

CHRISTIAN DIOR COUTURE

Christian Dior

C O U T U R E

Rue des Arches - ZAC des Guignières
41 000 BLOIS

PROJET DE CREATION D'UN ENTREPOT DE
STOCKAGE ET PREPARATION DE COMMANDES

INSTALLATIONS CLASSEES POUR LA
PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

ANNEXE 5
Capacités Techniques et Financières
Choix du terrain



37 avenue Pierre 1^{er} de Serbie - 75 008 PARIS
Tél : 01-44-94-94-50 - Fax : 01-44-94-94-51
R.C.S 2009 B22 756
www.groupeidec.com

Affaire suivie par Emilie CHANTRE

Juillet 2021

SOMMAIRE

1. <u>PRESENTATION DE LA SOCIETE</u>	2
1.1. HISTORIQUE DE LA SOCIETE.....	2
1.2. HISTORIQUE DE L'ACTIVITE LOGISTIQUE	5
1.3. OBJECTIFS DU PROJET BLOIS III	6
2. <u>CHOIX DU TERRAIN RETENU POUR LE PROJET</u>	6
3. <u>CAPACITES TECHNIQUES</u>	8
4. <u>CAPACITES FINANCIERES</u>	10

1. PRESENTATION DE LA SOCIETE

1.1. Historique de la société

La société CHRISTIAN DIOR COUTURE a été créée le 8 Octobre 1946, par le couturier Christian Dior avec la participation de Marcel Boussac. Le 12 février 1947, Christian Dior présente son premier défilé de mode, conçu en collaboration avec son équipe, dont Pierre Cardin. La collection redessine la silhouette féminine, dont la ligne va à l'encontre de celle qui prévalait avant-guerre.

Parmi toutes les lignes créées par le couturier, on peut distinguer trois grandes périodes dans le style de Christian Dior : la première est marquée par l'influence du New Look, présentée en 1947. La deuxième, qui s'étend de 1950 à 1953, est caractérisée par des courbes moins voluptueuses, où la taille et les hanches sont moins marquées. La dernière correspond à la ligne H de 1954, où la taille semble disparaître et où les courbes sont sensiblement gommées, dans une esthétique qui rappelle le style des années 1920.

Sur les conseils d'un ami d'enfance, Christian Dior lance, en même temps que sa Maison de couture et sa première collection, une société de parfum financée elle aussi par Marcel Boussac. La première fragrance, lancée en édition limitée en 1947, s'appelle Miss Dior.

Christian Dior part pour les États-Unis à la conquête de ce marché en plein boom dès 1947. S'y rendant d'abord pour recevoir l'Oscar décerné par la maison Neiman Marcus pour sa première collection ; il y ouvrira plus tard Christian Dior New York Inc. Il ouvre des bureaux de relations publiques à travers le monde, organise des défilés à l'échelle planétaire, utilise la radio et la télévision pour faire connaître la marque. Il est le couturier des stars et habille notamment Marlène Dietrich, Liz Taylor, Ava Gardner ou Marilyn Monroe. En 1957, sa Maison assure plus de la moitié des exportations de la couture française, et *Time Magazine* le consacre à sa Une, posant avec ses ciseaux pour gaucher. Il est également le premier à mettre en place le système de licences, permettant à des fabricants d'accessoires de griffer leurs produits de son nom. C'est de cette manière que sont lancés les bas Dior en 1949, un exemple parmi d'autres de l'esprit d'entrepreneur de Christian Dior, qui inaugure alors un modèle économique inédit pour l'époque.

En onze ans, son activité s'étend dans quinze pays et assure l'emploi de plus de deux mille personnes. Pendant cette période, cent mille robes sont vendues.

Au décès soudain de Christian Dior en 1957, le jeune Yves Saint Laurent entré en 1955 au service de Christian Dior, reprend la direction artistique de la Maison parisienne tandis que Marc Bohan supervise les créations Dior à Londres et New York à partir de 1958.

La première collection d'Yves Saint Laurent, « Ligne Trapèze », est présentée le 30 janvier 1958. C'est un véritable triomphe. La réussite de cette opération de succession est d'autant plus remarquable que jusqu'alors, comme le rappelle Marcel Boussac en 1958, « aucune maison de couture n'avait survécu à son fondateur ».

En 1960, Yves Saint Laurent est appelé sous les drapeaux et doit quitter son poste chez Dior. C'est alors Marc Bohan qui reprend l'entière responsabilité de la direction artistique et présente l'année suivante sa première collection « Slim Look ». Le style qu'il insuffle à la maison Dior s'inspire de la femme contemporaine. Un tel souci de la modernité s'accorde parfaitement avec les mutations qui sont à l'œuvre dans le milieu de la mode : la femme aspire à plus de

liberté, avec des robes qui ne corsètent plus la silhouette, mais la laissent libre de ses mouvements, et la clientèle traditionnelle de la haute couture se raréfie.

En 1967, Dior lance *Baby Dior*, puis *Christian Dior Monsieur* quelques années après. La même année, Marc Bohan crée la toile monogramme dite « toile oblique ». Ce motif en biais apparaît pour la toute première fois sur un sac rectangulaire de la collection haute couture printemps-été 1969, réalisé en toile jacquard appelée « tapisserie de Flandres », contrastée d'un cuir végétal.

En 1975, la Maison crée sa propre ligne d'horlogerie. Jusqu'en 1988, soit près de trois décennies, Marc Bohan veillera au respect scrupuleux des traditions d'élégance du maître. À son départ, la maison Dior demeure la première maison de couture de Paris et totalise 15 % de la clientèle de la haute couture, comptant parmi ses fidèles acheteuses de grands noms comme Liz Taylor et la famille de Monaco.

Gianfranco Ferré, premier couturier de nationalité étrangère à intégrer Dior, s'inscrit dans le prolongement du style signature de la Maison, mêlant coupes architecturales et exubérance. Sa première collection, à l'automne-hiver 1989, est un hommage à Christian Dior : le créateur propose sa propre version du tailleur Bar et utilise des matières et des coupes chères à Christian Dior.

Tout va s'accélérer véritablement peu avant les années 1990, au moment où la société passe sous le contrôle de Bernard Arnault qui rachète en 1984 le groupe de textile Boussac Saint-Frères propriétaire de la marque Christian Dior et en devient PDG en 1985. Devenu président du groupe LVMH - Moët Hennessy Louis Vuitton en 1988, il réunit en 1989 les Parfums Christian Dior, anciennement propriété de Moët-Hennessy, et la couture, séparés depuis 1968, au sein du holding Christian Dior SE. C'est lui également qui fait appel en 1996 au couturier John Galliano, puis à Victoire de Castellane en 1998, pour la Haute Joaillerie, afin de redonner à Dior du punch et de la visibilité, poursuivant l'idée de luxe global dont Christian Dior est à l'origine.

Dandy provocateur et imprévisible, plein d'humour, n'hésitant pas à se mettre en scène à chaque clôture de ses collections, John Galliano rend ses défilés pour Dior incontournables et électriques, comme des spectacles. La première robe qu'il dessine, bleue, coupée en biais, est pour la princesse Diana, qui la porte lors de l'inauguration de l'exposition des 50 ans de la marque Dior au Metropolitan Museum of Art de New York (décembre 1996). Si les créations de John Galliano font autant scandale que recette, cette réussite est étroitement liée à ses créations de maroquinerie et accessoires. La plus emblématique de ses créations est le sac « Saddle ». Créé en 2003, ce petit sac en forme de selle de cheval décliné dans de nombreuses matières est un succès planétaire dans les années 2000. La déclinaison « Gaucho » du Saddle inspirée des gardiens de troupeaux des plaines sud-américaines est un succès commercial inédit pour la marque.

Dans la stratégie de rajeunissement de la marque voulue par la direction, John Galliano réinvente également la classique toile « oblique » de 1967 sous de nombreuses formes et matières (maroquinerie, prêt à porter, accessoires, articles de sport, ...).

Les créations de Galliano donnent alors un coup de fouet à cette maison de couture traditionnelle et contribuent au rayonnement et au développement de Dior à l'international.

Entre sa première collection en 1997 et la dernière, le chiffre d'affaires de Christian Dior Couture est multiplié par quatre. La direction de Dior aspire à la fin des années 2000 à monter en gamme les collections de maroquinerie en les axant principalement autour du motif « cannage ».

Après le départ de John Galliano en mars 2011, le Belge Raf Simons est annoncé le 9 avril 2012 comme le nouveau directeur artistique. S'opposant à son prédécesseur par son minimalisme. Ce premier défilé constitue un retour aux fondamentaux. La silhouette New Look est reprise de manière très structurée par le couturier, qui a en commun avec Christian Dior une passion pour l'architecture. Les lignes A et H sont aussi à l'honneur, tout comme le rose et le rouge, couleurs privilégiées de Christian Dior, ou encore la coupe corolle des jupes, dans des robes bustier sculpturales. Le directeur artistique revisite l'histoire de la mode, du XVIII^e siècle à l'époque de la conquête spatiale et aux années 1970, et réinterprète aussi l'atmosphère des différentes villes où se déroulent les défilés Dior. En 2014, Raf Simons a été récompensé du prix international du Council of Fashion Designers of America pour l'ensemble de son travail chez Dior.

Le 22 octobre 2015, Raf Simons annonce son départ de la Maison Dior, après seulement trois ans de collaboration avec la marque française.

Le 8 juillet 2016, Maria Grazia Chiuri est nommée directrice artistique de la marque. Première femme à la direction artistique de la maison Dior, Maria Grazia Chiuri apporte un souffle nouveau à la marque. Son premier défilé pour Dior fut présenté le 30 septembre 2016. La créatrice puise son inspiration dans les archives de la maison Dior en réinventant notamment la toile « oblique » créée par Marc Bohan en 1967 et absente des collections depuis 2009. À la différence des créations tonitruantes de John Galliano et des sages créations de Raf Simons, le travail de Maria Grazia trouve son équilibre entre respect des traditions et esprit contemporain. Contrairement aux créations de Galliano, la toile oblique réinventée par M.G. est en tout point identique à celle des années 1970. La créatrice redonne vie à de grands classiques de la maroquinerie Dior tout en adaptant le motif à des articles plus contemporains. Créé en 2017, le sac « Dior Book Tote » est la première création originale de maroquinerie de l'artiste. Ce grand cabas en toile marque par sa singularité et est dès sa sortie un véritable best-seller. En 2018, c'est au tour du sac « Saddle » d'être réinventé par Maria Grazia Chiuri. D'abord imaginé en toile oblique, le sac est vite décliné en de nombreux cuirs et couleurs.

En 1996, Dior possède 160 boutiques à travers le monde et plus de 230 en 2011. En 2012 est ouvert à Taipei (Taïwan) le plus grand point de vente à l'enseigne Dior, avec une surface de vente proche de 1 800 m². En 2000, le chiffre d'affaires de Christian Dior Couture s'établissait à 296 millions d'euros ; en 2010, il passe à 826 millions d'euros pour la Couture, et est toujours en progression.

La force de Dior dans les années 2000 et 2010 vient de la diversité des produits et de la créativité de ses créateurs. Kris Van Assche dirige la ligne Dior Homme de 2007 à 2018, succédant ainsi à Hedi Slimane. Depuis le 19 mars 2018, Kim Jones dirige la ligne homme. En parallèle, Victoire de Castellane dirige la joaillerie. Les lignes Joaillerie ou Horlogerie prennent une importance grandissante, à l'image de la montre « D de Dior » sortie en 2003, de la première montre homme « Chiffre Rouge » en 2004, ou de « Dior Christal » en 2005. La « Dior VIII » est lancée en 2011.

Les parfums sont aussi des produits essentiels de la marque Dior, *J'adore* restant l'une des meilleures ventes au monde.

En s'entourant d'une part de créateurs emblématiques, extrêmement féconds et perfectionnistes, et d'autre part des talents de businessman de Sidney Toledano jusqu'en 2018, puis de Pietro Beccari, actuel PDG de la société, Dior est parvenu à s'inscrire parmi les géants du luxe. Par ailleurs, la marque se distingue grâce à ses collaborations fructueuses avec de nombreux artistes et cinéastes, auteurs de campagnes remarquées. Dior peut aussi compter sur ses égéries étoilées, dont le glamour incomparable contribue à sublimer ses créations.

1.2. Historique de l'activité logistique

La société CHRISTIAN DIOR COUTURE développe actuellement son activité logistique principalement sur deux sites nommés Blois I et Blois II. Ces sites sont actuellement renforcés par la location d'autres surfaces de stockage pour faire face au développement de l'activité.

- 1967 : DIOR installe sa 1^{ère} unité logistique sur Blois (Rue Lavoisier) en Février, pour le traitement des accessoires. Dior travaillait avec une Sté à diffusion « SODAFI » qui possédait un site à Blois
- 1979 : L'entrepôt déménage Rue Louis Joseph Philippe à Blois.
- 1989 : Intégration de la gestion des tissus, des fournitures et des produits finis pour le prêt à porter féminin.
- 1998 : L'entrepôt déménage au 8 Rue des onze arpents où l'activité se situe encore à l'heure actuelle.
- 1999 : L'administration des Ventes, déménage de Paris à Blois.
- 2003 : Le centre logistique Blois I s'agrandit pour intégrer la maroquinerie et des souliers.
- 2005 : Mise en place d'un nouvel outil de gestion informatique de l'entrepôt, toujours utilisé actuellement.
- 2014 : Extension d la mezzanine
- 2019 : Transfert des souliers et chapeaux Homme et Femme du site Blois I vers Blois II en Mars (Le site Blois II est opéré par le logisticien XPO) sur 6000 m². Création d'un palettier de 2600 emplacements sur Blois II. 1^{ère} extension palettier et stockage suspendu en octobre sur Blois I.
- 2020 : Transfert des bijoux, lunettes, foulards, pièces détachées, matières premières et atelier de réparation de Blois I vers Blois II entre mai et Août sur 6000 m² supplémentaires. Deuxième extension palettier et stockage suspendu sur Blois I en octobre.

Aujourd'hui, le Centre de Distribution Blois I représente 15 000m² de stockage/préparation et emploie 142 personnes et 60 intérimaires en moyenne. Depuis ce site, le prêt à porter H&F et la maroquinerie sont déployés à travers le monde aussi bien vers le réseau de boutiques en propre que vers les clients externes multimarques.

Le site de Blois II occupe une surface de 12 000 m² et emploie 39 salariés XPO (logisticien) et 80 intérimaires en moyenne. Depuis Blois II, sont distribués les accessoires et les souliers vers les mêmes clients que Blois I.

Le futur site Blois III, sera spécialisé dans le Prêt à porter Femme, les souliers Homme et Femme et la maroquinerie. Il est prévu la présence d'environ 250 personnes à terme. L'activité e-commerce qui concerne également les catégories Accessoires (Bijoux fantaisie, Lunettes et Foulards) et le Prêt à Porter Homme sera présente sur le site avec des stocks faibles.

1.3. Objectifs du projet Blois III

CHRISTIAN DIOR COUTURE, société du Groupe LVMH, a développé une logistique performante, organisée principalement autour de ces entrepôts centraux situés à Blois sur une surface déployée de 27 000 m² (entrepôt historique et entrepôt presté) qui livrent de manière cadencée les 200 boutiques Christian Dior et 350 « wholesalers » dans le monde.

Ces entrepôts arrivant à saturation, CHRISTIAN DIOR COUTURE a lancé une étude pour définir un nouveau schéma directeur qui soit en mesure de porter la croissance des prochaines années tout en renforçant encore son avantage compétitif.

Le schéma retenu est la construction d'une nouvelle plateforme, en conservant l'entrepôt historique actuel. La ventilation des familles de produits entre ces deux bâtiments situés à proximité, combinée au reengineering des processus a pour objectif de faire de Blois le pôle mondial de l'excellence logistique de CHRISTIAN DIOR COUTURE.

L'activité de la société a connu une croissance très forte lors de l'année passée, et nécessite la mise à disposition d'une nouvelle unité de logistique dans un délai court afin de pallier aux besoins des clients. Il s'agit ici d'un accroissement d'activité.

L'objectif du présent projet est de permettre la poursuite du développement de l'activité de CHRISTIAN DIOR COUTURE en complément des activités déjà existantes du site Blois I. Le site Blois II actuellement en location, sera progressivement libéré à son propriétaire pour remise en location.

L'activité de ce nouveau site logistique sera du stockage, les préparations des commandes, les activités de réception, et d'expédition, il n'y aura pas de production sur ce site.

2. CHOIX DU TERRAIN RETENU POUR LE PROJET

Au 24 mai 2021, 142 salariés Christian Dior Couture sont affectés à la logistique à Blois I. Le site en propre (Blois I) situé 8 rue des Onze Arpents a une superficie déployée de 15 000m². XPO Logistique opère au nom de Christian Dior Couture sur le site du 8 rue des Mardeaux - ZAC du Bout des Hayes Ouest à Villebarou (Blois II) d'une superficie de 12 000m².

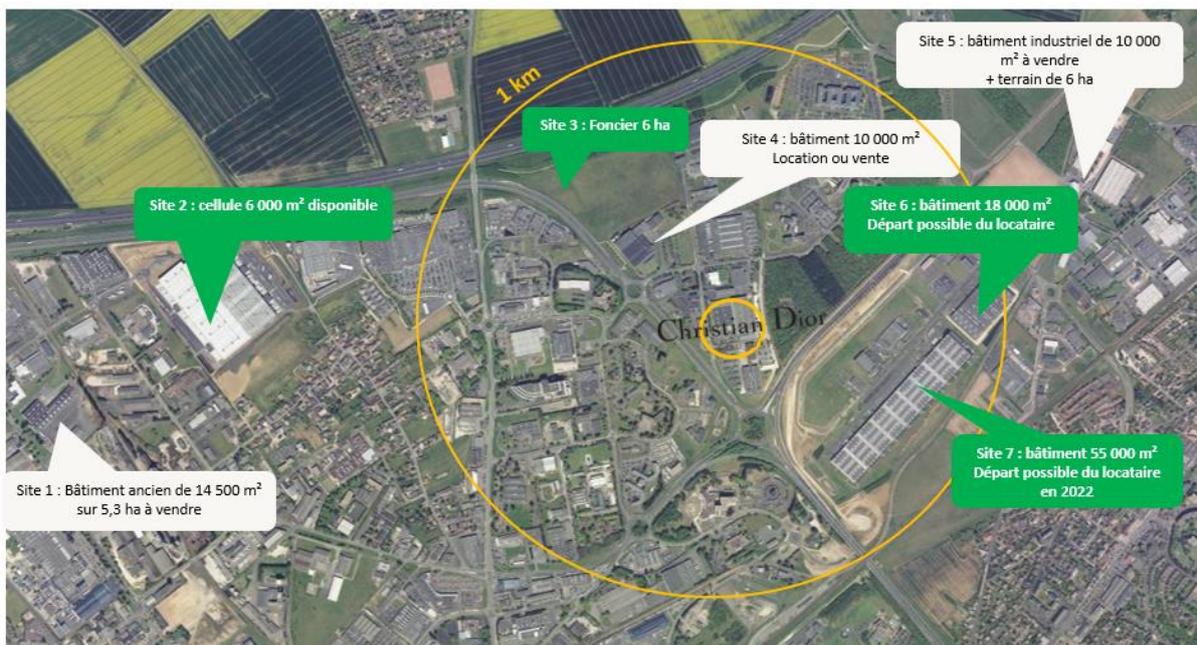
Toutefois, le développement permanent de l'activité de la société, nécessite de disposer de surfaces de stockage et préparation des commandes supplémentaires et le remplacement de celles réalisées sur Blois II. CHRISTIAN DIOR COUTURE présente donc des stockages dits de « débords » chez d'autres prestataires logistiques sur plusieurs sites disséminés.

Cet éclatement des stockages, non opérés par du personnel de la société ; devient problématique en terme de gestion du fait de sa pérennisation et de la poursuite du développement en besoin de stockage.

CHRISTIAN DIOR COUTURE a donc lancé une réflexion sur sa stratégie logistique en recherchant de manière indifférente des terrains à bâtir ou des bâtiments de logistiques disponibles. Les 3 principaux critères pour la localisation de ce nouveau site étaient :

- Proximité immédiate du site de Blois I pour permettre la polyvalence des équipes sur les différents bâtiments
- Capacité de surface logistique de 24 000m² et possibilité d'intégration de mezzanines
- Faisabilité de la sécurisation dans le cas d'un bâtiment existant

Suite à cette analyse, il a pu être identifié 7 sites pouvant répondre aux exigences précédemment présentées. Ils sont localisés sur le plan suivant.



Sites potentiels de développement

Les sites 2 et 4 sont actuellement occupés par CHRISTIAN DIOR COUTURE par le biais de baux locatifs pour tout ou partie des sites. Ces sites en débords ne satisfont toutefois toujours pas le besoin croissant de l'activité de la société. Il est donc strictement nécessaire de disposer d'une nouvelle unité sur le site 3 – Objet du présent dossier. Les locations sur les sites 2 et 4 pourront alors progressivement être arrêtées en conséquence.

Les sites 1 et 5 ne présentent pas de surfaces suffisantes pour le développement de l'activité et se prêtent difficilement aux niveaux d'exigence de sécurisation nécessaire à l'activité spécifique de la société.

Les sites 6 et 7 ne présentent pas de dates de disponibilités certaines et se prêtent difficilement aux niveaux d'exigence de sécurisation nécessaire à l'activité spécifique de la société.

De plus, on notera que l'activité logistique de CHRISTIAN DIOR COUTURE présentera des particularités en lien avec l'aménagement de mezzanines tant de stockage que d'activité ; équipements mobiliers qui sont difficilement implantables dans des bâtiments existants on prévus et adaptés ; au regard des surfaces souhaitées.

3. CAPACITES TECHNIQUES

CHRISTIAN DIOR COUTURE dispose d'équipes opérationnelles, spécialiste de la logistique. La proximité immédiate avec le site logistique existant Blois I permettra d'assurer un appui technique aux nouvelles équipes.

Le but de cet entrepôt est de recevoir, stocker et expédier les articles de prêt à porter féminin, souliers et maroquinerie ; ainsi qu'assurer le fonctionnement de l'activité spécifique e-commerce (articles identiques, complétés par les accessoires et le prêt à porter Homme).

Ce site logistique fera partie du pôle d'excellence logistique de Blois.

Le nouveau site accueillera 250 personnes à terme, entre le personnel logistique (150 personnes) et le personnel administratif (100 personnes).

Le site sera en service 6 jours sur 7, toute l'année :

- Lundi au Vendredi de 6h à 21h
- Samedi de 6h à 13h.

Un poste de sécurité assurera la surveillance des installations 24h/24, 7j/7.

L'expérience professionnelle et les compétences techniques des dirigeants et de l'encadrement, ont permis le développement régulier de la société.

La société CHRISTIAN DIOR COUTURE dispose de services dédiés à la gestion de l'Environnement, des Risques et des Impacts à son siège parisien ainsi qu'à Blois (Blois I). Il est prévu que le service de Blois soit transféré au futur site Blois III à la livraison du site.

On pourra noter que CHRISTIAN DIOR COUTURE exploite déjà plusieurs installations similaires. De ce fait, la société dispose bien des capacités techniques pour exploiter cette nouvelle installation qui lui permettra de poursuivre son développement économique.

Depuis 27 ans, la politique environnementale de LVMH constitue un pilier de sa stratégie de croissance. En 2012, cette politique connaît une accélération avec la création du programme LIFE (LVMH Initiatives For the Environment) qui ancre le développement durable dans le plan stratégique de chaque Maison du Groupe.

En 2016, LVMH consolide LIFE en déterminant quatre objectifs partagés par toutes les Maisons afin de progresser vers l'excellence environnementale à l'horizon 2020 : améliorer la

performance environnementale de tous les produits, déployer les meilleurs standards dans les filières d'approvisionnement et, enfin, améliorer les indicateurs clés de l'efficacité environnementale pour tous les sites et réduire les émissions de CO₂.

Alors que ces objectifs ont été atteints et même dépassés, LVMH a souhaité poursuivre et décupler les ambitions de LIFE 2020 avec un nouveau plan : LIFE 360. Cette nouvelle stratégie repose sur trois échéances clés – 2023, 2026 et 2030 – et s'articule autour de quatre piliers autour du produit :

- La protection de la Biodiversité avec une emphase sur deux actions en particulier : le soutien, en partenariat avec l'UNESCO, du programme « Man and Biosphere » et les expérimentations pilotes, par exemple en matière d'agriculture régénératrice dans le secteur des Vins & Spiritueux.
- La lutte contre le dérèglement climatique dans laquelle LVMH s'engage à poursuivre ses efforts en matière de performance énergétique pour ses sites et ses magasins avec un focus sur les émissions de CO₂ non directement liées à la fabrication du produit mais à d'autres étapes de son cycle de vie, comme le transport, l'approvisionnement, son utilisation, ...
- L'économie circulaire qui repose sur la mise en place d'une filière de recyclage des invendus, sur la fabrication de vêtements à partir de stocks existants, sur la recherche de matériaux alternatifs, ...
- La transparence pour répondre aux exigences d'une société toujours davantage en demande d'informations sur la traçabilité des produits.

Ces objectifs chiffrés seront dévoilés en 2021, dans le cadre du lancement de LIFE 360, qui inscrira le Groupe dans une trajectoire, conformément à l'Accord de Paris, fondée sur la science. A l'échéance 2030, il fixera les nouveaux objectifs Climat, notamment celui d'atteindre 100% d'énergie renouvelable dans tous les sites du Groupe. Il prévoit aussi la suppression du plastique vierge d'origine fossile dans les emballages à l'horizon 2026.

La logistique de la Maison CHRISTIAN DIOR COUTURE est engagée depuis 2017 dans une démarche environnementale certifiée ISO 14001 : 2015. Cette certification intègre le centre de distribution de Blois I, ses flux transport amont et aval ainsi que la fin de vie de ses produits finis de l'ensemble de ses sites partenaires.

Cette démarche volontaire repose sur 4 axes managériaux :

- Le leadership de la Direction
- L'implication des équipes en interne et des partenaires
- L'intégration de l'environnement dans chacun des projets
- Le suivi du Système de Management Environnemental au travers d'indicateurs fiables et d'audits réguliers

Pour servir ces objectifs, CHRISTIAN DIOR COUTURE s'engage à travailler sur 4 axes stratégiques :

- Mesurer et réduire les émissions de CO₂ du transport
- Améliorer la valorisation des produits finis invendus
- Garantir la conformité réglementaire environnementale
- Mieux valoriser et diminuer les déchets

Cet effort est soutenu et développé dans le temps grâce au travail de l'ensemble des collaborateurs et des relations avec les partenaires.

Afin d'améliorer de façon continue la démarche, CHRISTIAN DIOR COUTURE s'investi dans la pérennisation de la certification ISO14001 : 2015 sur le site de Blois I. La démarche environnementale pour Blois III se matérialisera par l'extension de la certification ISO 14001 pour ce site ainsi que l'obtention du label BREEAM niveau « very good ».

4. CAPACITES FINANCIERES

La Maison CHRISTIAN DIOR COUTURE fait partie du Groupe LVMH qui fédère 75 Maisons d'exception, réalisant 44.7 Milliards d'Euros de ventes en 2020 avec un réseau mondial de plus de 5000 boutiques.

Les comptes de résultat du Groupe LVMH sur les trois dernières années sont les suivants :

COMPTE DE RÉSULTAT

en millions d'euros

	2018	2019	2020
Ventes	46 826	53 670	44 651
Marge brute	31 201	35 547	28 780
<i>en % des ventes</i>	67 %	66 %	65 %
Résultat opérationnel courant	10 003	11 504	8 305
<i>en % des ventes</i>	21,4 %	21,4 %	18,6 %
Résultat net	6 990	7 782	4 955
Résultat net part du Groupe	6 354	7 171	4 702

MODE & MAROQUINERIE

en millions d'euros

	2018	2019	2020
Ventes	18 455	22 237	21 207
Résultat opérationnel courant	5 943	7 344	7 188
Investissements d'exploitation	827	1 199	827

La société CHRISTIAN DIOR COUTURE, par le biais du Groupe LVMH, dispose des capacités techniques et financières nécessaires à l'exploitation des installations projetées.