

*Charte*  
*sur les conditions*  
*de travail*  
*des mannequins*  
*et leur bien-être*

LVMH

LVMH est le leader de son secteur. Il est donc de sa responsabilité, éthique et sociale, de s'assurer du bien-être de tous les mannequins travaillant pour ses Maisons. Cette certitude fait écho à son engagement déterminé en faveur des droits de l'homme, du respect de la diversité, et de l'égalité entre les sexes. C'est pourquoi, après avoir consulté les professionnels de la filière, nous avons souhaité développer des règles, allant au-delà des obligations légales, dans le but d'assurer aux mannequins des conditions de travail appropriées. Nous espérons que l'ensemble de la filière nous suivra dans cette voie. Pour s'assurer que cette charte est effectivement mise en application, un comité de suivi sera créé. Voici les règles que nous mettons en place.

## CONDITIONS DE TRAVAIL

— Tout contrat entre une marque, un mannequin et/ou une agence, doit respecter la loi.

— Les personnes qui exercent la profession de mannequin doivent être traitées avec respect et professionnalisme. Elles/ils ne doivent en aucun cas être exposé(e)s à une activité dangereuse, gênante ou dégradante.

## SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

— Les marques s'engagent à ne travailler qu'avec des mannequins pour lesquels l'agence qui les emploie présente un certificat médical obtenu moins de six mois avant le *shooting* ou le défilé de mode concerné. Ce document atteste de leur bonne santé et de leur aptitude à travailler.

— Les marques s'engagent à exclure les tailles 32 pour les femmes et 42 pour les hommes (tailles françaises) de leurs castings. Elles devront donc demander aux agences de ne leur présenter que des mannequins au minimum de taille 34 pour les femmes et 44 pour les hommes.

— Les marques conviennent de mettre à disposition des mannequins, durant les périodes où ils/elles travaillent pour elles, un psychologue/thérapeute dédié.

## NUDITÉ ET APPARENCE

— Les changements d'apparence ainsi que les situations de nudité ou de semi-nudité doivent avoir été explicitement acceptés par les mannequins.

— Notamment en cas de nudité ou de semi-nudité, pendant un *shooting* ou lorsque les mannequins s'habillent ou se déshabillent (avant ou après un défilé), ils/elles ne doivent jamais se trouver seul(e)s sans leur accord avec une personne de la production ou un photographe.

— Pendant les *shootings* ou les défilés de mode, et en particulier lorsqu'ils se déroulent en extérieur, les mannequins doivent avoir accès à un « espace réservé » leur permettant de se changer commodément (hors de la vue des personnes qui ne font pas partie de la production ou qui n'appartiennent pas à la marque qui les emploie). Les marques pourront fournir des peignoirs afin que l'intimité des mannequins, avant et après les changements de tenues, soit préservée.

— Dans les situations de nudité ou de semi-nudité, la température doit être adaptée afin de préserver le confort et la santé des mannequins.

## NOURRITURE ET BOISSONS

— Les mannequins doivent avoir accès à une nourriture et à des boissons adaptées à leurs besoins alimentaires.

— Les marques fournissent aux mannequins des informations utiles au suivi d'un régime alimentaire sain au cours de leur journée de travail.

— Les boissons alcoolisées sont interdites sur le lieu de travail à tout moment, sauf autorisation exceptionnelle donnée par la marque (ex. des « after-show cocktails »). Les alcools forts sont interdits.

## TRANSPORT ET LOGEMENT

- Les marques exigent des agences qu'elles fournissent aux mannequins un logement offrant un niveau de confort respectueux de leur bien-être.
- Après 20 heures, les marques fournissent aux mannequins une solution de transport pour qu'ils/elles rejoignent leur lieu de résidence.

## TEMPS DE TRAVAIL

- Le temps de travail du mannequin doit faire l'objet d'un suivi et être en conformité avec les dispositions légales applicables.
- Les agences et les marques doivent se coordonner pour s'assurer de la conformité du temps de repos des mannequins avec les dispositions légales.
- Des négociations spécifiques sont engagées avec les agences si la convocation pour un défilé intervient plus de 4 heures avant celui-ci.
- Les marques exigent des agences de casting que le contrat avec le mannequin (ou avec son agence) lui permette d'être payé(e) dans les délais prévus par la loi.

## MANNEQUINS MINEURS

- Les marques n'embauchent pas de mannequins de moins de 16 ans pour représenter des adultes dans des défilés ou des *shootings*.
- Les mannequins entre 16 et 18 ans ne sont pas autorisé(e)s à travailler après 22 heures et avant 6 heures, comme le prévoit la loi française.
- La nudité ou la semi-nudité pour les modèles de moins de 18 ans n'est autorisée qu'avec l'accord explicite du modèle et de son représentant légal.

- La présence d'un chaperon/tuteur, désigné par leurs agences et qui peut être un de leurs parents, est obligatoire pour les mannequins âgés de 16 à 18 ans.
- Tout mannequin de moins de 18 ans doit être logé dans le même logement que son chaperon/tuteur.
- Les marques doivent demander aux agences de s'assurer que les mannequins remplissent leurs obligations scolaires.
- Les boissons alcoolisées ne doivent pas être servies aux mannequins de moins de 18 ans.

## RÉCLAMATIONS ET AUDITS

- Du premier entretien de sélection jusqu'à sa dernière prestation, le mannequin doit avoir la possibilité de signaler un différend avec une agence de mannequins, un directeur de casting ou un employé de la marque (par exemple via la mise en place d'une hotline ou en saisissant un référent désigné par la marque).
- La présence d'au moins un représentant de la marque pendant les castings internes est obligatoire.
- Le Groupe/la marque peut aussi effectuer de manière inopinée, pendant les défilés de mode, *shootings* ou castings, des contrôles et audits pour s'assurer du respect de la présente charte.
- Un comité de suivi sera dédié à la vérification de l'application de la charte. Chaque année (une fois tous les six mois pour la première année), une réunion est organisée avec des représentants des marques, des agences et des mannequins.

*Cette charte a été rédigée en concertation avec le groupe Kering, après avoir consulté les acteurs concernés - et notamment les marques, les agences de mannequins, les directeurs de casting et les mannequins eux-mêmes.*