusqu'à 90 % les émissions de CO<sub>2</sub> e par tonne-kilomètre, avec neuf traversées effectuées en 2024 et 2025. Cette initiative s'inscrit dans une démarche plus large visant à repenser les flux logistiques, en particulier pour limiter les émissions liées au transport.

Enfin, Louis Vuitton poursuit sa réduction de consommation d'énergie. Grâce à la mise en œuvre d'un plan global d'efficacité énergétique, cette consommation a diminué de 30 % dans les ateliers entre 2021 et 2025. Des équipes dédiées présentes sur chaque site accompagnent le partage des bonnes pratiques et déploient des initiatives d'optimisation dans l'ensemble des ateliers de maroquinerie de la Maison. Les sites les plus récents, comme l'atelier de l'Oratoire en France, sont conçus selon une approche bioclimatique afin de réduire les besoins énergétiques dès la conception, avec un gain d'efficacité pouvant atteindre 40 % par rapport aux sites plus anciens.

Louis Vuitton accélère également le recours aux énergies renouvelables, avec, en 2025 grâce à des études d'Analyse du Cycle de Vie (ACV), 95 % de l'électricité consommée dans ses ateliers provenant de sources renouvelables, contre 69 % en 2020. Concrètement, dix ateliers et sites logistiques sont désormais entièrement équipés de panneaux photovoltaïques.

L'action pour le climat de la Maison s'étend également aux magasins. Aujourd'hui, 91 % d'entre eux sont équipés de systèmes d'éclairage LED, contre 32 % en 2020. La consommation d'énergie liée à l'éclairage est ainsi revue à la baisse.





### 3. Déployer une approche circulaire de notre créativité

Louis Vuitton applique les principes de circularité à l'ensemble de ses produits, vitrines et événements. En 2025, toutes les catégories de produits intégraient des critères environnementaux dès la phase de conception.

La stratégie de créativité circulaire de la Maison s'articule autour de quatre leviers : réduire la consommation de matières premières et la production de déchets ; réutiliser les chutes et surplus lorsque cela est possible ; recycler les matériaux ne pouvant être réemployés ; et concevoir des produits durables, notamment par le biais de formats rechargeables et grâce au développement de services d'entretien et de réparation.

#### *Produits rechargeables*

Au cours des cinq dernières années, Louis Vuitton a déployé des formats rechargeables au sein de plusieurs lignes de produits. L'ensemble des parfums et des produits de la ligne La Beauté Louis Vuitton sont désormais rechargeables.

#### *Initiatives de réemploi*

Présentée lors du défilé Homme en janvier 2025, la collection Boro Landscape Denim revisite des modèles emblématiques tels que les Speedy, Keepall et Neverfull à partir d'empiecements issus de stocks existants, représentant plus de 3 000 mètres linéaires. Les doublures sont réalisées à partir de matériaux réemployés tandis que les poignées sont confectionnées à partir de cuir 100 % issu de tanneries certifiées par le Leather Working Group, engagées dans la réduction de leur consommation d'énergie, d'eau et de produits chimiques.



Parfum Imagination, photo de Peter Langer LV  
Rouge Matte 103 Vanity Beige rouge à lèvres  
Speedy 25 Boro Denim

Enfin, en privilégiant la location et la sélection de matériaux certifiés et/ou recyclés dès la conception, puis en favorisant leur réemploi ou leur don en fin d'usage, Louis Vuitton s'attache à réduire l'empreinte environnementale de ses défilés, expositions et vitrines sur l'ensemble de leur cycle de vie.

Ainsi, en 2025, 97 % des matériaux utilisés lors des défilés ont été réemployés ou recyclés après utilisation.

À l'occasion du défilé Cruise 2026 à Avignon, 100 % du bois et du papier étaient certifiés et issus de forêts gérées durablement, tandis qu'au total, 96 % des matériaux ont été réemployés, recyclés ou donnés. Pour le défilé Homme Printemps-Été 2026 de Paris, au Centre Pompidou, plus de la moitié des matériaux ont été loués.

Le réemploi des matériaux s'étend également aux installations retail et culturelles. En mars 2025, 6 000 mètres linéaires de toile Monogram ont été réutilisés pour les vitrines Faces and Tools. En novembre 2025, 243 m<sup>2</sup> de toile Monogram issue de stocks dormants ont été réemployés afin d'habiller les murs de la salle Monogram de l'escapade culturelle Visionary Journey à Séoul.







## II. Régénération 2030 : feuille de route et priorités

En cohérence avec le programme environnemental LIFE 360 de LVMH et dans le prolongement de ses avancées entre 2020 et 2025, Louis Vuitton déploie sa feuille de route environnementale 2026-2030, dédiée à la régénération du climat et de la nature.

Intégrée à l'ensemble de la chaîne de valeur et développée en collaboration avec un large réseau de partenaires, cette stratégie repose sur une approche globale du climat et de la biodiversité, avec l'eau comme priorité stratégique. Guidée par la science et l'innovation, cette feuille de route s'applique à l'ensemble des métiers et mobilise collaborateurs, fournisseurs et partenaires. Avec la régénération placée au cœur de la stratégie, elle s'articule autour de trois piliers : contribuer positivement à la transition écologique, poursuivre le déploiement de l'approche de créativité circulaire et innover dans des opérations plus durables.

### 1. Transition environnementale

La transition environnementale de Louis Vuitton repose sur trois priorités, le climat, la biodiversité et l'eau.

#### A. Climat

Louis Vuitton s'engage à réduire ses émissions absolues de CO<sub>2</sub> sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. Sa trajectoire de décarbonation contribue aux objectifs globaux de réduction des gaz à effet de serre du groupe LVMH, répond aux ambitions de l'Accord de Paris et a été validée par la Science Based Targets initiative (SBTi) en 2025.

#### B. Biodiversité

L'un des objectifs clés de la feuille de route est de contribuer à la restauration et à la préservation d'un million d'hectares d'habitats naturels. Cette approche inclut le soutien aux programmes de régénération tels que le partenariat avec People For Wildlife, ainsi que le développement de filières d'approvisionnement en matières premières naturelles stratégiques issues de l'agriculture régénératrice.

Consciente que la seule préservation ne suffit plus, la Maison a lancé en 2023 un programme visant à intégrer progressivement du cuir issu de l'agriculture régénératrice. Des filières dédiées pour le coton et la laine régénératifs sont également en cours de développement afin d'accompagner la montée en puissance de l'approvisionnement régénératif en matières naturelles.

#### C. Eau

Dans le cadre de sa feuille de route environnementale 2026-2030, Louis Vuitton fait de l'eau une priorité stratégique, avec un objectif de réduction de 30 % de la consommation sur ses sites d'ici 2030. Cela s'accompagne d'actions continues visant à améliorer l'efficacité et la gestion de l'eau dans ses opérations, ainsi que du soutien à une initiative de résilience hydrique développée en partenariat avec le WWF et des experts locaux. Implanté dans la région Drôme-Ardèche, ce projet pilote mobilisera entre 8 et 10 agriculteurs entre 2025 et 2028, afin d'accompagner la transition vers des pratiques agricoles plus résilientes, avec un accent porté sur l'optimisation de l'eau et l'adaptation au changement climatique.

## 2. Créativité Circulaire

Louis Vuitton poursuit le déploiement de son approche Circular Creativity à l'ensemble de ses créations, en intégrant les principes de durabilité, de réemploi et de réparabilité, dès la conception.

### A. Écoconception produits

#### a. Matières responsables

L'augmentation de la part de matières certifiées et recyclées demeure une finalité centrale de la feuille de route, avec comme objectif un minimum de 20 % de contenu recyclé ou biosourcé, en complément du développement de filières d'approvisionnement en matières premières naturelles issues de l'agriculture régénératrice. En février 2025, Louis Vuitton a présenté une veste zippée en denim dans sa ligne de prêt-à-porter Femme, confectionnée à partir d'un coton entièrement traçable, certifié comme provenant d'exploitations espagnoles engagées dans des pratiques d'agriculture régénératrice.

#### b. Entretien et réparation

L'allongement de la durée de vie des créations demeure l'un des principes fondamentaux de la Maison. La réparation fait partie de l'héritage de Louis Vuitton depuis sa création. Aujourd'hui, le service de soin et de réparation couvre l'ensemble des catégories de produits, avec près de 600 000 pièces restaurées chaque année par 400 artisans répartis dans 11 ateliers à travers 8 pays. Alors que la Maison célèbre les 130 ans du Monogram, chaque création apparaît comme bien plus qu'un objet artisanal, mais comme un compagnon de vie, porteur d'histoires passées et à venir.

Cette célébration s'est ouverte en début d'année avec une campagne mettant à l'honneur cinq icônes intemporelles, Keepall, Speedy, Alma, Noé et Neverfull, compagnons fidèles de l'Art du Voyage. Chaque pièce est pensée pour allier élégance et fonctionnalité, tout en s'inscrivant dans la durée comme un héritage précieux. Destinées à être préservées, entretenues et transmises de génération en génération, elles bénéficient du service dédié de soin et de réparation, garantissant leur longévité au fil du temps.

### B. Écoconception Vitrines et Événements

L'éco-conception des vitrines, défilés et expositions de Louis Vuitton demeure un axe central de la feuille de route 2030, avec des exigences environnementales renforcées. Dans la mesure du possible, la scénographie privilégie des matériaux loués, réemployés, recyclés ou certifiés, en intégrant ces enjeux dès la conception et la production des projets créatifs.

### C. Écoconception Digital & Média

Depuis 2020, Louis Vuitton mesure chaque année l'empreinte carbone de ses services digitaux et déploie un plan d'action structuré, soutenu par un réseau de dix ambassadeurs. Les principales initiatives incluent l'allongement de la durée de vie des équipements ainsi que la sensibilisation des collaborateurs à l'échelle mondiale, notamment via des modules de formation Green IT et le programme Digital Fresk.

En 2025, la Maison a collaboré avec des centres de données à haute performance, sélectionnés pour leurs standards environnementaux. Elle a également introduit des principes d'éco-conception appliqués aux services digitaux, notamment au niveau de son site internet. D'ici 2030, Louis Vuitton vise une réduction de 20 % des émissions de CO<sub>2</sub> liées aux services technologiques par rapport à 2018, tout en développant des cadres de gouvernance afin d'encadrer l'impact environnemental de l'usage interne de l'intelligence artificielle.



### 3. Innover pour des opérations durables

#### A. Traçabilité des chaînes d'approvisionnement

Grâce à la mise en place de dispositifs avancés pour les matières premières et les produits stratégiques, ce pilier vise à renforcer les exigences en matière de traçabilité afin d'améliorer la transparence et la responsabilité tout au long des approvisionnements.

#### B. Fabriquer avec sobriété & Emballages Responsables

En privilégiant la circularité ainsi que le réemploi et le recyclage des déchets issus de matières premières stratégiques, la Maison développe une approche d'éco-fabrication au sein de ses ateliers. L'ensemble des ateliers de maroquinerie adopte une démarche fondée sur le réemploi et le recyclage qui a déjà permis une diminution de 8,5 % des déchets de production en 2025. Par ailleurs, 45 tonnes de matériaux et de stocks dormants ont été réutilisées dans la production de nouvelles créations. La Maison étend également son objectif d'élimination du plastique vierge à usage unique à l'ensemble de ses emballages afin d'y inclure les emballages reçus des fournisseurs pour le conditionnement des matières premières.

#### C. Transport bas carbone

Louis Vuitton prévoit d'augmenter la part de ses opérations logistiques reposant sur des modes de transport à faible émission de carbone. Aujourd'hui, 25 % de ses flux s'appuient déjà sur le transport maritime ou des alternatives moins émettrices, telles que les camions électriques, les cargos à voile ou le transport ferroviaire.

#### D. Architecture durable

La Maison s'engage également à développer l'architecture durable à l'ensemble de son réseau mondial de magasins et de sites. Toutes les nouvelles constructions et rénovations majeures, y compris les ateliers et magasins, visent à répondre à des standards de certification environnementale reconnus. Parmi les sites déjà certifiés figurent Life Bronze à Kuala Lumpur TRX et Florence, LEED Gold à Amsterdam PC Hoofstraat et Vienne, ainsi que LEED Silver à Tokyo Ginza Namiki.

Magasin Louis Vuitton Vienna,  
par Stéphane Merate





#### 4. Engagement des parties prenantes

Conscient de l'importance d'une dynamique collective, Louis Vuitton déploie sa nouvelle feuille de route environnementale auprès de l'ensemble de ses collaborateurs et partenaires à l'échelle mondiale.

La Maison s'est fixée pour objectif de former 100 % de ses collaborateurs à ses engagements environnementaux d'ici 2026 ; à ce jour, 11 500 employés, au siège comme dans les ateliers, ont déjà suivi ces formations.

Par ailleurs, en 2025, 200 fournisseurs ont participé à des sessions d'engagement dédiées, en lien avec le programme LIFE Business Partners de LVMH, afin de favoriser l'alignement avec les objectifs environnementaux de Louis Vuitton.

### III. Troisième anniversaire de People For Wildlife

Depuis février 2023, Louis Vuitton s'associe à l'organisation de conservation People For Wildlife afin de soutenir des initiatives de régénération de la biodiversité dans le nord-est de l'Australie. Développé en collaboration avec les communautés locales, ce partenariat associe recherche scientifique et pratiques de gestion durable des terres afin de mieux comprendre et répondre au déclin de la biodiversité et aux impacts du changement climatique.

Le modèle développé par People For Wildlife repose sur une approche de conservation permettant aux communautés locales de générer des revenus durables grâce à l'exploitation responsable des ressources naturelles. Il favorise ainsi l'engagement dans les efforts de préservation, tout en contribuant à la création d'entreprises détenues par des communautés locales. Pour accompagner cette dynamique, l'organisation a renforcé ses équipes afin de soutenir le développement d'activités économiques fondées sur la nature.

Ce partenariat environnemental de cinq ans contribue à la protection et à la restauration de la biodiversité sur un territoire de 400 000 hectares dans le nord-est de l'Australie. Il participe à l'objectif du groupe LVMH de restaurer 5 millions d'hectares d'habitats naturels d'ici 2030 et répond aux engagements de l'accord de la Conférence des Nations Unies sur la biodiversité (COP15), visant à protéger 30 % des terres d'ici 2030.

La réserve abrite environ 4 300 espèces de faune et de flore, dont 293 sont classées menacées, parmi lesquelles la tortue à ventre rouge, le crocodile marin et le cacatoès noir. Chaque année, 97 kilomètres de pare-feux sont aménagés afin de protéger 300 000 hectares contre les incendies, incluant jusqu'à 70 000 hectares de zones humides sensibles.





En septembre 2024, des actions de recherche et de conservation ont été lancées pour soutenir l'espèce australienne menacée du cacatoès noir. La région d'Apudthama constitue en effet l'un de ses derniers refuges et un territoire essentiel à sa préservation. Les actions menées incluent l'installation de cavités de nidification artificielles à partir d'arbres tombés, ainsi que l'amélioration de cavités existantes afin de favoriser les conditions de reproduction.

En décembre 2025, une première reproduction réussie a été observée dans l'une de ces cavités artificielles.

En octobre 2025, People For Wildlife a reçu l'Australian Geographic Award for Nature en reconnaissance de ces travaux. Le suivi de la biodiversité mené dans le cadre du partenariat a également permis d'identifier trois espèces jusqu'alors non documentées, dont deux espèces de chanterelles probablement endémiques à la région d'Apudthama, ainsi qu'un python gris et brun. Les recherches ont par ailleurs progressé sur plusieurs espèces, notamment le chat marsupial, l'étourneau métallique et le varan à queue bleue.

### À propos de People For Wildlife

People For Wildlife œuvre à la préservation et à la restauration des écosystèmes en développant une approche de conservation fondée sur le marché. L'organisation établit des partenariats avec des entreprises de référence et des communautés locales afin de développer l'économie locale en créant des filières durables autour de matières naturelles.

Pour en savoir plus sur le partenariat :

[Louis Vuitton & People For Wildlife | LOUIS VUITTON](#)

### À propos de Louis Vuitton

Depuis 1854, Louis Vuitton propose des créations uniques, où l'innovation technique s'allie à l'exigence du style en ambitionnant la plus haute qualité dans le respect de la biodiversité.

La Maison reste fidèle à l'esprit de Louis, son fondateur et inventeur de l'« Art du voyage ». Ses bagages, sacs et accessoires furent aussi novateurs qu'élégants et ingénieux. Aujourd'hui encore, l'audace dicte l'histoire de Louis Vuitton. Fidèle à son héritage, la Maison a ouvert ses portes aux architectes, artistes ou designers tout en investissant de nouveaux domaines d'expression comme le prêt-à-porter, les souliers, les accessoires, les montres, la joaillerie, ou encore le parfum. Ces produits fabriqués avec grand soin attestent l'engagement de Louis Vuitton pour la haute qualité artisanale.

Pour plus d'informations : [www.louisvuitton.com](http://www.louisvuitton.com)