LVMH

Rapport de responsabilité sociale 2019

02 EN IMAGES

20 NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIALE

26 RESPECTER LA SINGULARITÉ DE NOS COLLABORATEURS

36 TRANSMETTRE ET DÉVELOPPER LES SAVOIR-FAIRE

48 ACCOMPAGNER NOS COLLABORATEURS EN AGISSANT POUR LEUR SÉCURITÉ ET LEUR BIEN-ÊTRE

56 S'ENGAGER AUPRÈS DES TERRITOIRES ET DES COMMUNAUTÉS

68 LE CAHIER DES EXPERTS

PRIDE
PRIDE
Aaron Owen
LVMH and its Ma
UN global principles p
Tuesday, Ju
RESPECT HUMAN RIGHTS
of LGBTI workers, customers and community members
ELIMINATE DISCRIMINATION
against LGBTI employees in the workspace
FRESH

PRIDE

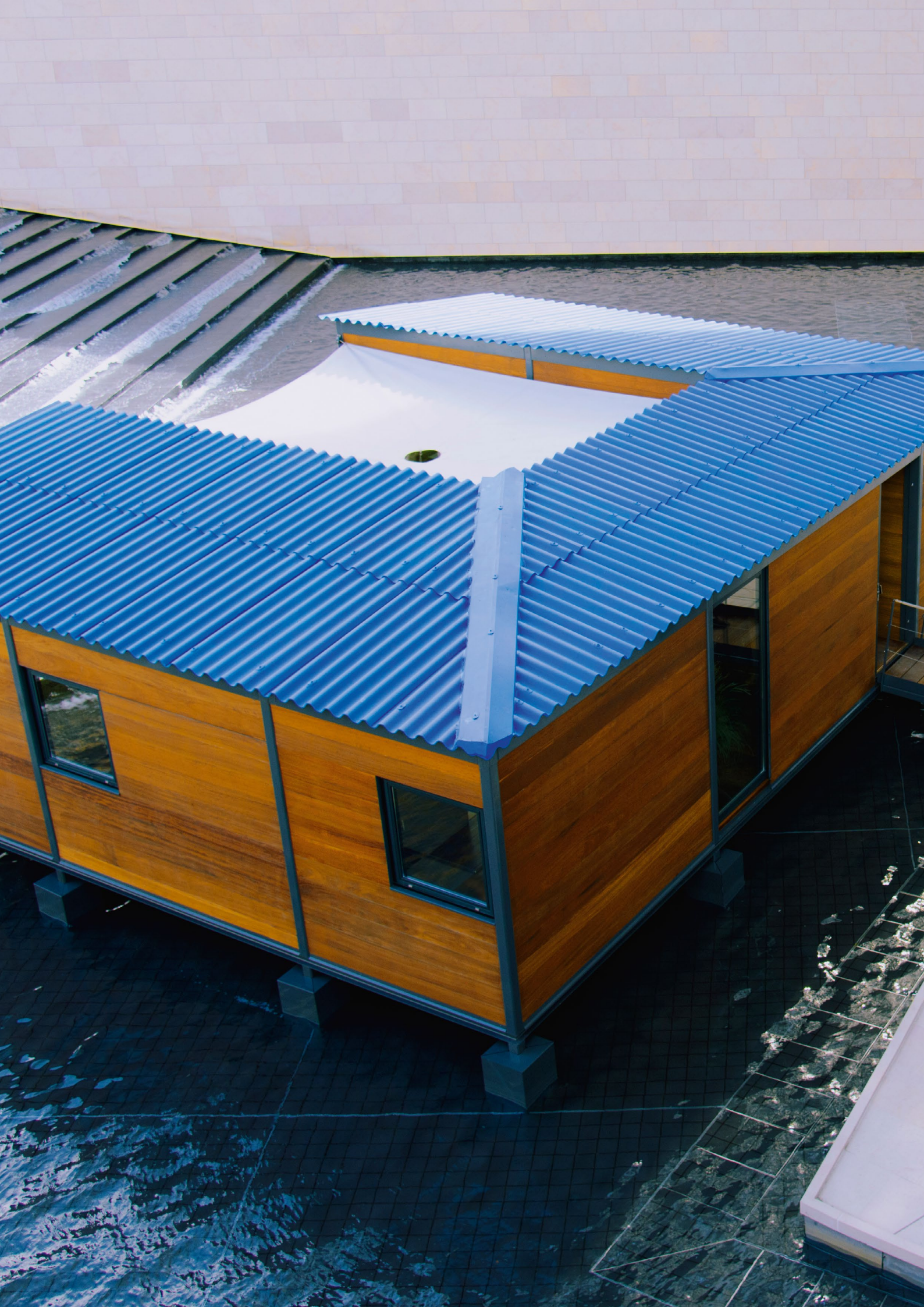
Juin 2019. Trois mois après la signature à Paris des normes mondiales de conduite des Nations Unies contre la discrimination à l'égard des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres et intersexes (LGBTI), Chantal Gaemperle, Directeur Ressources Humaines et Synergies de LVMH, et Chris de Lapuente, Président-directeur général de LVMH Parfums & Cosmétiques et de Sephora, membres du Comité Exécutif du Groupe, se retrouvent à New York, lors de l'événement Pride at LVMH, pour la signature de ces mêmes normes par les Maisons LVMH situées aux États-Unis, réaffirmant la volonté du Groupe de favoriser la diversité et l'inclusion sur le lieu de travail.

RESPECTER

INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE LVMH

Avril 2019. Près de 140 apprentis de la promotion 2018-2019 de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH France et Suisse, un programme de formation en alternance aux métiers de l'artisanat, de la création et de la vente, se sont réunis au Bon Marché, à Paris, pour une Master Classe Globale rythmée par un circuit de visites inédit, avant de rejoindre le siège du Groupe, avenue Montaigne, où ils ont présenté leurs créations inspirées du grand magasin.

TRANSMETTRE



CHARLOTTE PERRIAND

Octobre 2019. Le monde de Charlotte Perriand, architecte et designer visionnaire et engagée, déterminée à inventer un habitat fonctionnel et un nouvel art de vivre harmonieux pour tous, investit la Fondation Louis Vuitton. Réunissant plus de 400 œuvres, l'exposition dessine un dialogue entre les réalisations de cette avant-gardiste, figure majeure de l'art du XX^e^ siècle et les artistes de son temps, notamment Fernand Léger et Pablo Picasso, mais aussi Georges Braque, Alexander Calder, Hisao Dômoto, Joan Miro, Henri Laurens, Le Corbusier et Sofu Teshigahara. Elle s'achève le 24 février 2020, après avoir accueilli 476 000 visiteurs.

S'ENGAGER

LVMH Prize
Young Fashion Designer

JEUNES CRÉATEURS DE MODE

Septembre 2019. À 26 ans, le styliste Thebe Magugu reçoit le Prix LVMH pour les Jeunes Créateurs de Mode, à l'issue de la finale organisée à la Fondation Louis Vuitton, en présence de cinq directeurs artistiques des Maisons du groupe LVMH. Le jeune sud-africain vivant à Johannesburg bénéficie d'une dotation de 300 000 euros et d'une année de mentorat par une équipe du groupe LVMH spécialement dédiée.

TRANSMETTRE

VEUVE CLICQUOT X WOMEN

Novembre 2019. La Maison Veuve Clicquot remet le *Bold Woman Award* (Prix Veuve Clicquot de la Femme d'Affaires) à Chrystèle Gimaret, Présidente Fondatrice de Artupox International, et le *Bold Future Award* à Julie Chapon, Cofondatrice de Yuka. La Maison décerne également le *Bold Champion Award* à Frédéric Mion, Directeur de Sciences Po, un Prix d'honneur inédit créé pour récompenser un homme qui œuvre au quotidien pour une meilleure représentation et considération des femmes dans la société.

S'ENGAGER

Woman Award
by Veuve Clicquot
Woman Award
by Veuve Clicqu

BVLGARI & SAVE THE CHILDREN

Novembre 2019. Le premier « Punto Luce delle Arti de Bvlgari et Save the Children », pôle de soutien académique et de gratuité scolaire, est créé dans une école abandonnée à Ostie. La Maison de joaillerie s'associe une fois de plus à Save the Children pour lutter contre la pauvreté, l'abandon scolaire et l'exclusion sociale par l'éducation. Chaque année, ce pôle éducatif pourra offrir de nouvelles perspectives à 1 000 enfants et adolescents issus de cette banlieue défavorisée de Rome.

S'ENGAGER

DÉFILÉ CULTURES ET CRÉATION DE MONTFERMEIL

Février 2019. Le défilé, qui met en lumière des talents créatifs éloignés de l'univers de la mode, rassemble plus de 300 personnes sur le thème de « L'art et la mode », devant 1 000 habitants de Seine-Saint-Denis et au-delà. À l'issue du défilé, le jury composé de professionnels de la mode du Groupe, a décerné le prix « RSE Jeune Talent LVMH » à Tëena Franchi et le prix « Coup de cœur » à Quentin Lefebvre.

50

NOTRE-DAME

Avril 2019. La cathédrale Notre-Dame de Paris, symbole de la France, de son patrimoine et de son unité, est partiellement dévastée par un incendie. Solidaires de cette tragédie, la famille Arnault et le groupe LVMH se mobilisent pour la reconstruction de ce joyau architectural. Leur engagement se traduit par le don d'une somme globale de 200 millions d'euros et la mise à disposition de toutes les équipes créatives, architecturales, financières, pour accompagner le long travail de reconstruction et de collecte de fonds.

S'ENGAGER

CHANTAL GAEMPERLE,
DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES ET SYNERGIES

Respecter, transmettre, accompagner et s'engager. C'est autour de ces quatre axes que nous avons structuré la politique de responsabilité sociale de LVMH, animés par la conviction que ce sont les femmes et les hommes – que ce soient nos collaborateurs mais également toutes celles et ceux qui nous accompagnent – qui font la différence.

Dans la virtuosité de nos artisans, dans la passion de nos conseillers de vente, dans l'agilité de toutes nos équipes, se lisent l'engagement et la fierté de faire partie de la communauté LVMH. Leur garantir un environnement de travail inclusif, dans lequel chacun puisse se sentir en sécurité, oser être soi-même et se développer, sont notre devoir et notre ambition.

Parce que LVMH se doit d'être exemplaire, nous nous sommes engagés à lutter contre toute forme de discrimination et avons signé en 2019 les normes mondiales de conduite des Nations Unies contre la discrimination des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres et intersexes (LGBTI).

Être à l'écoute du monde qui nous entoure fait également partie des missions d'un groupe de notre envergure. C'est ce que nous faisons, en nous engageant par exemple auprès des jeunes générations, formées dans notre Institut des Métiers d'Excellence, ou encore auprès des personnes éloignées de l'emploi, à travers LIVE - L'Institut des Vocations pour l'Emploi, dispositif que nous avons lancé cette année.

Enfin, le groupe LVMH a mobilisé à travers le monde ressources et compétences pour lutter contre la propagation de la Covid-19, apportant son soutien aux acteurs impliqués dans la bataille contre le virus. Plus généralement, c'est l'ensemble du Groupe qui a su se mobiliser pour accompagner nos collaborateurs, maintenir l'activité et assurer la reprise. Je tiens à saluer les efforts menés par l'ensemble de nos salariés et à les remercier pour leur engagement dans la durée, leur travail et la solidarité dont ils ont fait preuve.

NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIALE

LE GROUPE LVMH RÉUNIT 75 MAISONS D'EXCEPTION RÉPARTIES DANS SIX SECTEURS D'ACTIVITÉ. CHACUNE D'ENTRE ELLES CRÉE DES PRODUITS PORTEURS D'UN SAVOIR-FAIRE ET D'UN HÉRITAGE SINGULIERS, TOUT EN PARTAGEANT DES VALEURS COMMUNES, GARANTES DE LA PÉRENNITÉ DU GROUPE.

L'ESPRIT LVMH

Le groupe LVMH a été créé en 1987 par la fusion de Moët Hennessy et Louis Vuitton. C'est en 1989 que Bernard Arnault en devient l'actionnaire principal et le Président-directeur général avec l'ambition de faire de LVMH le leader mondial du luxe.

Aujourd'hui, le groupe LVMH compte 75 Maisons d'exception réparties dans six secteurs d'activité.

Le Groupe développe ses Maisons sur le long terme, dans le respect de leur force et de leur singularité mais aussi selon des valeurs et un modèle communs. LVMH met à leur disposition toutes les ressources nécessaires à leur développement en matière de création, de fabrication et de distribution sélective de leurs produits et services.

DES VALEURS PARTAGÉES

La performance et la pérennité du Groupe et de ses Maisons reposent sur trois valeurs fondamentales. Elles guident les actions des collaborateurs, avec la conviction forte que ce sont les talents qui sont au cœur de la réussite.

La créativité et l'innovation. Inscrites dans les gènes de LVMH, elles ont, au fil du temps, assuré le succès des Maisons et assis leur légitimité. Ce tandem créativité-innovation est au cœur d'une délicate équation : renouveler l'offre proposée par les Maisons et être résolument tournés vers l'avenir, tout en respectant leur patrimoine.

L'excellence. Au sein du Groupe, aucun compromis n'est possible sur la qualité. Parce que les Maisons incarnent l'univers de l'artisanat en ce qu'il a de plus noble et de plus abouti, une attention minutieuse est portée aux détails et à la perfection : du produit au service, c'est dans cette quête d'excellence que le Groupe cultive sa différence.

L'esprit d'entreprise. Agile, l'organisation décentralisée du Groupe favorise l'efficacité et la réactivité. Elle stimule les initiatives individuelles en confiant des responsabilités importantes à chacun. L'esprit d'entreprise promu par le Groupe facilite la prise de risque et encourage la persévérance ; il nécessite un esprit pragmatique et une capacité à mobiliser des équipes en les entraînant vers des objectifs ambitieux.

DES ENGAGEMENTS SUR LA DURÉE

Le groupe LVMH veille à ce que ses activités soient menées dans le respect des droits des personnes et encourage l'amélioration continue des conditions sociales, sociétales et sanitaires, qui constituent des facteurs essentiels de développement et de protection des droits des personnes.

Il s'engage à faire preuve de vigilance pour identifier les impacts négatifs potentiels, directs ou indirects, de son activité sur la société afin de les prévenir et, le cas échéant, d'y remédier.

En cohérence avec ses valeurs, le Groupe rejoint ainsi un certain nombre d'initiatives internationales et nationales majeures. Dès 2003, il a manifesté

LIRE LA SUITE P. 22

Nos secteurs d'activité

VINS & SPIRITUEUX

Symboles d'excellence et d'authenticité, nos Maisons de Vins & Spiritueux constituent un ensemble sans équivalent dans le monde.

MODE & MAROQUINERIE

Maisons à l'héritage unique et jeunes marques en devenir composent ce pôle d'exception. Chacune de leurs créations se fait objet de désir, toujours empreint d'intemporalité.

PARFUMS & COSMÉTIQUES

Acteur mondial majeur dans le parfum, le maquillage et le soin, le pôle Parfums & Cosmétiques regroupe de grandes Maisons historiques et des jeunes marques à fort potentiel.

MONTRES & JOAILLERIE

Les Maisons du Groupe opèrent dans l'horlogerie haut de gamme, la joaillerie et la Haute Joaillerie. Elles ont des positionnements complémentaires et figurent parmi les plus dynamiques du marché.

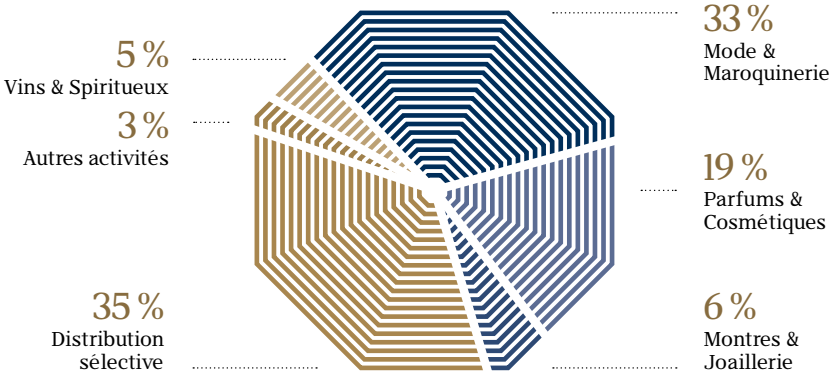
DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Parce que chaque client est unique, les enseignes de Distribution sélective du Groupe offrent à chacun une expérience d'achat à la hauteur de ses aspirations.

AUTRES ACTIVITÉS

LVMH fédère autour de ce pôle d'activités des Maisons qui, toutes, partagent une quête d'excellence, une passion pour la culture et l'art de vivre et un sens du service d'exception.

EFFECTIF PAR ACTIVITÉ
(en %)



son attachement aux valeurs universelles en adhérant au Pacte mondial des Nations Unies, reflétant ainsi son implication en matière de responsabilité sociale de l'entreprise. Il s'engage à aligner sa stratégie et ses opérations sur les dix principes du Pacte, relatifs aux droits de l'homme, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

LVMH soutient également la Déclaration universelle des droits de l'homme, les Principes directeurs de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), les conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail, les principes d'autonomisation des femmes et les standards des Nations Unies en matière de lutte contre les discriminations envers la communauté LGBTI ainsi que la Charte de la diversité. La stratégie de responsabilité sociale du Groupe contribue également à l'atteinte des 17 objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies.

LES 4 PILIERS DE LA RSE

À l'écoute des enjeux sociaux et sociétaux (voir p. 76), LVMH a construit et déploie avec l'aide de ses Maisons, une politique de responsabilité sociale qui lui permet de faire vivre ses valeurs et sa conviction première : les femmes et les hommes font toute la différence.

Des axes communs à toutes les Maisons précisent leur cadre d'action global tout en leur laissant la possibilité d'identifier d'autres enjeux spécifiques à leurs métiers et leur environnement, et d'adapter leurs propres plans d'action.

Ces quatre axes prioritaires sont :
- respecter la singularité de nos collaborateurs ;
- transmettre et développer les savoir-faire ;
- accompagner nos collaborateurs en agissant pour leur sécurité et leur bien-être ;
- s'engager auprès des territoires et des communautés.

Par ailleurs, les Maisons répondent par leur patrimoine et leur action en matière de responsabilité sociale, à la quête de sens des clients.

2019

Signature des normes mondiales de conduite des Nations Unies contre la discrimination à l'égard des personnes LGBTI

Signature en France du Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique

Charte #stOpE contre le sexisme

Participation à la *task force* sur l'égalité femmes-hommes lancée par le forum économique mondial de Davos

2018

2017

Charte sur les relations de travail et le bien-être des mannequins

Révision :
Code de Conduite LVMH
Code de Conduite Fournisseurs

Objectifs du développement durable des Nations Unies (ODD)

2015

2013

Signature de la charte des Nations Unies *Women's Empowerment Principles*

L'activité Montres & Joaillerie devient membre du *Responsible Jewellery Council (RJC)*

Déclaration d'engagement « Davantage de femmes dans les CA, une promesse pour l'Europe »

2011

2009

Code de Conduite LVMH

Code de Conduite Recrutement

Charte de l'insertion professionnelle des personnes handicapées

Code de Conduite Fournisseurs

2008

2007

Objectifs du millénaire

Charte de la diversité

Charte d'engagement des entreprises au service de l'égalité des chances dans l'éducation

2006

2005

Charte de l'apprentissage

Pacte mondial des Nations Unies

2003

RESPECTER

la singularité de nos collaborateurs

73 %
de femmes dans les effectifs totaux du Groupe

44 %
des postes clés du Groupe occupés par des femmes

31,7 %
de salariés de moins de 30 ans

13,4 %
de salariés âgés de 50 ans et plus

1,0 %
de salariés en situation de handicap (4,5 % en France, addition du taux d'emploi direct et indirect)

41 Maisons
ont signé les normes mondiales de conduite des Nations Unies contre la discrimination à l'égard des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres et intersexes (LGBTI)

+ 6 %
d'achats auprès du secteur protégé et adapté en France

TRANSMETTRE

et développer les savoir-faire

57,5 %
de salariés bénéficiaires d'une formation

41 287
recrutements en CDI (soit + 1,6 %)

6 968
emplois créés en CDI

1 500
jeunes en contrats d'apprentissage ou de professionnalisation à fin 2019 en France dont 230 apprentis formés au sein de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH

Chiffres au 31 décembre 2019.

ACCOMPAGNER

nos collaborateurs en agissant pour leur sécurité et leur bien-être

16 %
de l'effectif concerné par des horaires variables ou aménagés

+ 2,6 %
de salariés formés à la sécurité

5,2 %
de taux d'absentéisme

180
accords d'entreprise en France (soit + 68,2 %)

S'ENGAGER

auprès des territoires et communautés

6 433
chercheurs d'emploi aidés et accompagnés dans leurs parcours (2 200 salariés impliqués)

3 783
femmes accompagnées au titre du programme d'autonomisation du Groupe (1 541 salariés engagés)

6 242
salariés engagés dans les actions d'accompagnement des personnes fragilisées ou en grande détresse

140 M€
investis en R&D (soit + 7,7 %)

PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ
ET GARANTIR L'INCLUSION PROFESSIONNELLE

ŒUVRER POUR L'ÉGALITÉ ET LE DÉVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL DES FEMMES

SOUTENIR L'EMPLOI DES PERSONNES EN
SITUATION DE HANDICAP

FAIRE DES SENIORS LES PILIERS
DE LA TRANSMISSION

R E S P E C T E R

L A S I N G U L A R I T É D E
N O S C O L L A B O R A T E U R S

PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET GARANTIR L'INCLUSION PROFESSIONNELLE

LA PRÉVENTION DES DISCRIMINATIONS ET LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ SONT ANCRÉES DANS LA CULTURE DU GROUPE. C'EST POURQUOI LVMH ET SES MAISONS METTENT EN PLACE DES ACTIONS EN FAVEUR DE L'INCLUSION PROFESSIONNELLE DE TOUS.

Le groupe LVMH est attaché à construire une organisation inclusive, respectueuse de la singularité de chaque collaborateur et de chaque candidat. Socle d'éthique commun du Groupe et de ses Maisons, le Code de Conduite LVMH guide l'action de chacun et inclut notamment la lutte contre toute forme de discrimination liée au sexe, à l'origine ou à l'orientation sexuelle. Il structure l'ensemble des engagements et pratiques du Groupe en matière de recrutement.

UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Depuis 2011, un accent particulier est mis sur la prévention de toute forme de discrimination et sur la promotion de la diversité. Ainsi, en mars 2019 à Paris, puis en juin à New York, des membres du Comité Exécutif et des Présidents de Maisons se sont retrouvés pour signer les normes mondiales de conduite des Nations Unies contre la discrimination à l'égard des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres, et intersexes (LGBTI). De nombreuses initiatives existent au sein des Maisons telles que le partenariat de Make Up For Ever avec l'Institut Hetrick Martin en 2018 ou « Rock your Rainbow » lancée par Sephora.

UN PROCESSUS D'INCLUSION SANS CESSE CONSOLIDÉ

Le Groupe forme spécifiquement ses collaborateurs à la prévention des discriminations, et notamment ses recruteurs à travers une session de formation obligatoire. En 2019, 3 442 managers, maillons essentiels dans la diffusion des valeurs du Groupe, ont complété leur formation aux enjeux de la non-discrimination.

Depuis 2008, le Groupe fait réaliser par un cabinet indépendant des tests de discrimination sur ses offres d'emploi publiées, afin de mettre en place des mesures adéquates le cas échéant. Les campagnes sont déployées sur de longues périodes, à intervalles réguliers, et à l'échelle mondiale depuis 2014. En 2019, une première enquête sur le risque discriminatoire dans les processus de recrutement a également été menée. Les résultats sont présentés aux directeurs des ressources humaines du Groupe et des Maisons, et des mesures adéquates sont mises en place le cas échéant.

Fin 2019, LVMH a lancé un programme de formation à l'attention des dirigeants du Groupe, pour lutter contre les préjugés et les sensibiliser à l'inclusion des personnes LGBTI. Un programme mondial axé sur la thématique des Biais Décisionnels et du Leadership Inclusif a ainsi vu le jour, ouvert à tous les collaborateurs. À ce titre, Moët Hennessy Diageo a organisé en 2019 une conférence sur les stéréotypes.

En 2019, le Groupe a créé une direction Diversité et Inclusion. En outre, dans le cadre de la prévention des risques psychosociaux, des référents contre le harcèlement ont été mis en place au sein des Maisons françaises, conformément à la loi dite « avenir professionnel » du 5 septembre 2018.

« LVMH s'engage à ce que chacun de ses collaborateurs puisse jouir de ses droits sans distinction de couleur de peau, de sexe, de religion, de convictions politiques, d'origine nationale ou sociale, d'âge, de handicap, d'orientation sexuelle ou d'identité de genre. »

CODE DE CONDUITE LVMH

INCLUSION INDEX : LES MEILLEURES INITIATIVES RÉCOMPENSÉES

À l'occasion de la journée de célébration des droits des femmes chez LVMH, plusieurs initiatives, identifiées grâce à l'Inclusion Index, ont été récompensées en présence de Chantal Gaemperle : Christian Dior Couture avec *Women@Dior* USA, LVMH Italy / Loro Piana avec « EllesVMH On Tour », LVMH Japon avec « Family Concierge Service », LVMH avec SHERO et « Une Journée pour Soi », Sephora Pologne avec « Fur Tech Future Program » et enfin Hennessy pour son programme « Vignobles au féminin ».

L'Inclusion Index a pour but de stimuler la diversité dans le Groupe en valorisant, mesurant, célébrant année après année les initiatives des Maisons dans ce domaine. En 2019, 135 initiatives favorisant l'égalité femmes-hommes ont été recensées, soit 85 % de plus que l'année précédente. 18 000 collaborateurs ont été impliqués, partout dans le monde et dans tous les secteurs d'activité. Pour mémoire, l'année précédente, les primés étaient déjà Hennessy avec « Vignobles au féminin », Christian Dior Couture avec *Women@Dior*, Loro Piana avec « EllesVMH on Stage ». Montaient également sur le podium : Fashion Group UK avec « Maternity Mentoring », Benefit Cosmetics pour « Bold is Beautiful », Sephora pour *Classes for Confidence* et Starboard Cruise Services pour son atelier à l'occasion de cette journée.

En 2019, l'Inclusion Index s'était élargi aux initiatives en faveur de l'inclusion des personnes LGBTI. Dans ce domaine, 20 initiatives ont été recensées, mobilisant plus de 12 600 collaborateurs.

DÉFILÉ CROISIÈRE 2020 : DIOR MET LA MODE AFRICAINE À L'HONNEUR

Marrakech a accueilli en mai 2019 le défilé Croisière 2020 de la Maison Dior, inspirée par la richesse des cultures africaines. Des experts, comme Uniwax, l'une des dernières usines à fabriquer ce textile riche de complexité en Afrique (Abidjan, Côte d'Ivoire), ont contribué à intégrer les codes Dior dans la trame du tissu. Grace Wales Bonner, gagnante du LVMH Prize 2016, et Mickalene Thomas, artiste afro-américaine, ont apporté leur regard à cette collection-hommage à la diversité. Le styliste africain Pathé Ouédraogo, dit Pathé'O, a dessiné en exclusivité pour le défilé une chemise en hommage à Nelson Mandela.

UNE VISION DE LA BEAUTÉ INCLUSIVE

Avec une gamme de nuances conçues dès l'origine pour toutes les carnations et tous les styles, Fenty Beauty redéfinit les règles du maquillage. Lancée par Rihanna en partenariat avec le Groupe KENDO, la marque distribuée chez Sephora a été développée avec la volonté forte de n'exclure aucune femme ni aucun homme.

ŒUVRER POUR L'ÉGALITÉ ET LE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNELS DES FEMMES

FORT D'UN EFFECTIF AUX TROIS QUARTS FÉMININ, LE GROUPE ACCORDE UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À L'ÉGALITÉ ET AU DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNELS DES FEMMES.

LVMH met en place des dispositifs d'accompagnement des carrières et de détection des potentiels afin que la forte représentation des femmes dans les effectifs totaux du Groupe, (73 % des postes en CDI) se confirme à tous les niveaux hiérarchiques. Il s'agit là d'une ambition essentielle. Ainsi, en 2019, à l'échelle du Groupe, 65 % des postes de cadre et 44 % des postes clés sont occupés par des femmes et 13 entités ont à leur tête une Présidente.

ACCOMPAGNER LES TALENTS FÉMININS

S'agissant des postes clés, LVMH s'est fixé un objectif de parité. Pour l'atteindre, le Groupe déploie chaque année un programme de coaching pour ses talents féminins les plus prometteurs. Parmi les meilleures pratiques, on peut souligner que 58 % des managers de Louis Vuitton au Japon sont des femmes. Sephora a également quasiment atteint la parité. Enfin, situation particulièrement emblématique, tandis que Guerlain est présidée par une femme depuis le 4 novembre 2019, la part des femmes au sein de son Comité Exécutif représente 50 %.

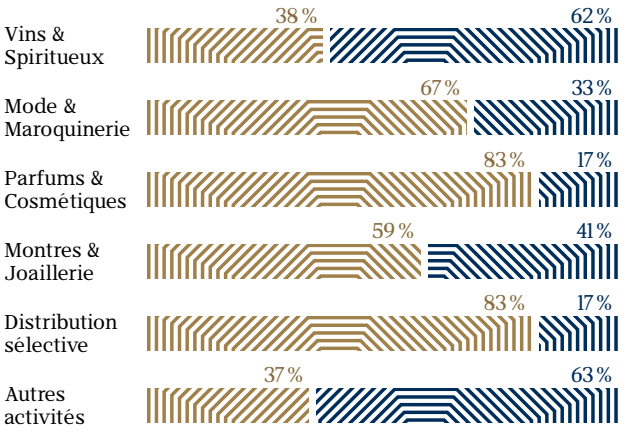
En matière de rémunération, des outils propres à chaque entité sont mis en place afin de repérer et réduire d'éventuels écarts de salaire entre les femmes et les hommes pour une même classification professionnelle. À titre d'exemple, Hennessy, Moët Hennessy Diageo et le groupe Les Echos - Le Parisien se sont dotés d'un budget spécifique permettant chaque année de combler certains écarts qui traduiraient une situation potentiellement discriminatoire liée au sexe.

En parallèle, LVMH a mis en œuvre « l'Index de l'égalité femmes-hommes », composé de cinq indicateurs qui mesurent les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, les écarts des augmentations, les écarts de répartition des promotions, le pourcentage de salariées augmentées après la maternité, ainsi que la parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations. En 2019, les entreprises de plus de 1 000 salariés du groupe LVMH en France ont calculé leur index d'égalité professionnelle. Consolidé au niveau du Groupe, cet index s'élève à 90/100.

DES PROGRAMMES À L'ÉCHELLE MONDIALE

Lancé en 2007, le programme EllesVMH est devenu un véritable emblème. EllesVMH fédère les initiatives et crée du lien entre des femmes de générations, de Maisons et d'horizons différents, contribuant ainsi à leur évolution au sein du Groupe. Le programme se déploie également au travers du dispositif EllesVMH Coaching.
En mars 2019, plusieurs projets ont été dévoilés lors de l'événement organisé pour célébrer la Journée Internationale des Droits des Femmes : SHERO, une plateforme digitale interne pour renforcer la parité au sein du Groupe, ou encore l'Inclusion Index, un observatoire interne destiné à promouvoir et à développer la diversité et l'inclusion.

—
RÉPARTITION FEMMES-HOMMES PAR ACTIVITÉ



PROGRESSION DES FEMMES DANS LES POSTES DE CADRES ET POSTES CLÉS

41
Maisons engagées à respecter les principes d'autonomisation des femmes de l'ONU

90 sur 100
Résultat de l'index de l'égalité femmes-hommes en 2019

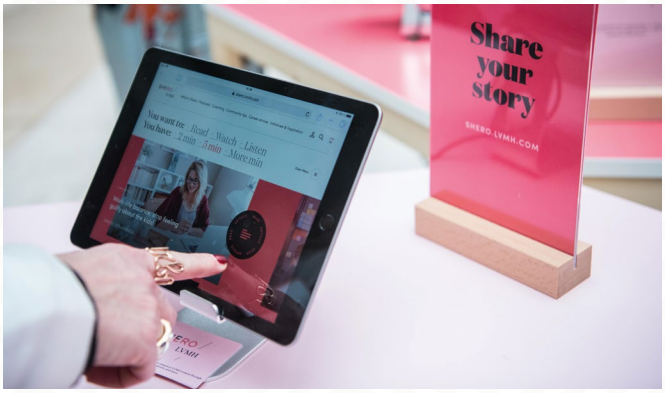
73 %
de femmes dans les effectifs totaux du Groupe

65 %
des postes de cadre sont occupés par des femmes (contre 59 % en 2007)

44 %
des postes clés sont occupés par des femmes (contre 23 % en 2007)

EN AVANT TOUTES AVEC ELLESVMH ACCELERATOR DAY

Les membres du Comité Exécutif et plus de 300 collaborateurs du Groupe se sont réunis le 13 mars 2019 au siège de LVMH, à Paris. L'occasion de faire le bilan des initiatives menées en faveur de l'objectif de parité et d'échanger autour de la thématique « Celebrate and Empower LVMH Women » lors de discussions guidées par des leaders inspirants. Des célébrations ont également eu lieu dans les différentes régions du monde, réunissant plus de 2 000 personnes.



SHERO, LA COLLABORATION AU FÉMININ

Dévoilée à l'occasion de l'événement EllesVMH organisé pour célébrer la Journée Internationale des Droits des Femmes, SHERO est une plateforme digitale interne dont la vocation est de favoriser la parité et l'inclusion au sein du Groupe.

SOUTENIR L'EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

SOUS L'IMPULSION DE LA MISSION HANDICAP DU GROUPE, LES ENGAGEMENTS EN FAVEUR DES COLLABORATEURS EN SITUATION DE HANDICAP SE CONCRÉTISENT DANS LE RECRUTEMENT, LE MAINTIEN DANS L'EMPLOI ET LE RECOURS AU SECTEUR PROTÉGÉ ET ADAPTÉ.

Depuis 2007, la Mission Handicap diffuse dans tout le Groupe l'ambition de LVMH dans le domaine de l'insertion sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap. En s'appuyant sur un réseau de 40 correspondants handicap en Maisons, elle pilote la démarche du Groupe à travers la sensibilisation des équipes, la promotion du recrutement et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. Le sujet est abordé dans les formations obligatoires à la prévention des discriminations et fait partie des campagnes de tests de discrimination.

Les Maisons LVMH garantissent à leurs collaborateurs déclarant une situation de handicap le maintien dans l'emploi. Il peut s'agir d'aménager leur poste de travail ou de les accompagner vers un changement d'activité. De multiples actions ont été valorisées par les Maisons dans le cadre de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH) organisée du 18 au 24 novembre 2019 : passage à temps partiel thérapeutique (Berluti), encouragement du télétravail ou aménagement de postes (Parfums Christian Dior) ou sensibilisation des managers au recrutement (Chaumet).

LE RECRUTEMENT ET LE MAINTIEN DANS L'EMPLOI

Les Maisons ont à cœur de recruter tous les talents, qu'ils soient valides comme en situation de handicap.

Sur la période 2010-2019, la part des salariés en situation de handicap au sein de l'effectif total est passée en France de 3,6 % à 4,5* % (soit + 25 %) en normes officielles AGEFIPH (addition du taux d'emploi direct et indirect). À l'international, le Groupe s'est assigné un objectif cible de 2 %.

LE SOUTIEN AU SECTEUR PROTÉGÉ ET ADAPTÉ

Les Maisons développent leurs relations avec le secteur protégé et adapté. Ce secteur permet à une personne connaissant une situation de handicap lourd, définitive ou passagère, d'exercer une activité dans un milieu adapté. De fait, comme l'année précédente, le volume de prestations confiées à ce secteur a connu une hausse en 2019 (+ 6 %).
La plupart des Maisons du Groupe en France (Hennessy, Moët Hennessy Diageo, Celine, Louis Vuitton, Guerlain,

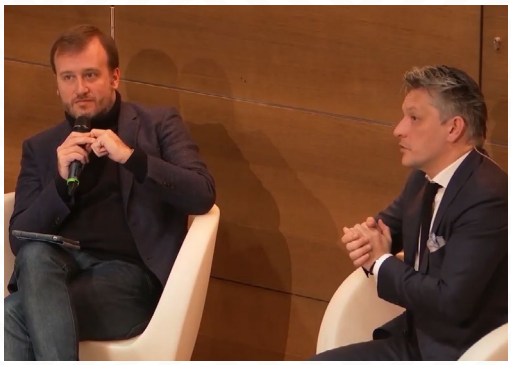
LIRE LA SUITE P. 34

4,5* %
est le taux d'emploi de personnes en situation de handicap en France en normes officielles (addition des taux d'emploi direct et indirect). Il est de 1 % dans le monde.

100 %
de travailleurs en situation de handicap au sein de MHEA, l'entreprise adaptée créée en 2011 par Moët & Chandon et qui accueille des collaborateurs touchés par le handicap, tout en conservant leurs conditions de rémunération.

8,8 M€
de prestations confiées au secteur protégé et adapté (soit + 6 % par rapport à 2018). Le volume d'achats représente 440 emplois en équivalent temps plein (ETP).

En mai 2019, à l'initiative de LVMH et du pôle événementiel du groupe Les Echos - Le Parisien, la quatrième édition du Salon Handicap Emploi et Achats Responsables a accueilli près de 4 500 visiteurs et plus de 150 ESAT / EA de tous les secteurs d'activité. Afin de sensibiliser et former les participants, plus de 70 conférences et ateliers étaient proposés. La prochaine édition de ce salon créé en 2012 par LVMH et déployé avec ses partenaires Les Echos - Le Parisien, Société Générale et EY, sera baptisée « Inclusiv'Day ».



LE HANDICAP COMME VECTEUR D'INNOVATION

Un Digital Blender a été organisé en novembre par Hennessy sur le thème « le handicap, vecteur d'innovations », qui a réuni sur scène Hugo Horiot, auteur du livre « Autisme : j'accuse » ; Ismaël Guilliorit, fondateur de l'association Vagdespoir et Sandrine Dhellemmes, membre consultatif de EuCIE (European Confederation of Inclusive Enterprises). Ces conférences ont été un grand moment de partage et un catalyseur pour changer le regard sur l'emploi des personnes en situation de handicap et sur l'autisme.

LORO PIANA & JOBMETOO PARTENAIRES POUR L'EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Loro Piana a poursuivi son partenariat avec la plateforme Jobmetoo, agence italienne spécialisée dans l'employabilité en situation de handicap et qui aide la Maison à sélectionner des candidats qualifiés pour les postes vacants.

UN MANIFESTE HISTORIQUE

Le 13 novembre 2019, une centaine d'entreprises étaient réunies au siège du groupe Les Echos - Le Parisien pour la signature d'un manifeste visant à assurer une meilleure inclusion des personnes en situation de handicap dans les entreprises.

Make Up For Ever, Parfums Christian Dior, Chaumet, Fred ou encore le groupe Les Echos - Le Parisien) ont développé des initiatives dédiées : achat de prestations, plateforme de relation directe entre les établissements et services d'aide par le travail / entreprises adaptées (ESAT / EA) et les équipes achats ou collaborations et challenges innovants dans de multiples catégories d'achats et sous-traitance.

À l'international, Bvlgari identifie toutes les opportunités de collaboration en puisant au sein de l'annuaire LVMH, parmi les 42 coopératives sociales répertoriées relevant du secteur protégé, toutes les pistes de collaboration possibles en matière de *Facility Management*, de *Communication marketing*, de travail manuel ou de restauration.

DE MULTIPLES PARTENARIATS

En 2008, LVMH a cofondé l'association Arpejeh (« Accompagner la Réalisation des Projets d'Études de Jeunes Élèves et Étudiants Handicapés ») et siège à son conseil d'administration depuis 2012. Cette structure rassemble plus de 80 entreprises autour de la formation des plus jeunes handicapés. Certaines Maisons du Groupe telles que Berluti, Christian Dior Couture ou Louis Vuitton sont partenaires. Les collaborateurs s'y impliquent et, en 2019, 31 d'entre eux ont participé à l'Atelier de Découvertes des Métiers d'Île-de-France qui a accueilli 384 jeunes, afin de les informer dans leur recherche d'orientation. Vingt-et-un jeunes ont été préparés aux entretiens de recrutement lors d'ateliers de préparation professionnelle.

Avec l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH, le Groupe est partenaire de « HANDIPASS », agence spécialisée de Pôle Emploi dans le cadre de différents *job dating* et forums. LVMH collabore avec Réseau Cap Emploi réunissant des organismes de placement spécialisés (OPS) exerçant une mission de service public en charge de la préparation, de l'accompagnement, du suivi durable et du maintien dans l'emploi des personnes handicapées, et à ce titre du « SAMETH » (Service d'Aide au Maintien dans l'Emploi des Travailleurs Handicapés). Enfin, il est partenaire du cabinet « TH Conseil » spécialisé dans la prise en compte du handicap au travail, notamment le groupe de travail « Cercle des Équitables » dans le cadre de réflexions sur la thématique de la qualité de vie au travail.

DES PROGRAMMES FÉDÉRATEURS

À l'automne 2018, LVMH a lancé avec l'Agefiph la troisième promotion d'EXCELLhanCE également développée en partenariat avec Pôle Emploi. Lancé en 2014, ce dispositif permet à des personnes en situation de handicap d'obtenir à la fois un diplôme, une expérience significative dans les Maisons et sociétés du Groupe et d'acquérir des savoir-faire spécifiques à l'univers du luxe. Il s'appuie sur des formations en alternance d'une durée de 12 à 24 mois dans trois métiers : la vente, la logistique et la gestion des ressources humaines. La sélection des candidats est réalisée selon le processus Handi-Talents, qui permet une identification objective des aptitudes et des compétences de chacun par des mises en situation professionnelle.
Depuis son lancement, 50 personnes ont pu en bénéficier et 35 sont toujours en contrat de professionnalisation ou ont connu une issue positive en emploi ou en formation (dont 24 au sein du Groupe).

** Le chiffre figurant dans le Document d'enregistrement universel est une estimation à fin d'année 2019. Sur la base des données réelles consolidées en mars 2020, le taux est de 4,5 %.*

— JOURNÉE INTERNATIONALE DES PERSONNES HANDICAPÉES

Le 3 décembre 2019, à l'occasion de cette journée, le Groupe a sensibilisé ses Maisons à l'accessibilité, en valorisant notamment les initiatives suivantes :

La Fondation Louis Vuitton a été conçue pour accueillir tous les publics. L'entrée y est gratuite et prioritaire pour toute personne en situation de handicap et son accompagnateur.
Elle a également travaillé à rendre ses œuvres accessibles avec la mise en place de plans-reliefs tactiles et la formation de ses équipes de médiation à la réalisation de visites adaptées au public en situation de handicap.

La Maison de Champagne Mercier a choisi de former deux chargées d'accueil à la Langue des Signes Françaises.

Les Maisons Bvlgari, Fendi et Loro Piana en Italie soutiennent l'emploi des collaborateurs en situation de handicap en aménageant notamment leurs postes de travail.

Guerlain, au Canada, a inauguré début novembre un Spa accessible à tous.

FAIRE DES SENIORS LES PILIERS DE LA TRANSMISSION

LA TRANSMISSION DES SAVOIR-FAIRE, SOCLES DE LA CRÉATION DE VALEUR DU GROUPE, REPOSE SUR SES COLLABORATEURS SENIORS. LVMH DÉPLOIE DES POLITIQUES SPÉCIFIQUES POUR LES MAINTENIR EN ACTIVITÉ.

Pour LVMH, l'emploi des collaborateurs seniors est un enjeu déterminant qui doit être traité de façon différenciée selon les zones géographiques : en France, les seniors (50 ans et plus) représentent 22,5 % de l'effectif en 2019 contre 13,4 % à l'international. Cette situation s'explique par une forte représentation des jeunes dans la distribution sélective et par l'ancienneté et l'âge plus élevés des collaborateurs au sein des ateliers de production.

DES SENIORS EN ACTIVITÉ

La Direction des Ressources Humaines du Groupe encourage une approche globale de gestion et de développement des collaborateurs seniors. Parallèlement, les Maisons ont engagé des actions spécifiques pour sensibiliser les managers au recrutement des seniors (Louis Vuitton dans son centre de distribution de Cergy), la prolongation de la durée de l'emploi pour les seniors qui le souhaitent (Louis Vuitton en Asie par exemple), la formation de seniors aux nouveaux enjeux de la vente et de la digitalisation (Pink Shirtmaker) ou un dispositif de suivi de santé spécifique (TAG Heuer).

TUTORAT ET TRANSMISSION

Toutes les entités françaises du Groupe, quelle que soit leur taille, ont adopté un dispositif de type « contrat de génération » qui prévoit notamment le développement d'une véritable politique de tutorat, fondée sur la formation et la professionnalisation des tuteurs. En Italie, de la même façon, Fendi s'attache à recruter, en contrats à temps partiel et à court terme, des employés retraités hautement qualifiés susceptibles d'accompagner la transmission des savoir-faire artisanaux.

Christian Dior Couture a poursuivi également son engagement en 2019 en faveur des salariés âgés de plus de 59 ans, fondé sur l'aménagement de la fin de carrière, l'aménagement des postes et des horaires, un entretien de fin de carrière et un suivi médical particulier.

Parfums Christian Dior a reconduit en 2019 son accord visant à renforcer le recrutement de collaborateurs seniors, à améliorer leurs conditions de travail, ou encore à aménager des temps partiels de fin de carrière.

Dans son contrat de génération 2017-2020, Kenzo prévoit de maintenir une proportion de 5 % de collaborateurs seniors (âgés de 50 ans et plus) dans les recrutements annuels et de 15 % dans l'effectif total. Les collaborateurs seniors ayant au moins trois ans d'ancienneté bénéficient d'un dispositif technique et financier particulièrement favorable.

LES 4 PILIERS DE L'EMPLOI DES SENIORS

Recrutement : mise en œuvre de dispositifs de prévention des discriminations et de plans d'action spécifiques.

Transmission des savoir-faire : actions de tutorat assurées par les collaborateurs seniors auprès des jeunes recrutés et des personnels intérimaires.

Maintien dans l'emploi : développement des compétences, mesures concernant l'aménagement des fins de carrière, l'ergonomie des postes de travail ou la prévention de la pénibilité, en particulier pour les postes les plus exposés à des contraintes physiques ou psychiques.

Préparation à la retraite : organisation de séances d'information sur les dispositifs de retraite, suivies d'entretiens individuels avec les collaborateurs, systèmes progressifs pour ceux qui le souhaitent.

ASSURER LE FUTUR DE LA TRADITION
PAR LE RECRUTEMENT DE TALENTS

PÉRENNISER LES SAVOIR-FAIRE EN
FAVORISANT LEUR TRANSMISSION

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT
DES COLLABORATEURS
TOUT AU LONG DE LEUR CARRIÈRE

TRANSMETTRE

ET DÉVELOPPER
LES SAVOIR-FAIRE

ASSURER LE FUTUR DE LA TRADITION PAR LE RECRUTEMENT DE TALENTS

LE GROUPE LVMH CHERCHE EN PERMANENCE À ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS. EMPLOYEUR DE RÉFÉRENCE, IL ENTRETIENT DES RELATIONS ÉTROITES AVEC DE NOMBREUSES ÉCOLES ET UNIVERSITÉS.

Groupe au rayonnement international, innovant continuellement, LVMH propose des perspectives passionnantes et des possibilités d'évolution variées, à tous les niveaux de l'organisation. La sélection des candidats repose sur un réseau interne de 800 recruteurs.

Le digital est désormais incontournable pour toucher une population élargie de talents, optimiser leur expérience et garantir la diversité des profils recrutés. Depuis deux ans, le Groupe a ainsi développé sa présence sur les réseaux sociaux afin, notamment, de mieux décrire son écosystème aux candidats et futurs candidats. Plusieurs autres initiatives illustrent cette démarche : un partenariat avec le réseau LinkedIn portant sur l'approche et la recherche de profils, la digitalisation des CV lors des forums étudiants via l'application InMind ou le développement d'entretiens vidéo préenregistrés.

DES PARTENARIATS ACADÉMIQUES POUR IDENTIFIER LES FUTURS TALENTS

Afin de créer une passerelle entre la sphère académique et le monde professionnel, LVMH a lancé en 2016 le programme INSIDE LVMH, un parcours digital permettant aux étudiants des écoles partenaires et aux stagiaires des Maisons d'approfondir leur compréhension des métiers et des carrières au sein de l'industrie du luxe. Après deux éditions en Europe, le programme a été déployé en Chine en avril 2019.
LVMH continue de renforcer ses partenariats historiques avec des écoles et universités internationalement reconnues telles que l'ESSEC, HEC Paris, l'Institut Français de la Mode, Polytechnique ou CentraleSupelec en France, Central Saint Martins au Royaume-Uni (« LVMH & Central Saint Martins | Sustainability & Innovation in Luxury | Fostering Creativity »), l'université Bocconi en Italie. Avec Central Saint Martins, LVMH travaille à identifier des solutions disruptives pour accompagner le développement durable et l'innovation dans le secteur du luxe. En janvier 2019, la Chaire ESSEC LVMH a accueilli sa 29e promotion.

En 2019, LVMH a organisé près de 250 événements à travers le monde dans les écoles et universités permettant à ses collaborateurs d'aller à la rencontre des étudiants pour leur faire découvrir les Maisons et leurs métiers, et leur proposer des offres. Ainsi, les LVMH Days permettent-ils de faire découvrir l'univers du Groupe, par des rencontres et des conférences en présence de leaders inspirants. À titre d'exemple, Christian Dior Couture intervient régulièrement dans les masters de l'Institut Français de la Mode, Guerlain est résolument engagé dans le recrutement des jeunes grâce à un partenariat avec EMA SUP, le centre de formation des métiers retail mode et beauté.

L'attractivité du Groupe et de ses Maisons est ainsi le résultat d'un travail ambitieux mené avec les écoles et les universités pour sensibiliser les jeunes générations à son organisation et à la diversité de ses opportunités de carrière. Les 8 328 stagiaires et 1 628 jeunes diplômés qui ont rejoint les Maisons du Groupe en 2019 sont la preuve vivante de l'engagement de LVMH à faire grandir les jeunes talents.

6 968

créations nettes d'emplois, parmi les 41 287 recrutements en CDI (+ 1,6 % par rapport à 2018)

INSIDE LVMH a été lancé en Chine en mars 2019 via une campagne WeChat à laquelle près de 10 000 étudiants ont répondu. Cent vingt d'entre eux, issus des 20 universités chinoises les plus prestigieuses, ont été sélectionnés et invités à réfléchir sur l'expérience client. L'opération, comportant des visites de magasins des Maisons LVMH, s'est achevée le 12 avril 2019 à Shanghai, à l'occasion du « Discovery Day ». Au terme de la cérémonie de clôture, près de 100 d'entre eux se sont vu offrir un stage dans l'une des Maisons du Groupe.

1ER

du classement des employeurs préférés des étudiants en école de commerce et management selon le classement Universum rendu public en avril 2019.

"DESIGNING IN TURBULENT TIMES" : LVMH & CENTRAL SAINT MARTINS EXPOSENT

Du 14 septembre au 27 octobre 2019, « Maison/o », l'incubateur de LVMH et de Central Saint Martins, ayant vocation à faire du design un vecteur d'innovation responsable et durable a présenté l'exposition « Designing in Turbulent Times » à la Lethaby Gallery, lors du London Design Festival. Cette dernière a mis en avant les créations des étudiants sélectionnés pour l'édition 2019 du « Maison/o Green Trail », qui récompense chaque année les projets les plus inventifs des étudiants de Central Saint Martins en matière de développement durable.

PÉRENNISER LES SAVOIR-FAIRE EN FAVORISANT LEUR TRANSMISSION

LVMH EST ENGAGÉ DANS LA TRANSMISSION DES SAVOIR-FAIRE ET DANS LE SOUTIEN À LA CRÉATION, AVEC L'OBJECTIF DE PRÉSERVER L'ARTISANAT ET DE CONTRIBUER À L'ENRICHISSEMENT DU PATRIMOINE CULTUREL. LES ÉCOLES DU GROUPE ET DE SES MAISONS, L'APPRENTISSAGE ET L'ACCOMPAGNEMENT DES JEUNES CRÉATEURS SONT DES ÉLÉMENTS ESSENTIELS DE CET ENGAGEMENT.

La préservation des métiers de l'artisanat et de la création est fondamentale pour le Groupe. Elle garantit l'excellence d'exécution de ses Maisons et assure son rayonnement à travers le monde. C'est pourquoi LVMH accompagne sur le long terme l'ensemble des filières, en assurant le développement de ces savoir-faire ancestraux, patrimoine mondial de l'humanité qu'il a la responsabilité de préserver et de transmettre.

ASSURER LA TRANSMISSION EN INTERNE

Signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe développe fortement ce type de contrat pour permettre à des jeunes d'accéder plus facilement aux diplômes.

Afin d'assurer la transmission des savoir-faire dans les métiers de l'artisanat, de la création et de la vente, LVMH a fondé en 2014 l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH (IME), un programme de formation professionnelle à destination des jeunes générations, dont il développe ainsi l'employabilité. L'IME est aussi un pilier important de la politique du Groupe en matière d'apprentissage, désormais implanté en France, en Suisse, en Italie et en Espagne. Depuis sa création, 800 apprentis, dont 300 en 2019, ont bénéficié de ce dispositif.
Les formations en alternance, conçues en partenariat avec 21 écoles et universités prestigieuses proposent un cursus alliant enseignement technique et théorique au sein de ces établissements, et expérience pratique au sein des Maisons du Groupe, via des contrats de professionnalisation rémunérés. En 2019, l'IME a construit huit nouveaux programmes de formation pour répondre aux besoins en compétences spécifiques de ses 35 Maisons partenaires.

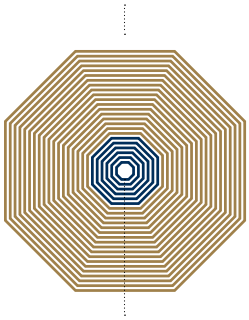
ACCOMPAGNER LES CRÉATEURS DE DEMAIN

Le groupe LVMH a renouvelé en 2019, pour la sixième année consécutive, le LVMH Prize for Young Fashion Designer, qui récompense chaque année un styliste talentueux, sélectionné par un jury composé de directeurs artistiques des Maisons du Groupe.

Depuis de nombreuses années déjà, animé par la passion créative, le groupe LVMH mène des actions de mécénat, comme le Prix de l'Association Nationale de Développement des Arts de la Mode (ANDAM), le Festival International de Mode et de Photographie de Hyères et Fonds d'Avance aux Jeunes Créateurs de Mode du ministère de la Culture et de la Communication.

—
CONTRATS D'APPRENTISSAGE
OU DE PROFESSIONNALISATION

1 500
jeunes en France soit
+ 4 % par rapport à 2018



plus de 300 apprentis et alternants
en Europe au sein de
l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH

ENTRE TERRE ET CIEL AVEC L'INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE LVMH

Tous les apprentis de l'IME Italie ont été réunis pour une Master Classe Globale autour de la Maison Bvlgari. Après avoir travaillé de longs mois sur un thème commun, ils ont pu exprimer les différentes techniques acquises dans leurs métiers respectifs et se sont tous retrouvés à Valenza pour découvrir les réalisations des autres promotions, parmi lesquelles une paire de souliers Roma, un « gioiello tra terra e cielo » (un joyau entre terre et ciel), par la promotion IME souliers femme à Politecnico Calzaturiero.

Pour chaque métier, l'IME organise des Master Classes complémentaires aux programmes des écoles partenaires, au cours desquelles les apprentis ont l'opportunité d'échanger avec des experts, des artisans et des créateurs du Groupe, de visiter des ateliers ou des magasins, de réaliser des voyages d'étude ou encore de mettre en œuvre leur savoir-faire en travaillant en équipe projet sur un thème pour la Master Classe Globale.

3E ÉDITION DE DIOR LADY ART

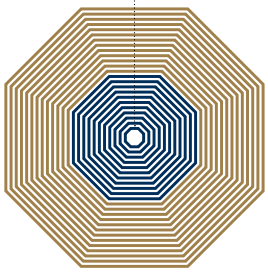
En janvier 2019, pour la troisième édition de Dior Lady Art, Maria Grazia Chiuri, Directrice artistique de la Maison, a souhaité inviter un panel d'artistes entièrement féminin et résolument hétéroclite. De générations différentes, ces femmes étaient originaires de Colombie, de Turquie, de Corée du Sud, de Chine, des États-Unis, de France et du Japon. La Maison Dior leur a donné carte blanche pour redessiner le sac Lady Dior, des tissus aux matières en passant par les couleurs et les grigris, révélant leur univers artistique singulier.

SABRINA VITALI SUBLIME SA RÉSIDENCE LVMH MÉTIERS D'ART

Artiste plasticienne française âgée de 33 ans, Sabrina Vitali a réalisé 37 œuvres dans le cadre de sa résidence artistique LVMH Métiers d'Art, qui s'est déroulée au premier semestre 2019 chez Renato Menegatti, partenaire de longue date du groupe LVMH. Cette manufacture, située à Villaverla en Vénétie est une référence dans l'usinage de pièces métalliques pour la maroquinerie et les Maisons de Mode. Comme lors des précédentes résidences, les œuvres créées par Sabrina Vitali font l'objet d'un ouvrage édité par RVB Books, et d'une exposition à la galerie Papillon. Pour la résidence 2020, l'artiste Raphaël Barontini collaborera avec les artisans de la tannerie Heng Long Leather à Singapour.

L'INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE LVMH EN CHIFFRES

800
apprentis IME depuis 2014
dont 300 apprentis en 2019
et 500 alumni



61 %
de taux de placement chez LVMH ou ses partenaires externes

74 %
de taux de placement dans les filières métiers ou poursuites d'études initiales

87 %
des apprentis ont reçu le Brevet d'Excellence de l'IME

97 %
de taux de réussite aux diplômes

35
Maisons du groupe LVMH partenaires

5
secteurs d'activité de LVMH représentés

28
formations dont 26 en alternance

21
écoles ou universités partenaires

STRUCTURE DE FORMATION DES MAISONS

Afin d'anticiper au mieux leurs besoins en recrutement et de faciliter la transmission des savoir-faire, certaines Maisons ont créé leur propre structure de formation permettant de répondre à des enjeux toujours plus complexes.

Chandon Argentina University (Maison Chandon).

Projet d'« **École des Savoirs** » à Épernay (Moët & Chandon / Ruinart).

École de vente de Moët Hennessy Asie-Pacifique.

Académie du savoir-faire de Berluti (créée en Italie à Ferrare en 2012).

École des savoir-faire de Christian Dior Couture (créée en 2013).

Académie Massoli de Fendi (créée en 2016 aux côtés de la Sartoria Massoli).

Centre de formation des artisans du cuir de Loewe près de Madrid (créé en 2013).

Académie de l'art des métiers de Loro Piana (créée en 2015).

École des savoir-faire maroquiniers de Louis Vuitton (créée en 2010) et mise en place en avril 2019 de l'**École des Savoir-Faire Rigides**, dédiée à la fabrication des malles.

Fabrique du Temps, manufacture horlogère de Louis Vuitton à Meyrin, près de Genève.

Académie de formation technique interne de Rossimoda.

Manufacture de haute horlogerie Bvlgari dans le Jura suisse (créée en 2016).

Bvlgari Academy dans la Bvlgari Manifattura Valenza.

École d'Horlogerie Hublot.

École d'Horlogerie LVMH (TAG Heuer, Zenith…).

École Boucicaut du Bon Marché (créée en 2016).

Université Sephora, institut de formation pour toutes les compétences dans le domaine de la beauté.

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS TOUT AU LONG DE LEUR CARRIÈRE

UN GROUPE D'ENVERGURE COMME LVMH SE DOIT DE PROMOUVOIR LA TRANSVERSALITÉ DES CONNAISSANCES ET D'ACCOMPAGNER LES ÉVOLUTIONS DE CARRIÈRE. CETTE DÉMARCHE REPOSE À LA FOIS SUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS, L'OFFRE D'OPPORTUNITÉS DE MOBILITÉ ET LA POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION.

LVMH propose à ses collaborateurs une offre diversifiée de formations, ainsi que des initiatives visant à renforcer sa culture d'innovation et d'excellence. Des programmes spécifiques existent pour accompagner la prise de fonctions managériales et l'évolution des talents féminins vers des postes clés.

UN EFFORT SOUTENU EN FAVEUR DE LA FORMATION

La holding du groupe LVMH a mis en place une feuille de route sur trois ans pour répondre toujours mieux aux besoins en compétences critiques et aux nouvelles manières d'apprendre. De nouveaux formats (ateliers, conférences, applications, etc.) et de nouveaux contenus (Intelligence collaborative, Curiosité & Imagination, etc.) voient le jour, pour stimuler l'envie d'apprendre, développer l'agilité et accompagner l'employabilité des équipes. Elle a notamment lancé le programme IMPACT pour renforcer les compétences reconnues comme critiques par le World Economic Forum, à savoir la connaissance de soi, l'intelligence collaborative, le leadership inclusif et l'agilité. Ce programme original qui alterne ateliers de groupe, coaching individuel et interventions de différents experts (coach, comédien, naturopathe, conférencier) s'étale sur une période de six mois.

À Londres, la LVMH House accompagne les dirigeants, les managers occupant des postes clés et les hauts potentiels dans leur développement. L'ouverture de deux nouvelles LVMH House à Tokyo puis à New York (après celle de Londres en 2000 et celle de Singapour) s'inscrit dans une valorisation constante de la diversité, au travers de programmes tels que EllesVMH Coaching, qui favorise le développement professionnel des femmes, ou encore via les programmes de Management et Leadership qui travaillent à la fois sur l'unicité des participants et sur l'intelligence collective des groupes apprenants ou des communautés.

Des dispositifs permettant d'intégrer, sensibiliser et coacher les nouveaux managers ont également été mis en place par les Maisons. Ils permettent notamment de renforcer les aptitudes au leadership et les compétences managériales des hauts potentiels (Louis Vuitton, Bvlgari, Fred, DFS) ou des cadres (Moët & Chandon / Ruinart, Givenchy, Chaumet).

Unique par sa taille et sa qualité, le réseau de distribution LVMH constitue un élément clé dans la relation et l'expérience client. Les actions de formation dans ce domaine sont conçues à une échelle globale, mais conduites sur le plan régional afin de répondre aux besoins des Maisons. La *brand education*, sujet innovant et en mutation rapide, fait l'objet d'un effort particulier : une communauté mondiale a été créée, regroupant les responsables de cette activité dans les Maisons pour partager les meilleures pratiques.

Les Maisons développent par ailleurs leurs propres opportunités d'acculturation et de formation au digital, notamment Acqua di Parma, Givenchy avec son Givenchy Life dédié au retail, Christian Dior Couture avec son Dior Digital Day créé en 2018 et son My Digital Learning Tour ou Parfums Christian Dior avec son programme Digital#addict et sa Dior Digital Academy.

Des actions spécifiques visant à développer la culture digitale en lien avec les métiers respectifs de chaque Maison ont également continué d'être déployées, comme le manuel de

formation « Shape the future » de Parfums Christian Dior, les journées numériques de Sephora, le projet ILLVMINA de Bvlgari sur l'auto-évaluation et la mise à niveau continue des enjeux numériques ou encore les ateliers sur le thème du digital organisés avec Google, LinkedIn et Facebook pour les salariés du siège de LVMH Fragrance Brands en France.

DES ACTIONS POUR L'INNOVATION ET LE CHANGEMENT

Le groupe LVMH mise sur ses talents pour stimuler l'innovation et viser l'excellence. Lancée en 2017, l'initiative mondiale DARE (Disrupt Act Risk to be an Entrepreneur) se situe à la croisée de l'open innovation et du développement des talents. Elle offre aux collaborateurs de LVMH, quelle que soit leur fonction, la possibilité d'exprimer leur vision de l'innovation et de la transformer en projets concrets.

Depuis son lancement, sept éditions de DARE se sont tenues dans différents pays (France, Italie, Chine, États-Unis, Royaume-Uni et Japon) sur différentes thématiques (le futur du luxe, le développement durable, l'égalité professionnelle femme-homme, l'expérience client). Les Acceleration Days permettent d'accélérer le développement de vingt projets identifiés lors des événements DARE.

La politique d'innovation du Groupe se poursuit dans les Maisons, qui déploient des actions spécifiques visant à encourager l'initiative et le changement.

Concernant la RSE, l'information et la sensibilisation des collaborateurs s'effectuent à travers les réseaux sociaux, le site Internet du Groupe et son intranet Voices. Chaque nouveau manager est systématiquement sensibilisé à la RSE et à son rôle dans sa mise en œuvre, à l'occasion du séminaire d'intégration et de la session d'intégration en

LIRE LA SUITE P. 46

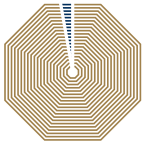
LA FORMATION EN 2019

138
millions d'euros investis en 2019, + 5,3 % par rapport à 2018

57,5 %
des collaborateurs formés

283 630
jours de formation

1,9
jour de formation en moyenne par salarié



2,1 %
de la masse salariale

930 €
par ETP

39 322
collaborateurs ont bénéficié d'un séminaire d'intégration
+ 0,12 % par rapport à 2018

49 095
personnes formées à la sécurité
+ 2,6 % par rapport à 2018

21 225
heures de formation consacrées à l'environnement
+ 5,1 % par rapport à 2018

LE RENDEZ-VOUS INTERNATIONAL DES PASSIONNÉS DE DATA SCIENCE

Organisé à Station F à Paris les 25 et 26 janvier 2019, avec le soutien du Groupe et de Maisons partenaires, le rendez-vous international des *Data Scientists*, les Kaggle Days, a été ponctués de temps forts : les figures de proue de la donnée de trois Maisons se sont exprimées. Christian Dior Couture, sur le thème de l'analyse des données client à partir de l'achat unique, Louis Vuitton sur le rôle de l'expertise humaine et de l'intelligence artificielle dans le secteur du luxe, et Sephora sur l'avantage concurrentiel de la personnalisation des remises. Les participants ont ensuite pu confronter leurs idées lors d'un hackathon inédit, auquel la Maison Louis Vuitton a pris part.

DU ROYAUME-UNI AU JAPON : INVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT DE DEMAIN

En 2019, le groupe LVMH a organisé pour la première fois des événements DARE (Disrupt, Act, Risk to be an Entrepreneur) en Grande-Bretagne et au Japon. Ces deux éditions, qui se sont respectivement tenues à Londres, début octobre 2019 et à Tokyo du 12 au 15 novembre 2019, étaient consacrées à l'invention de l'expérience client de demain. Dans les deux cas, 60 collaborateurs répartis en équipes ont présenté des projets innovants à un jury composé de dirigeants de LVMH et de ses Maisons, mais aussi d'entrepreneurs externes, qui a sélectionné trois d'entre eux afin de les accompagner au plus haut niveau de l'organisation.

ACCÉLERER L'INTRAPRENEURIAT

Les DARE Acceleration Days se sont tenus les 18 et 19 juin 2019. Deux jours articulés autour d'ateliers (networking, mentorat, master classes…) pour accélérer le développement de 20 projets identifiés lors des événements DARE.

ligne. Certaines formations et actions de sensibilisation des Maisons permettent d'approfondir les piliers de la stratégie RSE du Groupe au regard de leurs activités.

La plupart des Maisons se sont fortement mobilisées durant différents temps forts : la « Semaine de la sécurité des patients », la « Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées », la « Journée internationale de l'élimination de la violence à l'égard des femmes » ou encore la « Semaine du développement durable » du 30 mai au 5 juin 2019.

Depuis 2016, l'Académie de l'Environnement s'attache à sensibiliser, informer et former aux enjeux du développement durable. Par ailleurs, la quasi-totalité des Maisons ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total de 21 225 heures en 2019, soit une progression de + 5,1 % par rapport à l'année 2018.

LA MOBILITÉ, CLÉ DU DÉVELOPPEMENT

Les passerelles sont nombreuses au sein de l'écosystème LVMH, et les perspectives de carrières multiples et internationales sont au cœur de la gestion des ressources humaines. Qu'elle soit fonctionnelle et / ou géographique, la mobilité participe au développement des talents du Groupe, à l'enrichissement de leurs compétences et, le cas échéant, à l'élargissement de leurs responsabilités.

La revue annuelle des organisations et des talents est un outil essentiel pour la mobilité interne. Elle a pour but de détecter les talents internes et d'assurer la succession aux postes clés. En 2019, ce processus a été l'occasion pour 21 000 collaborateurs de s'entretenir avec leur manager, afin d'échanger sur leur performance et leurs aspirations. La formation des responsables des ressources humaines et des managers opérationnels dans toutes les régions du monde renforce le suivi individuel.

Enfin, les outils digitaux accessibles dans le monde entier sur l'intranet du Groupe facilitent la gestion des talents et rendent les collaborateurs plus autonomes dans le pilotage de leur carrière, notamment la plateformes MOVe, dédiée aux offres d'emploi, et LVMHtalent qui permet aux collaborateurs de partager avec la fonction ressources humaines les informations relatives à leurs parcours, et d'exprimer leurs souhaits en matière de mobilité ou de formation.

UNE RÉMUNÉRATION ATTRACTIVE

L'attractivité du groupe LVMH tient également à des niveaux de rémunération motivants. Des enquêtes internationales, prenant en compte les spécificités des métiers et des secteurs

—
LA RÉMUNÉRATION
EN 2019

8 488 M€

frais de personnel au niveau mondial avec une progression de : + 11,9 % en 2019 contre + 1,8 % en 2018

+ 0,6 %

progression sur an de la proportion des effectifs en France gagnant plus de 2 251 € par mois.

d'activité, sont réalisées annuellement afin de s'assurer du bon positionnement des salaires par rapport au marché.

Les parties variables de la rémunération, indexées sur les résultats financiers de l'entité d'appartenance et sur la réalisation d'objectifs individuels, permettent une juste corrélation entre rétribution et performance. Des initiatives et outils propres à chaque entité existent afin de réduire d'éventuels écarts de salaire entre les femmes et les hommes pour une même classification professionnelle.
Toutes les entités françaises du Groupe de 50 collaborateurs et plus disposent d'un plan de participation, d'intéressement ou d'épargne. Ces plans ont représenté en 2019 une charge globale de 320 millions d'euros versée au titre de l'année 2018, en augmentation de + 13,6 %.

Pour renforcer le lien entre rémunération et engagement des collaborateurs dans le développement durable, certaines Maisons comme Veuve Clicquot, Krug et Parfums Christian Dior prennent également en compte des critères environnementaux comme la valorisation des déchets de marque, dans l'accord d'intéressement de leur Maison.

56 %
des postes de managers ouverts ont été pourvus par mobilité interne.

21 000
collaborateurs ont bénéficié d'un entretien individuel de performance et de carrière.

« Avec les DARE Acceleration Days, le Groupe renforce son engagement vis-à-vis de l'intrapreneuriat. Nous sommes fiers de voir tous ces talents, originaires du monde entier, continuer à travailler avec passion sur des projets auxquels ils croient. »

CHANTAL GAEMPERLE, DIRECTEUR RESSOURCES HUMAINES ET SYNERGIES GROUPE

VEILLER AU BIEN-ÊTRE
DES COLLABORATEURS

AGIR POUR LA SANTÉ ET
LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

FAVORISER
LES ÉCHANGES

ACCOMPAGNER

NOS COLLABORATEURS
EN AGISSANT POUR LEUR
SÉCURITÉ ET
LEUR BIEN-ÊTRE

VEILLER AU BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

LA MOTIVATION ET L'ÉQUILIBRE PERSONNEL DES COLLABORATEURS SONT AU CŒUR DE L'EXCELLENCE DES PRODUITS ET SERVICES PROPOSÉS PAR LES MAISONS DU GROUPE. C'EST POURQUOI CES DERNIÈRES ACCORDENT UNE ATTENTION SOUTENUE AU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL.

Le bien-être des collaborateurs nécessite d'agir sur tous les enjeux directement et indirectement liés à la santé et à la sécurité, comme de prendre en compte de multiples pratiques et contraintes dont la perception varie en fonction des métiers et des postes. À ce titre, les Maisons déploient des initiatives qui couvrent notamment l'aménagement du temps, l'espace de travail et la conciliation entre les vies professionnelle et personnelle.

LA PRÉVENTION DES RISQUES PSYCHOSOCIAUX

Parmi les facteurs de bien-être au travail, la prévention des risques psychosociaux mobilise toutes les Maisons du Groupe.

En France, dans le cadre de la loi dite « avenir professionnel » du 5 septembre 2018, toutes les Maisons ont nommé au sein de leurs Comités sociaux et économiques (CSE), un référent susceptible d'intervenir et de proposer des actions de prévention, ou correctives si nécessaire. Au Japon ou en Italie, où les entreprises doivent réaliser une évaluation du risque et une enquête de mesure du stress sur l'ensemble des lieux de travail au moins une fois par an, les Maisons ont mis en place des dispositifs similaires. Les Maisons Moët Hennessy Diageo, Christian Dior Couture, TAG Heuer, ou encore Zenith proposent une assistance téléphonique et des cellules d'accompagnement psychologique.

Chez Berluti ou Louis Vuitton par exemple, des questionnaires, protocoles et outils de mesure utilisés dans les démarches de prévention des risques psychosociaux ainsi que des groupes de travail dédiés ont été mis en place. Des formations, ateliers et conférences sur le stress au travail, souvent obligatoires, ont été développées. Ainsi, Hennessy a engagé un partenariat avec L'école Thermale du Stress de Saujon, Pink Shirtmaker a créé un « Atelier de la résilience » et Le Bon Marché a élaboré une formation « Gestion du stress et de l'insatisfaction ».

L'AMÉNAGEMENT DU TEMPS DE TRAVAIL

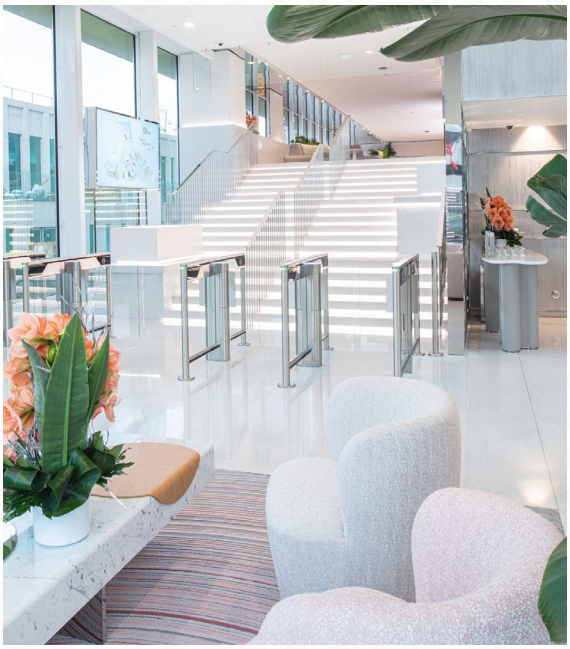
L'aménagement du temps de travail contribue à l'engagement des collaborateurs, en répondant à leurs attentes croissantes en termes d'équilibre physique et moral et de gestion de leurs responsabilités personnelles et familiales.

Concernant le télétravail et le travail à domicile, la plupart des Maisons en France ont élaboré dès 2019, ou prévoient leur mise en œuvre en 2020, différents cadres négociés (accord collectif, « Charte du télétravail », autre dispositif) : Moët & Chandon / Ruinart, Moët Hennessy Diageo, Berluti, Christian Dior Couture, Kenzo, Givenchy, Guerlain, Parfums Christian Dior, Chaumet, Hublot, Sephora, groupe Les Echos - Le Parisien, etc.

Des horaires de travail individualisés sont prévus pour les mères ayant des enfants en bas âge (Louis Vuitton au Japon), pour les seniors en fin de carrière (Berluti, ateliers Louis Vuitton, Chaumet, Le Bon Marché), pour les femmes enceintes (Chaumet) ou pour les métiers de la vente (Sephora).

S'agissant du travail du dimanche et en soirée, Louis Vuitton prend en charge les frais de garde liés, à hauteur d'un plafond actualisé chaque année. Des accords signés au sein de Parfums Christian Dior intègrent les principes du volontariat et de la réversibilité de décision des collaborateurs, ainsi que des mesures d'accompagnement telles que la majoration salariale et le repos compensateur, la compensation des frais de garde d'enfants, la prise en charge des frais de retour au domicile après 22 heures ainsi qu'une surveillance médicale

LIRE LA SUITE P. 52



En 2019, des projets de réorganisation de site ont pris en compte les attentes des collaborateurs. En France, le projet « Kosmo » de Parfums Christian Dior a permis de regrouper toutes les équipes sur un site unique à Neuilly-sur-Seine. Vingt-six ambassadeurs métiers ont participé au choix du mobilier et proposé des outils de communication et d'accompagnement au changement.

UN GUIDE DE LA PARENTALITÉ

En 2019, Moët & Chandon et Ruinart ont élaboré un « Guide de la parentalité » décrivant l'ensemble des droits de tout salarié devenant parent ainsi que les règles applicables au titre des accords d'entreprise.

ADOPTION D'UNE CHARTE SUR LE DROIT À LA DÉCONNEXION

En 2019, la plupart des Maisons en France, comme Givenchy, Chaumet et Le Bon Marché ont adopté une « Charte du droit à la déconnexion ». Sephora a diffusé en France auprès de ses collaborateurs un rapport et des recommandations sur la déconnexion. Ce droit à la déconnexion est reconnu comme un droit en tant que tel par les accords « qualité de vie au travail » négociés au sein de Guerlain et de Moët Hennessy Diageo. Marc Jacobs a inclus un chapitre « Déconnexion » dans son accord de temps de travail, signé en décembre.

SANS STRESS

Rimowa a organisé un hackathon afin de travailler collectivement sur les enjeux du stress au travail.

particulière pour les collaborateurs travaillant habituellement en soirée. Le 18 juin 2019, le groupe Les Echos - Le Parisien a adopté un accord égalité professionnelle et qualité de vie au travail qui porte notamment sur la prise en compte du travail de nuit.

LA CONCILIATION VIE PROFESSIONNELLE ET VIE PERSONNELLE

La notion d'équilibre entre travail et vie personnelle s'est durablement installée dans les objectifs des Maisons, afin de répondre aux enjeux de parentalité, de parcours professionnel des seniors et des personnes en situation de handicap ou encore des attentes des collaborateurs aidants familiaux.

Dans le cadre d'accords d'entreprise ou de chartes spécifiques (monoparentalité, télétravail, seniors, etc.), les Maisons mettent en place une gamme d'actions très diverses permettant de s'adapter à tous les types de situations rencontrées en matière de conciliation des temps, comme par exemple :

- extension des aides sociales en vigueur, à égalité entre les deux parents ;
- garde d'enfants en crèche ou à domicile ;
- télétravail permanent ou occasionnel ;
- aménagement du temps de travail et planification adaptée du travail ;
- préparation à la reprise d'activité, à temps partiel suite à des examens médicaux spécifiques, à un congé maladie, maternité, paternité ou à l'adoption d'un enfant ;
- accompagnement social, aide financière, administrative, scolaire ou juridique, services d'Action logement ;
- service Prof express en matière de téléassistance aux devoirs ;
- conciergerie d'entreprise ;
- résolution d'enjeux personnels susceptibles d'affecter la santé, la vie familiale ou la vie au travail ;
- ateliers sur la résilience et la gestion du temps.

Les Maisons du Groupe sont confrontées à des situations légales diverses concernant les droits des collaborateurs en matière de congés maternité, paternité et d'adoption. Elles s'efforcent d'aller au-delà des avantages réglementaires existants dans chaque pays, en proposant des dispositifs compensateurs : nombre de jours de congé supplémentaires, congé parental, autorisations d'absence en cas de maladie des enfants, aides diverses ou aménagement du temps de travail.

LE TAUX D'ABSENTÉISME EN 2019

5,2 %
contre 4,9 % en 2018

Absences maladie	Absences maternité	Absences rémunérées	Absences non rémunérées
2,6 %	1,7 %	0,4 %	0,5 %
contre 2,4 % en 2018	contre 1,5 % en 2018	contre 0,3 % en 2018	contre 0,4 % en 2018

AGIR POUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

LVMH S'ENGAGE POUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DE SES COLLABORATEURS, S'ASSURANT QUE L'ENSEMBLE DE SES ACTIVITÉS RESPECTE LES LÉGISLATIONS ET RÉGLEMENTATIONS EN VIGUEUR DANS TOUS LES PAYS AU SEIN DESQUELS IL OPÈRE. LE GROUPE INVESTIT POUR AMÉLIORER CONTINUELLEMENT LES CONDITIONS DE TRAVAIL EN TENANT COMPTE DES ENJEUX SPÉCIFIQUES À CHAQUE MÉTIER.

Si la santé et la sécurité font l'objet d'un programme global d'investissements, de certifications et de formations, les Maisons LVMH sont chacune responsables du déploiement des démarches visant à offrir les meilleures conditions de travail possibles. Le montant global des dépenses et investissements relatifs à l'hygiène et à la sécurité est de 38,4 millions d'euros en 2019.

UN ENJEU POUR TOUS

La sécurité est une préoccupation commune à l'ensemble des secteurs d'activité, mais nécessite des réponses spécifiques en fonction de leurs enjeux. Le Groupe sensibilise ses Maisons à l'importance de la santé et de la sécurité des collaborateurs. En juin 2019, la plupart d'entre elles ont participé à la 16e Semaine pour la qualité de vie au travail, dont le thème était cette année « Vous avez dit performance(s) ? ».

LE DÉVELOPPEMENT DES CERTIFICATIONS

Les Maisons sont engagées pour la santé et la sécurité de leurs collaborateurs, notamment via l'obtention des certifications OHSAS 18001 et ISO 45001 (voir p. 74), afin de réduire les risques et de créer des conditions de travail plus sûres.

L'ENJEU SPÉCIFIQUE DES CONDITIONS DE TRAVAIL DES MANNEQUINS

Sous l'impulsion d'Antoine Arnault, en 2017, LVMH a établi une Charte sur les relations de travail et le bien-être des mannequins, en concertation avec Kering et les professionnels du secteur. Les deux groupes se sont notamment engagés à ce que leurs Maisons excluent les tailles 32 de leurs castings, ne travaillent qu'avec des mannequins dont l'agence aura présenté un certificat médical de moins de six mois, mettent à la disposition des mannequins un psychologue ou un thérapeute et, plus généralement, traitent les mannequins avec respect et professionnalisme. En 2018, les magazines Elle et Version Femina l'ont signée à leur tour.

Dans la continuité de la Charte, le Groupe a lancé en février 2018 le site wecareformodels.com qui rappelle les engagements du Groupe (conditions de travail, bien-être et mesures relatives aux mannequins mineurs) et apporte aux mannequins des conseils d'experts (nutritionniste, psychologue, coach). Le 11 juillet 2019, les Assises de la Charte Mannequins ont permis de dresser un premier bilan très positif de l'application de cette charte.

LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL EN 2019

129,1 M€
investis en 2019 dans l'amélioration des conditions de travail, dont 38,4 M€ investis en hygiène et sécurité

49 095
personnes formées à la sécurité dans le monde, soit + 2,6 % par rapport à 2018

FAVORISER LES ÉCHANGES

LE DISPOSITIF DE REPRÉSENTATION SOCIALE DU GROUPE LVMH COMPREND PLUSIEURS NIVEAUX : LES COMITÉS D'ENTREPRISE DES MAISONS, LE COMITÉ DE GROUPE ET LE COMITÉ COMMUN DES SOCIÉTÉS EUROPÉENNES. CES INSTANCES PERMETTENT UN DIALOGUE CONTINU.

La représentation du personnel est au cœur du Code de Conduite LVMH, qui défend notamment la liberté d'association et reconnaît le droit de négociation collective. Le Code s'engage à ce que chacun des collaborateurs du Groupe puisse jouir de ses droits, notamment sans distinction de convictions politiques et d'affiliation syndicale.

Le Code de Conduite Fournisseurs étend ces engagements à tout l'écosystème du Groupe, notamment le principe de liberté syndicale : « nos fournisseurs reconnaissent et respectent le droit des travailleurs à négocier collectivement et à créer ou rejoindre les organisations syndicales de leur choix sans aucune sanction, discrimination ou harcèlement. »

Le dispositif de représentation sociale du groupe LVMH comprend trois niveaux :

- Les Comités d'Entreprises traitent de l'essentiel des aspects sociaux. Le dialogue avec les partenaires sociaux aboutit à des accords divers : égalité professionnelle femmes-hommes, compte épargne-temps, bien-être et qualité de vie au travail, contrats de génération, emploi des personnes en situation de handicap, accord d'intéressement triennal et primes de vacances, négociation annuelle obligatoire, enjeu de la surveillance vidéo sur les sites de travail, services d'aide à la personne, etc. En France, les sociétés du Groupe sont désormais dotées de Comités Sociaux et Économiques qui fusionnent, conformément aux ordonnances du 22 septembre 2017, les Délégués du personnel, le Comité d'Entreprise et le Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail ou remplace la Délégation Unique du Personnel lorsqu'elle existait.
- Le Comité de Groupe a été instauré en 1985. Cette instance ayant un périmètre France est composée actuellement de 30 membres et se réunit chaque année en session plénière. Les élus sont informés et dialoguent avec les Présidents de tous les secteurs d'activité du Groupe sur les orientations

LE DIALOGUE SOCIAL EN FRANCE EN 2019

180
accords d'entreprise soit une progression du nombre d'accords de 68,2 % par rapport à 2018

650
réunions de comité d'entreprise

367
réunions des délégués du personnel

1 599
réunions

253
réunions CHSCT

367
réunions « autres »

stratégiques, les enjeux économiques et financiers, l'évolution de l'emploi au sein du Groupe et les perspectives envisagées.
- Le Comité commun des sociétés européennes est une instance représentative du personnel composée de 28 membres issus des 22 pays européens où le Groupe est présent. Il se réunit annuellement en session plénière et traite des sujets transnationaux à l'échelle européenne.

LES DISPOSITIFS D'ÉCOUTE ET D'ALERTE

Les Maisons s'attachent à favoriser l'expression des collaborateurs et leurs échanges avec le management. Pour cela, elles peuvent recourir à des enquêtes de satisfaction ou mettre en place des dispositifs de remontée d'informations plus directe.

En complément des canaux de communication et d'alerte existants au sein des Maisons, qui disposent désormais de référents contre le harcèlement, LVMH a mis en place un dispositif d'alerte interne centralisé, disponible en une dizaine de langues. Il permet de recueillir et de traiter les signalements soumis par tout collaborateur concernant des atteintes ou risques d'atteintes sérieuses à la loi, au règlement, ainsi qu'aux dispositions du Code de Conduite LVMH ou à d'autres principes, lignes directrices et politiques internes.

26,5 M€

soit 1,6 % de la masse salariale, consacrée à des activités sociales et culturelles au bénéfice des salariés via les Comités Sociaux et Économiques en progression de + 7,2 % en 2019 par rapport à 2018

EXEMPLES DE DISPOSITIFS DE DIALOGUE ET D'ÉCOUTE

Mesure de la satisfaction des collaborateurs (exemple du **Sephora Voice Survey**).

Enquêtes annuelles d'opinion et d'engagement (exemple de **Chaumet Eng@ged Opinion Survey**) : leadership, culture, valeurs, qualité de vie au travail, développement de carrière, rénumérations et avantages sociaux, etc.

Charte Respect et bienveillance contribuant à accroître les échanges entre les équipes et la Direction.

Baromètre de l'épanouissement au travail permettant d'analyser les perceptions et les attentes (**Bloom at work** de Guerlain, **Enquête émotionnelle** chez Loewe).

Démarche **Agir ensemble** pour améliorer la résolution de problématiques rencontrées.

Analyse des départs et causes du **turn-over**.

Matinales RH et forum intranet pour la remontée des réclamations et des priorités.

Service d'écoute et de soutien psychologique en partenariat avec un prestataire externe. Mise en place d'un référent de confiance, neutre et externe à l'entreprise.

Portails d'information et d'échange.

Processus de dialogue et d'information sur le lieu de travail.

Dispositif spécifique d'alerte **Aware** de Guerlain.

Dispositifs de **Whistleblowing** complémentaires ou préexistants à la mise en place du système d'alerte interne déroulant du Code de Conduite LVMH.

Mise en place de **référents** « harcèlement » en France et dans certaines Maisons à l'international.

Enquêtes s'inscrivant dans le cadre de la gestion des conditions de travail : contrôle du stress et de la santé au Japon conformément à la réglementation, enquête psychosociale obligatoire en Espagne, évaluation annuelle de la comptabilité avec le poste de travail, etc.

Enquêtes et consultations intervenant dans le cadre de la réorganisation ou de la restructuration de sites et de lignes de travail.

S'IMPLIQUER SUR LES TERRITOIRES
OÙ LVMH EST IMPLANTÉ

CONTRIBUER À L'EMPLOI ET
AU DYNAMISME ÉCONOMIQUE

SOUTENIR L'INSERTION DES PERSONNES
ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

AIDER LES
POPULATIONS FRAGILISÉES

S'ENGAGER

AUPRÈS DES TERRITOIRES ET DES COMMUNAUTÉS

S'IMPLIQUER SUR LES TERRITOIRES OÙ LVMH EST IMPLANTÉ

EN 2019, LES MAISONS DU GROUPE LVMH ONT ENCORE DÉMONTRÉ, PARTOUT DANS LE MONDE, LE LIEN PARTICULIER QU'ELLES ENTRETIENNENT AVEC LES TERRITOIRES SUR LESQUELS ELLES SONT IMPLANTÉES, Y APPORTANT CROISSANCE, INNOVATION ET EMPLOI.

En tant que leader, LVMH a de grandes responsabilités auprès de tous les territoires où il est implanté. C'est pourquoi, dans tous les pays où il est présent, le Groupe entretient des relations étroites avec ses parties prenantes et s'attache, au niveau local, à contribuer au vivier d'emplois, à la conservation de savoir-faire uniques et à la naissance ou renaissance de vocations. LVMH participe également à l'attractivité économique et touristique des régions en y soutenant par ses commandes un réseau de petites et moyennes entreprises d'excellence et en y préservant ou développant un patrimoine culturel d'exception. Cette implication dans les territoires peut répondre à une demande de solidarité locale.

Ainsi, parmi les nombreuses initiatives, l'année 2019 a été marquée par l'inauguration de l'Atelier Louis Vuitton de Beaulieu-sur-Layon, entièrement réalisé par des entreprises des Pays de la Loire et pleinement intégré au paysage. À l'international, la Maison Louis Vuitton de Séoul a été inaugurée. Sa structure de verre ondoyant, imaginé par Frank Gehry évoque la forteresse de Hwaseong, édifice emblématique du patrimoine historique et culturel coréen, et fait écho à la Fondation Louis Vuitton. Laquelle fondation a placé l'année 2019 sous le signe de l'engagement artistique à travers l'évocation de deux grandes figures de la modernité au XX^e siècle : Samuel Courtauld et Charlotte Perriand. Cette programmation novatrice, croisant les disciplines et les époques, a attiré plus d'un million de visiteurs.

RESTAURATION DU PATRIMOINE HISTORIQUE

Pour le patrimoine français et mondial, l'année 2019 aura d'abord été marquée par l'incendie qui a ravagé au printemps Notre-Dame de Paris. LVMH, par la volonté de son Président, M. Bernard Arnault, y a répondu avec force en prenant part au plan de sauvetage du monument (voir p. 16), rendant ainsi irréversible le long processus qui conduira à sa renaissance.

LE NOUVEL ATELIER LOUIS VUITTON DE BEAULIEU-SUR-LAYON EN CHIFFRES

125
collaborateurs, dont 94 maroquiniers

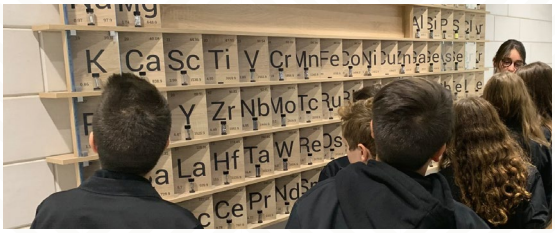
6 000
m² de surface

24
ateliers dans le monde pour la Maison Louis Vuitton, dont 16 en France

Vins & Spiritueux

UN 1ER GRAND CRU CLASSÉ ROSÉ

Situé à La Londe-les-Maures, face aux salins et aux îles de Porquerolles, Port-Cros et du Levant, le Château du Galoupet, grand Cru Classé des Côtes-de-Provence depuis 1955, rejoint le Groupe. Un vent tempéré, propice à l'élégance des vins et à la régularité des rendements, rafraîchit ce domaine référencé depuis la fin du XVIIe siècle.



Montres & Joaillerie

EN FINIR AVEC LES STÉRÉOTYPES DE GENRE

En Suisse, les Maisons Bvlgari, Hublot, TAG Heuer et Zenith agissent pour la mixité, en se mobilisant auprès des plus jeunes dans le cadre des journées éducatives « Oser tous les métiers » et « Futur en tous genres ».

Mode & Maroquinerie

UNE PRODIGIEUSE COLLABORATION

Louis Vuitton a inauguré une nouvelle boutique à Séoul, fruit d'une prodigieuse collaboration avec les architectes Frank Gehry et Peter Marino qui l'ont tous deux conçue comme une ode à la culture et à l'héritage sud-coréens.

Distribution sélective

DES COLLÉGIENS AU BON MARCHÉ

En 2019, Le Bon Marché a accueilli 51 élèves de 3e issus des collèges Pablo Picasso de Clichy-Sous-Bois et Jean Jaurès de Montfermeil. L'occasion, peut-être, de susciter des vocations.

Parfums & Cosmétiques

AUPRÈS DES APICULTEURS

Guerlain, en partenariat avec l'UNESCO, est engagé en faveur de la sauvegarde des abeilles dans le monde. La Maison aide également l'Association conservatoire de l'abeille noire bretonne de l'île d'Ouessant et l'Observatoire français d'apidologie.

Autres activités

L'ART DE RECEVOIR

L'arrivée de Belmond au sein du groupe LVMH concrétise la promesse de nouvelles expériences dans le domaine des voyages de luxe, par une collection de destinations uniques telles que les chutes d'Iguazú au Brésil, ou les collines de Fiesole, à Florence.

CONTRIBUER À L'EMPLOI ET AU DYNAMISME ÉCONOMIQUE

GRÂCE À LA CROISSANCE SOUTENUE DE SES MAISONS, LVMH CONCOURT AU DYNAMISME ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DES TERRITOIRES, SOIT DIRECTEMENT, À TRAVERS SES SITES, SOIT INDIRECTEMENT VIA SES FOURNISSEURS, SES PARTENAIRES ET SON SOUTIEN À L'ENTREPRENEURIAT.

En France et dans le monde, le Groupe et ses Maisons s'attachent à entretenir des relations durables avec les territoires dans lesquels ils sont implantés, comme avec tous les acteurs de leurs écosystèmes. Pour encourager le dynamisme économique le Groupe soutient également le développement de startups et l'entrepreneuriat au féminin.

STIMULER L'ÉCONOMIE LOCALE

Les 75 Maisons du groupe LVMH créent de nombreux emplois dans les régions où elles sont présentes. Implantées de longue date dans les provinces françaises, elles sont des acteurs importants de l'économie locale : Hennessy à Cognac, Moët & Chandon et Veuve Clicquot en Champagne, Louis Vuitton dans la Drôme, Guerlain à Chartres, Parfums Christian Dior à Saint-Jean-de-Braye, près d'Orléans. Elles entretiennent des relations étroites avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines de la culture, de l'éducation et de l'emploi. Sephora, dont les deux tiers de l'effectif travaillent en dehors de la région parisienne, mène régulièrement des actions en faveur de l'emploi local. Les fournisseurs du Groupe représentent un maillon essentiel de sa chaîne de valeur. C'est pourquoi, à l'aide de son Code de Conduite Fournisseurs, il les accompagne dans la mise en place des meilleures pratiques environnementales, sociales et sociétales. 1 589 audits (hors évaluations EcoVadis) ont ainsi été réalisés par les Maisons chez leurs fournisseurs, sur sept critères : travail des enfants, travail forcé, santé/sécurité, systèmes de gestion et éthique des affaires, salaires et avantages, droits des travailleurs et horaires de travail. Des plans d'action sont ensuite mis en place pour corriger les non-conformités le cas échéant. À titre d'exemple, Sephora USA et Europe ainsi que plusieurs autres Maisons du Groupe (Kenzo, Givenchy, TAG Heuer, etc.) ont réalisé en décembre 2019 une formation sur les aspects droits humains, santé, sécurité et environnement à Shenzhen auprès de 59 managers de sites fournisseurs locaux. En Chine toujours, où le Groupe est solidement implanté à travers un réseau de plus de 950 boutiques et plus de 24 000 collaborateurs, LVMH et 13 de ses Maisons ont participé pour la première fois à la China International Import Expo (CIIE). LVMH entretient des relations privilégiées avec la Chine. Le Groupe fut, en effet, parmi les premiers à s'y implanter, à y investir et à s'y développer. Hennessy y exporta ses premiers cognacs dès 1859 et la Maison Louis Vuitton s'est, quant à elle, installée à Pékin dès 1992. D'autres Maisons ont suivi depuis.

ENCOURAGER LES STARTUPS

Partenaire de premier rang, LVMH a participé en 2019, pour la quatrième année consécutive, au salon Viva Technology, rendez-vous international dédié à l'innovation. Plus de 100 000 visiteurs, originaires du monde entier, sont venus découvrir les dernières innovations de centaines de startups et grandes entreprises, dont LVMH et 24 de ses Maisons. À cette occasion, la startup 3D Look a reçu le LVMH Innovation Award. Elle bénéficiera d'un accompagnement personnalisé au sein de La Maison des Startups LVMH, incubateur du Groupe implanté à Station F et qui accueille chaque année 50 startups internationales.

ACCOMPAGNER L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

Depuis 1972, la Maison Veuve Clicquot a su rassembler une communauté de 350 femmes à travers le monde, qui contribuent, par leur énergie et leurs expériences, à renforcer la présence de talents féminins dans l'entrepreneuriat. Consciente que les modèles de réussite féminins ne se limitent pas au monde des affaires, la Maison a créé en 2019 le programme Bold by Veuve Clicquot qui repose sur différents temps forts tout au long de l'année, notamment le *Bold Woman Award*, anciennement *Business Woman Award* (Prix Veuve Clicquot de la Femme d'Affaires). La remise des prix 2019 a été l'occasion pour la Maison de dévoiler les résultats de son baromètre international dédié à l'entrepreneuriat au féminin.

LE PREMIER BAROMÈTRE INTERNATIONAL DÉDIÉ À L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

À l'occasion de la publication en juin 2019 de son premier baromètre international dédié à l'entrepreneuriat féminin, Veuve Clicquot a réuni 18 personnalités inspirantes parmi lesquelles Venus Williams, Nora Hamzawi, Axelle Lemaire, Alice Zagury ou encore Camille Morineau. L'objectif : créer des conversations inspirantes autour du savoir et des expériences de chacun(e) et mettre en perspective les freins, parfois inattendus, à la possibilité d'entreprendre lorsque l'on est une femme.

LA CONTRIBUTION DE LVMH À LA CRÉATION D'EMPLOI

6 968

créations nettes d'emploi en CDI en 2019 (après déjà le résultat de 8 527 en 2018)

140 M €

investis en R&D soit une progression de +7,7 % par rapport à 2018

LVMH PARTENAIRE MAJEUR DE LA CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO (CIIE)

Le 25 mars 2019, dans le cadre de la visite d'État en France de M. XI Jinping, Président de la République Populaire de Chine, M. SUN Chenghai, Directeur Général du Bureau de China International Import Expo (CIIE) et Antoine Arnault, Administrateur du groupe LVMH, Président des Maisons Berluti et Loro Piana, accompagné de Marc-Antoine Jamet, Secrétaire général du Groupe et Président de la Cosmetic Valley, ont signé l'accord par lequel a été actée la participation du leader mondial du luxe à la deuxième édition de China International Import Expo.

LA 3E PROMOTION DE LA MAISON DES STARTUPS À STATION F

Les 5 et 6 septembre 2019, LVMH a lancé la troisième saison de son incubateur La Maison des Startups. Parmi les 26 jeunes entreprises sélectionnées figurait notamment la lauréate de l'édition 2019 du LVMH Innovation Award : la startup 3D Look.

SOUTENIR L'INSERTION DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

LES MAISONS SOUTIENNENT DES CAUSES QUI SONT CHÈRES AU GROUPE LVMH, QUE CE SOIT L'ACCÈS À L'ÉDUCATION DES JEUNES OU L'INSERTION SOCIALE ET PROFESSIONNELLE DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI.

Afin de favoriser l'insertion sociale et professionnelle des populations minorées dans l'emploi, LVMH anime des sessions LVMH Job coaching, qui mobilisent à la fois des recruteurs et des conseillers beauté du Groupe et des Maisons. L'objectif est d'aider les personnes en recherche d'emploi à retrouver confiance en soi et à se préparer dans les meilleures conditions possible à l'entretien de recrutement. En 2019, 10 sessions de Job coaching ont été animées et plus de 150 personnes suivies par les partenaires de LVMH (Force Femmes, Nos Quartiers ont des Talents, Cap Emploi, Arpejeh…) ont bénéficié de ce coaching.

FAVORISER L'ACCÈS DES JEUNES AU MONDE DU TRAVAIL

En France, le Groupe est partenaire de l'association Nos Quartiers ont des Talents, dont il est administrateur. Depuis 2007, 630 jeunes ont trouvé un emploi après avoir été parrainés par un collaborateur du Groupe. Afin de favoriser l'égalité des chances par l'accès et le suivi d'une formation d'excellence dans l'éducation supérieure, LVMH a reconduit pour deux ans son soutien à l'opération « Conventions d'éducation prioritaire » de l'Institut d'études politiques de Paris (Sciences Po Paris), en accordant des bourses d'études et en permettant à des jeunes issus de cette filière d'être parrainés par des managers du Groupe.

Le Groupe a noué un partenariat depuis neuf ans avec les villes de Clichy-sous-Bois et de Montfermeil en Seine-Saint-Denis visant l'insertion de jeunes issus de quartiers défavorisés et contribuant ainsi à la cohésion sociale. De nombreuses actions sont déployées : stages de découverte de l'entreprise offerts à 120 collégiens en 2019 ou encore des visites des Maisons et soutien à la recherche d'emploi. À Clichy-sous-Bois, le Village de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH, salon annuel de l'apprentissage dans les métiers de l'artisanat, de la création et de la vente, permet de faire connaître les 14 formations

S'IMPLIQUER POUR LA JEUNESSE

6 433
chercheurs d'emploi aidés et accompagnés dans leurs parcours

2 200
salariés engagés (tutorat et parrainage)

525
personnes aidées et accompagnées dans l'accès à l'éducation

en apprentissage et les métiers auxquels l'IME prépare en France grâce à son réseau unique d'écoles et d'universités partenaires et à l'engagement de ses Maisons. Il permet d'identifier des candidats potentiels pour la centaine de contrats d'apprentissage à pourvoir. La quatrième édition, qui s'est tenue en janvier, a accueilli plus de 600 visiteurs.

Le Groupe parraine depuis 2011 le Défilé Cultures et Création de Montfermeil, qui met en lumière des talents créatifs éloignés de l'univers de la mode. À l'issue de la 14e édition, Tëena Franchi, étudiante en première année de BTS Mode, a reçu le prix « RSE Jeune Talent LVMH », ce qui lui a permis notamment d'effectuer un stage chez Christian Dior Couture. Ainsi, depuis le début du programme, plusieurs jeunes ont intégré les Maisons du Groupe pour une formation longue en alternance à l'École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne.
Par la création de LIVE - L'Institut des Vocations pour l'Emploi, présidé par Madame Brigitte Macron, le Groupe offre une seconde chance aux personnes de plus de 25 ans éloignées de l'emploi. Un premier centre, ouvert à Clichy-sous-Bois, a permis à 50 élèves de bénéficier d'une remise à niveau de compétences clés, telles que l'expression écrite et orale, le calcul, la culture générale, etc. Ces élèves ont également reçu une formation au développement personnel et un encadrement dédié à la construction d'un projet professionnel.

Des initiatives en faveur de l'égalité des chances sont déployées dans les Maisons. À titre d'exemple, Guerlain a accueilli pendant une semaine des élèves issus de l'éducation prioritaire dans le cadre de sa collaboration avec l'association ViensVoirMonTaf, qui permet aux collégiens de réaliser des stages auxquels ils n'ont pas accès par leurs propres moyens. Pendant une semaine, les jeunes collégiens, supervisés par des mentors, ont découvert les sites de production, le réseau de distribution et les métiers de la Maison.

SOUTENIR L'INSERTION DES PERSONNES EN DIFFICULTÉ

De nombreuses Maisons à travers le monde soutiennent des initiatives en faveur de publics défavorisés. À ce titre, Moët & Chandon et Ruinart sont partenaires de collectivités locales, établissements d'enseignement et associations. En 2019, une opération de « vendanges partagées » a accueilli des personnes issues de populations très éloignées de l'emploi. De même, Hennessy est impliqué dans la démarche de l'association 100 chances 100 emplois, dont la mission est d'accompagner des jeunes en difficulté d'insertion professionnelle.

En Espagne, Parfums Christian Dior a développé un programme qui représente un montant global de près de 300 000 euros soutenant par exemple la Fondation Randstad en faveur du recrutement de personnes handicapées, la Fondation Stanpa dans le cadre du programme « Look Good, Feel Better », la Fondation A LA PAR qui promeut la participation des personnes handicapées mentales dans la société, la Fondation ADELA (Association Espagnole de Sclérose Amyotrophique Latérale) et la Fondation Adecco intervenant en faveur de personnes handicapées.

Ces actions ont permis d'accompagner 1 015 personnes, de construire 476 itinéraires sociaux et de travail et de faciliter l'intégration dans l'emploi de 464 personnes.
Au Japon, Parfums Christian Dior a noué un partenariat avec l'agence spécialisée Startline et recruté une équipe de sept collaborateurs en situation de handicap mental dont le rôle est de cultiver des plantes au sein de la serre d'Ibuki.

Le Groupe soutient également l'insertion professionnelle des artisans réfugiés en France, en s'engageant notamment

auprès de l'association La Fabrique NOMADE, qui redonne à des femmes et des hommes passionnés la capacité d'exercer leur métier sur le territoire français, de s'adapter à un nouvel environnement économique et culturel et de se constituer un réseau. Au sein des groupes d'activités de LVMH, on retrouve enfin différentes mobilisations qui concernent l'intégration des migrants réfugiés et la santé de leurs enfants avec le projet HOPE soutenu par Christian Dior Couture et les initiatives de Fendi, des Tanneries Roux, de Make Up For Ever et de Parfums Christian Dior.

ENCOURAGER L'AUTONOMISATION DES FEMMES

Même dans l'industrie de la beauté, les femmes entrepreneures sont sous-représentées. Dans le cadre de son programme Sephora Stands, Sephora a lancé Sephora Accelerate. En 2019 et pour sa quatrième édition, 50 entrepreneuses ont été soutenues et ont lancé leur activité avec succès. En Arabie Saoudite, pour la deuxième année consécutive, Sephora est partenaire du Salon dédié à l'emploi féminin Glowork, accompagnant les femmes avec des ateliers CV et des simulations d'entretiens.
De plus, avec *Classes for Confidence*, aux États-Unis, en Europe et aux Émirats arabes unis, Sephora offre une formation de mise en beauté et un coaching à des femmes touchées par le cancer, éloignées de l'emploi ou issues d'une communauté transgenre. Plus de 1 000 classes ont été dispensées aux États-Unis et en Europe en 2019.

Au Royaume-Uni ou à Singapour, Parfums Christian Dior continue de soutenir l'association Look Good Feel Better qui accompagne des femmes dans le traitement d'un cancer. L'association organise des ateliers de soin et de maquillage en petit groupe afin de partager un moment de bien-être et de complicité.

Du 1er au 31 mai 2019, Benefit Cosmetics a organisé pour la cinquième année consécutive « Bold is Beautiful », une opération qui finance des associations œuvrant en faveur de l'indépendance des femmes à travers l'éducation, l'accès au bien-être et à l'autosuffisance économique. En 2019, 21 pays à travers le monde ont ainsi participé à cette campagne solidaire qui, depuis son lancement, a permis de lever près de 20 millions d'euros au bénéfice d'associations comme Force Femmes et belle & bien en France, ou Girl Develop It, Girls Inc., StepUp et Dress For Success aux États-Unis ou Women:girls en Malaisie.

Plusieurs Maisons soutiennent des causes en faveur des femmes et de leurs conditions de vie. Citons, en Espagne, Louis Vuitton qui s'est engagé aux côtés des associations Fundacion Ana Bella, Fundacion Lola et La Cruz Roja, qui œuvrent auprès des femmes victimes de violences.

EXEMPLES D'INITIATIVES PHARES EN 2019

3 783
femmes accompagnées au titre du programme d'autonomisation du Groupe

1 541
salariés engagés dans les actions d'accompagnement

791 067 €
consacrés à ce dispositif dont 760 000 € consacrés par Sephora à l'accompagnement de 2 961 chercheurs d'emplois aux États-Unis (*Classes for Confidence*)

SEPHORA ACCELERATE SOUTIENT LES ENTREPRENEUSES

La quatrième édition de Sephora Accelerate a permis à des entrepreneuses du secteur de la beauté de lancer avec succès leur activité. Depuis 2016, ce programme, qui soutient les jeunes entreprises et startups fondées par des femmes, réaffirme l'engagement de Sephora auprès de la cause féminine. Comme chaque année, les finalistes ont bénéficié d'un mentoring avec les meilleurs experts de Sephora et d'une semaine de coaching à San Francisco. Sephora Accelerate est né d'un double constat : les femmes entrepreneures n'ont pas accès aux mêmes financements, réseaux et expériences que les hommes ; et si la majorité des consommateurs du secteur des cosmétiques sont des femmes, les dirigeantes d'entreprise y sont très peu représentées. Il s'agit de l'un des trois programmes Sephora Stands, par lesquels la Maison entend consolider les actions en faveur de l'entrepreneuriat, des communautés et de ses collaborateurs.

« TRAIT D'UNION 4 » ENTRE LA FABRIQUE NOMADE ET LVMH

Le vernissage de l'exposition Trait d'union 4, réunissant des pièces réalisées par des artisans réfugiés en France sur le thème « Trésor » a été l'occasion d'officialiser le partenariat entre le Groupe et l'association fondée en 2016 pour permettre aux migrants de continuer à exercer leur art.

WOMEN:GIRLS REJOINT BOLD IS BEAUTIFUL

En Malaisie, l'association Women:girls, qui aide les femmes à regagner confiance en elles et encourage les jeunes filles à devenir des agents du changement, a rejoint le programme solidaire « Bold Is Beautiful » de Benefit Cosmetics. L'argent collecté dans le pays permettra aux femmes et aux jeunes filles soutenues par l'association de participer à des ateliers et à des programmes de mentorat. Depuis 2015, « Bold Is Beautiful » a permis à Benefit Cosmetics de reverser près de 20 millions d'euros aux associations caritatives des pays partenaires de l'opération à travers le monde.

AIDER LES POPULATIONS FRAGILISÉES

LVMH ET SES MAISONS SE MONTRENT ATTENTIFS AUX POPULATIONS PARTICULIÈREMENT FRAGILISÉES ET EN DÉTRESSE. LEUR SOUTIEN PEUT SE MANIFESTER PAR L'IMPLICATION DE LEURS COLLABORATEURS AUPRÈS DE CES POPULATIONS, PAR LE DON DE PRODUITS AINSI QUE PAR UN SOUTIEN FINANCIER.

Le Groupe soutient des institutions reconnues pour leur action en faveur de l'enfance, des personnes âgées et en situation de handicap ou dans leur lutte contre les grandes causes de souffrance et d'exclusion : la Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France, l'association Le Pont-Neuf, la Fondation Save the Children, la Robin Hood Foundation à New York, la Fondation Claude Pompidou, ou bien encore l'Association Fraternité Universelle.

Les nombreux engagements des Maisons sont célébrés chaque année lors du Dîner des Maisons engagées. En décembre, la septième édition a permis de récolter 300 000 euros au profit de l'hôpital Robert Debré AP-HP de Paris, plus particulièrement de l'équipe du Professeur Baruchel et du Docteur Benkerrou. Depuis 2011, 1 100 000 euros au total ont été reversés à ce centre de référence de la recherche sur la drépanocytose et des soins aux enfants touchés par cette maladie génétique héréditaire.

En 2019, LVMH a souhaité mettre en avant l'action du Secours populaire auprès des femmes en situation de précarité. Ce partenariat a permis d'organiser la première édition de l'opération « Une Journée pour Soi », qui offre à des femmes en situation de précarité des moments leur permettant de reprendre confiance en elles.

Les partenariats internationaux les plus emblématiques du Groupe sont constitués par le soutien qu'apporte Bvlgari à la Fondation Save the Children – depuis 2009, plus de 2 millions d'enfants ont bénéficié de ce programme – et celui que Louis Vuitton apporte au Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF). Depuis janvier 2016, 9 millions d'euros ont été récoltés au profit des enfants en situation d'urgence, notamment dans les camps de réfugiés au Liban et au Bangladesh.

Parmi les engagements des Maisons, on peut signaler également les actions suivantes :

- Aux États-Unis, Sephora a consacré une aide de près de 4 400 000 euros (financière et donation de produits), impliquant la participation de 2 300 collaborateurs, à plus de 800 organisations à but non lucratif soutenant notamment les victimes de catastrophes naturelles, les demandeurs d'emploi les plus vulnérables, les personnes en situation de handicap (programme Abilityworks pour plus de 600 000 USD) et l'autonomisation des femmes. En France, Sephora a réuni 500 000 euros grâce au micro-don. En Chine, le travail associatif se fait avec la Fondation Smile.
- Les actions de Loro Piana ont permis de récolter 316 000 euros en 2019. Cette somme a été utilisée pour venir en aide aux victimes de l'ouragan Dorian aux États-Unis.
- Christian Dior Couture est partenaire de longue date de la Fondation Epic qui lutte contre les inégalités touchant les enfants et jeunes adultes à travers un réseau d'alliances, dont notamment l'association Simplon qui intervient en faveur des personnes défavorisées, en recherche d'emploi ou en reconversion. En 2019, plus de 100 000 euros ont été reversés, dont la moitié a été abondée par les collaborateurs.
- Les Maisons de Vins et Spiritueux telles que Bodegas Chandon Argentina (Maison Chandon), Cloudy Bay (en Nouvelle-Zélande), Cape Mentelle (en Australie) et Numanthia (en Espagne) ont reversé près de 52 000 euros de dons à des associations caritatives locales.

Les Maisons sont mobilisées pour la santé et la recherche médicale, comme Louis Vuitton au Japon, Make Up For Ever à Hong Kong, Parfums Christian Dior auprès de l'association pour les handicapés visuels à Singapour ou Givenchy auprès de Mécénat Chirurgie Cardiaque, ou Guerlain, partenaire de l'association belle & bien , etc.

Au cours de la soirée du Dîner des Maisons engagées, animée par le chroniqueur David Abiker de Radio Classique, parmi les nombreuses actions menées par les 75 Maisons de LVMH, trois ont été mises en lumière : le partenariat avec l'UNICEF de Louis Vuitton, l'initiative des Maisons en Italie en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap, et enfin, le programme Sephora Stands aux États-Unis. Cette soirée a également permis de récolter 300 000 euros au profit de la recherche sur la drépanocytose.

« UNE JOURNÉE POUR SOI », OPÉRATION DESTINÉE AUX FEMMES EN SITUATION DE PRÉCARITÉ DANS SIX VILLES DE FRANCE

Une journée pour les femmes en situation de précarité dans six villes de France.
Dans six villes de France, 400 femmes accompagnées par le Secours populaire ont bénéficié de l'initiative « une Journée pour Soi », destinée à les sortir d'un quotidien difficile et leur permettre d'aller de l'avant. Pour célébrer cette 1re édition, le Groupe, le Secours populaire et les éditions Alternatives se sont réunis autour de la création d'un livre proposant une sélection de portraits et de témoignages des femmes ayant participé à l'opération.

90 M$US

reversés depuis 2009 par Bvlgari à Save the Children pour 2 millions d'enfants bénéficiaires (éducation, autonomisation des jeunes, urgence et lutte contre la pauvreté)

9 M€

reversés depuis 2016 par Louis Vuitton dans le cadre du partenariat international avec l'UNICEF au profit des enfants en situation d'urgence

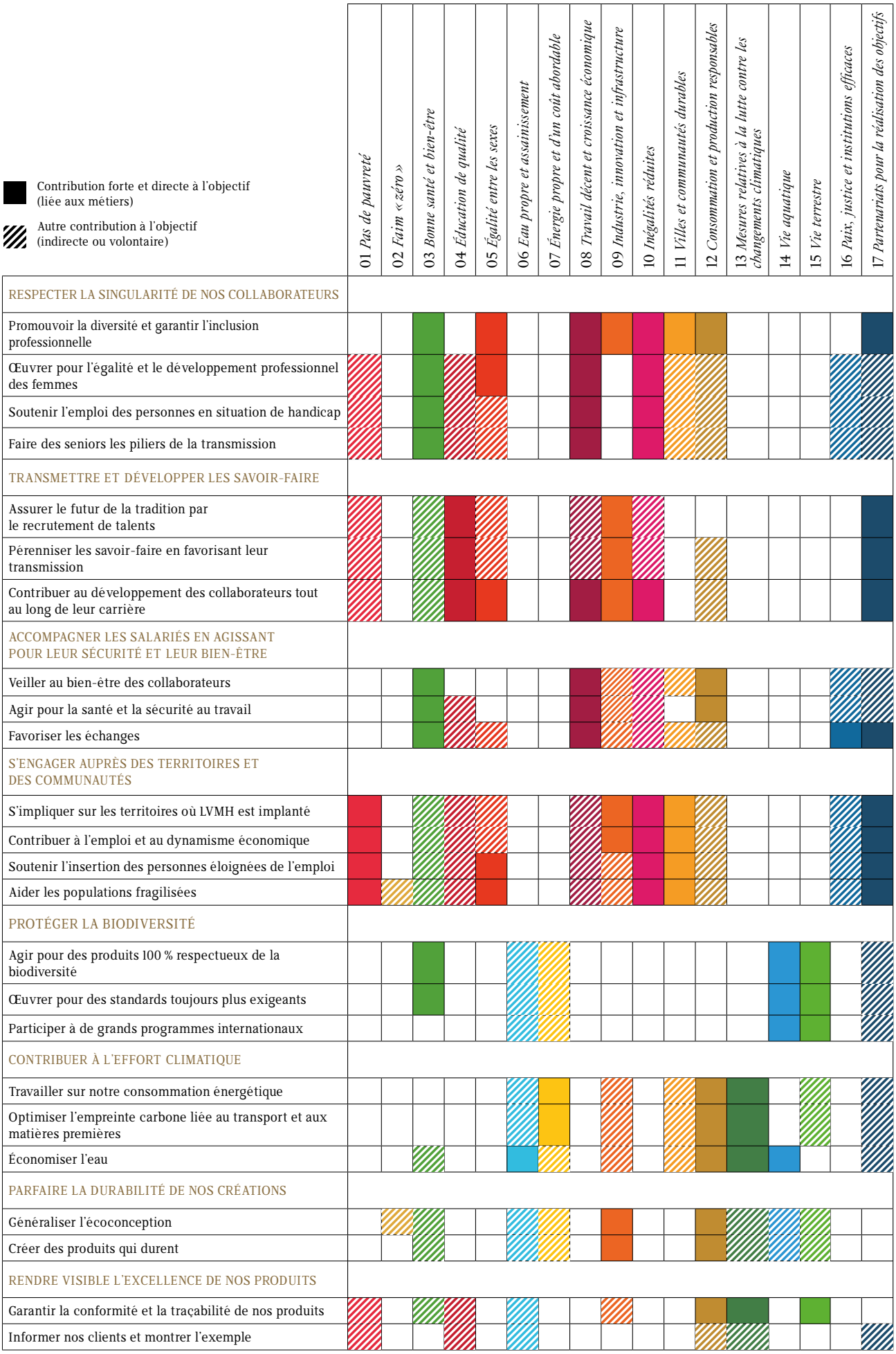
LE CAHIER DES EXPERTS

LA STRATÉGIE RSE DU GROUPE LVMH ET LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)

Dans la continuité des différents engagements pris par LVMH, au titre notamment des Objectifs du millénaire pour le développement, le Groupe soutient les ODD élaborés par les Nations Unies en 2015. Les 17 ODD constituent un appel mondial à agir à l'horizon 2030 pour réduire les inégalités, rendre le monde meilleur pour les générations futures, notamment en apportant des solutions au problème du changement climatique, et faire en sorte que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité. Le tableau ci-dessous détaille la contribution de la stratégie de responsabilité sociale et environnementale du groupe LVMH aux 17 ODD.

Contribution forte et directe à l'objectif (liée aux métiers)

Autre contribution à l'objectif (indirecte ou volontaire)



GOUVERNANCE ET MISE EN ŒUVRE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

SI LE GROUPE DÉVELOPPE UN CORPUS DE PRINCIPES DE RESPONSABILITÉ, DE MÉTHODOLOGIES ET DE PLANS D'ACTION COMMUNS, CHAQUE MAISON ADAPTE CETTE STRATÉGIE RSE À UN CONTEXTE SOCIAL ET SOCIÉTAL SPÉCIFIQUE. UN REPORTING INTERNATIONAL PERMET UN SUIVI ET UNE COMMUNICATION CONSOLIDÉS DE CELLE-CI.

ORIENTATION ET LEADERSHIP

Au sein du Comité Exécutif, la responsabilité sociale du Groupe est placée sous la supervision du Directeur des Ressources Humaines et Synergies Groupe. Sous son impulsion, de nombreuses actions sont initiées et portées également par les Maisons.

D'autre part, le Comité d'éthique et du développement durable, composé en majorité d'Administrateurs indépendants, veille au respect des valeurs individuelles et collectives sur lesquelles le Groupe fonde son action et joue un rôle d'orientation en matière d'éthique et de responsabilité environnementale, sociale et sociétale.

STRUCTURATION DE LA DÉMARCHE

La démarche de responsabilité sociale de LVMH est structurée en trois niveaux :
- des processus et engagements généraux qui structurent la compréhension des enjeux et la mise en œuvre des objectifs relatifs à chaque axe stratégique ;
- des partenariats et projets structurants impulsés à l'échelle du Groupe ;
- les initiatives déployées par les Maisons, qui tiennent compte de la dimension locale ainsi que les enjeux propres à leurs activités.

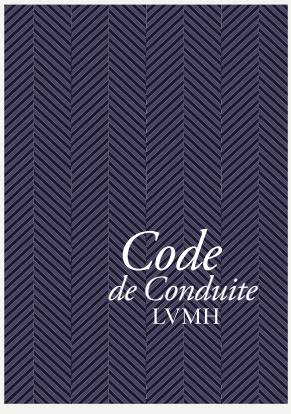
PILOTAGE ET REPORTING

Dans chaque Maison, un correspondant RSE nommé par la Direction des Ressources Humaines, fait le lien avec LVMH, assure la cohérence des actions avec la démarche du Groupe et effectue le reporting RSE. Des échanges réguliers entre le Groupe et les correspondants RSE, réunis au sein d'un réseau dédié, garantissent le déploiement des enjeux prioritaires et la cohérence globale de la démarche. Deux ou trois fois par an, les membres du réseau RSE se retrouvent pour dresser un bilan de l'année écoulée, établir des priorités communes pour l'année en cours, rechercher des opportunités de coopération, partager leurs bonnes pratiques et rencontrer des parties prenantes.

Des reportings annuels, comportant des éléments quantitatifs et qualitatifs, permettent de recenser l'intégralité des actions de responsabilité sociale menées par les Maisons du Groupe. LVMH s'appuie sur ces reportings consolidés pour communiquer sa politique et ses actions en matière de responsabilité sociale dans le Rapport annuel et le Document d'enregistrement universel, complétés par le présent Rapport de responsabilité sociale. En parallèle, certaines Maisons, comme Guerlain, ont développé leur propre Rapport de responsabilité sociale.

Finalités	*Supports, ressources et réseaux*
MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE	Direction du Développement social de LVMH en collaboration avec la Direction Diversité et Inclusion créée en 2019 Commission RSE composée de 40 correspondants en Maisons Formations et sensibilisations, notamment à la RSE
SUIVI SPÉCIFIQUE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP	Mission Handicap Réseau composé de 40 correspondants Handicap en Maisons
SUIVI SPÉCIFIQUE DE LA PLACE DES FEMMES DANS L'ENTREPRISE	EllesVMH : communauté de collaborateurs à travers le monde (femmes et hommes), plateforme d'échange et réseau intranet de mutualisation des informations et des bonnes pratiques
TRAVAIL COLLABORATIF ET PARTAGE D'INFORMATIONS	Voices : intranet dédié à l'ensemble de la communauté des ressources humaines
OUTILS DE REPORTING	Documents publics : Document d'enregistrement universel Rapport annuel Rapport de responsabilité sociale

LE CODE DE CONDUITE LVMH



Le Code de Conduite LVMH adopté en 2009 constitue le socle éthique commun du Groupe et de ses Maisons. Rappelant l'ensemble des principes que le Groupe doit mettre en œuvre dans la conduite de ses activités, il énonce les règles que chaque collaborateur doit suivre dans l'exercice de ses fonctions et de ses responsabilités, mettant en particulier l'accent sur l'intégrité exigée de tous. Le Code garantit la cohérence et l'amélioration continue des pratiques dans l'ensemble des Maisons autour de six grands principes :

- agir de manière responsable et solidaire ;
- offrir un environnement de travail épanouissant et valoriser les talents ;
- s'engager pour la préservation de l'environnement ;
- mériter la confiance des clients ;
- mériter la confiance des actionnaires ;
- concrétiser et promouvoir l'intégrité dans la conduite des activités.

Ce Code de Conduite sert de base commune et de source d'inspiration aux Maisons. Chacune d'elles peut préciser les principes du Code en fonction de son secteur d'activité ou de son implantation géographique. En outre, des codes ou chartes d'application locales peuvent être déployés lorsque cela s'avère pertinent au regard de législations et de réglementations spécifiques.

	Talents et savoir-faire	*Conditions de travail*	*Prévention des discriminations et respect de la singularité*	*Implication territoriale*
ENGAGEMENTS ET PROCESSUS CLÉS DU GROUPE	Revue annuelle des organisations et des talents (OMR) Programme IMPACT pour les jeunes potentiels Charte de l'apprentissage Maison des Startups Salon Viva Technology Prix LVMH pour les Jeunes Créateurs de Mode LVMH Métiers d'Art	Charte sur les relations de travail et le bien-être des mannequins Site wecareformodels.com Certification OHSAS 18001 (obtenue en 2019 par Louis Vuitton à Issodun, Benefit Cosmetics, Make Up For Ever, Fendi, Glenmorangie, et à Singapour, Parfums Christian Dior et Louis Vuitton dans son entrepôt) et ISO 45001 (obtenue en 2019 par Fendi) En France, Charte du droit à la déconnexion En France, Charte ou accord de télétravail	Code de Conduite LVMH Tests de discrimination Partenariat Agefiph Charte de la diversité Charte des Nations Unies Women's Empowerment Principles Charte StOpE contre le sexisme Normes mondiales de conduite des Nations Unies contre la discrimination à l'égard des personnes LGBTI Charte de l'insertion professionnelle des personnes handicapées Mise en place de référents contre le harcèlement Index de l'égalité femmes-hommes	Investissements et processus d'open innovation liés à l'implantation des sites Charte d'engagement des entreprises au service de l'égalité des chances dans l'éducation
	Accords collectifs et discussions avec les partenaires sociaux Dispositif d'alerte interne centralisé permettant à tout collaborateur de signaler des atteintes ou risques d'atteintes sérieuses à la loi, au règlement, ainsi qu'aux dispositions du Code de Conduite LVMH ou à d'autres principes, lignes directrices et politiques internes			
PROGRAMMES ET SUPPORTS STRUCTURANT LA MISE EN ŒUVRE	Partenariats avec les organismes d'enseignement et LVMH Days Inside LVMH Programmes de formation / mobilité interne Institut des Métiers d'Excellence LVMH et promotion de l'apprentissage DARE	Investissements liés à l'amélioration des conditions de travail Qualité et certification des bâtiments	Formation à la non-discrimination Formation sur les biais décisionnels et le Leadership Inclusif Programme EllesVMH et Accelerator Day Programme EXCELLhanCE Appui de la Mission Handicap Salon Handicap, Emploi et Achats Responsables	Multiples partenariats et manifestations Engagement et parrainage des collaborateurs
	Appuis et supports en interne : Direction du Développement Social, réseau RSE, Voices, LVMH Mind, etc. Participation aux événements internationaux et nationaux			
INITIATIVES EN MAISON	Écoles et académies spécifiques créées en interne Partenariats avec des organismes d'enseignement spécifiques	Plans d'actions santé et sécurité Aménagement du temps de travail et conciliation vie professionnelle / vie personnelle Qualité et conception des bâtiment Sensibilisation (Guide de la parentalité)	Partenariat avec les entreprises adaptées et ateliers protégés Sites adaptés	Impacts liés à l'ancrage local des Maisons Multiples actions de mécénat et de partenariat
	Enquêtes auprès des collaborateurs des Maisons (projet stratégique, satisfaction, engagement, etc.) Engagement dans de multiples manifestations annuelles (qualité de vie au travail, handicap, emploi, parentalité, etc.)			

L'INTÉGRATION DES ENJEUX SOCIAUX ET SOCIÉTAUX

Le Groupe observe, prend en compte et analyse les risques et les enjeux liés aux évolutions de la société et échange avec ses parties prenantes.

Cartographier les risques extra-financiers au niveau du Groupe et de chacune des Maisons a permis d'enrichir la réflexion stratégique en précisant notamment les facteurs de risque liés aux pays d'implantation et aux activités sur les sujets suivants : salaires et temps de travail, discrimination sur le lieu de travail, liberté d'association et syndicale.

La déclaration de performance extra-financière (DPEF) du groupe LVMH (cf. rapport de gestion du Document d'enregistrement universel 2019) récapitule les risques retenus par les représentants de différentes fonctions centrales et par la Direction générale. Trois principaux risques sociaux ont été identifiés :
- la perte des savoir-faire et des compétences-clés, et la difficulté à recruter les talents ;
- l'atteinte à la santé et à la sécurité des collaborateurs et des tiers ;
- les pratiques discriminatoires dans le cadre professionnel.

En outre, au titre du suivi des tendances sociales et sociétales pour chacun de ses secteurs d'activité, LVMH considère comme un enjeu majeur la marginalisation des populations fragiles (cf. p. 102 du Document d'enregistrement universel 2019).

La démarche sociale et sociétale du Groupe s'inscrit également pleinement dans la mise en œuvre de la loi du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance. Le Document d'enregistrement universel 2019 de LVMH récapitule les informations constitutives du plan de vigilance du Groupe, notamment pour les « droits humains et libertés fondamentales » et « la santé et la sécurité au travail des personnes ».

La cartographie des risques extra-financiers est enrichie d'un suivi permanent des principales problématiques sociales auxquelles sont confrontées les Maisons. En dépit de leur forte singularité, les six secteurs d'activité de LVMH restent liés par une même vision de leur responsabilité sociale dont les enjeux ont été testés et établis dans le cadre des échanges du Groupe avec ses parties prenantes.

Pour chacun des secteurs d'activité, les tendances et évolutions sociales qui caractérisent tout à la fois les spécificités et principaux points communs de leurs métiers ont été identifiées.

Tendances et évolutions sociales et sociétales	*Enjeux de responsabilité sociale pour LVMH*
Allongement de la durée de vie professionnelle et pluralité des modes de collaboration Concurrence accrue sur des compétences rares dans le contexte d'un marché globalisé Attrait accru pour les métiers artisanaux et les savoir-faire locaux Digitalisation et intelligence artificielle	**DÉVELOPPER UN ÉCOSYSTÈME ATTRACTIF ET ROBUSTE DE GESTION DES COMPÉTENCES** Recrutement et rétention des talents Préservation et transmission des savoir-faire et des compétences stratégiques Formation des jeunes générations et développement de l'apprentissage Management de l'innovation
Renforcement des exigences, des normes et des réglementations Amélioration continue de la performance Attentes en matière d'équilibre vie professionnelle / vie personnelle Tourisme et mobilité géographique accrue des clients Mondialisation et concurrence accrue entre les compétiteurs Attrait émotionnel des produits et besoin accru d'expérience du client en boutique	**AMÉLIORER DE FAÇON CONTINUE LES CONDITIONS DE TRAVAIL ET LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS** Hygiène, santé et sécurité des collaborateurs Ergonomie des postes de travail Gestion du stress Aménagement du temps de travail personnel (télétravail, organisation interne) Parentalité et besoin de nouveaux services Flexibilité des horaires de travail en zones touristiques (travail en soirée et le dimanche) Gestion des impacts de la saisonnalité (boutiques, vendanges, etc.)
Affirmation des singularités et promotion de la diversité Renforcement des attentes sociétales, standards et réglementations	**RESPECTER LA SINGULARITÉ DE NOS COLLABORATEURS** Enjeux de l'égalité professionnelle Prévention des discriminations et du harcèlement Reconnaissance de nouveaux droits (exemple des personnes LGBTI)
Individualisation et fragmentation du lien social Besoin croissant de sens et d'engagement des salariés	**S'ENGAGER AUPRÈS DES POPULATIONS ET DES TERRITOIRES FRAGILISÉS** Enjeux de l'inclusion et de la cohésion sociale Intensité humaine des produits du Groupe (fait main ou mécanisation légère) et maîtrise des modes de production Passerelles entre l'entreprise et les associations d'insertion professionnelle et l'entrepreneuriat social / solidaire

UN DIALOGUE PERMANENT AVEC LES PARTIES PRENANTES

Tout au long de l'année, LVMH entretient et développe le dialogue et les échanges avec ses parties prenantes. Le Groupe répond à leurs interrogations et leur apporte différentes informations liées notamment aux pratiques sociales et sociétales découlant de ses activités. Ces interactions diffèrent en fonction des enjeux du Groupe, des secteurs d'activité, des Maisons, voire de chaque zone géographique.

Le Groupe a par ailleurs formalisé des partenariats, assortis d'engagements spécifiques, qui constituent d'autres modalités de relation avec des parties prenantes externes :

DÉMARCHE RSE GLOBALE	LVMH est membre de l'Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises (ORSE).
NON-DISCRIMINATION	LVMH, membre de l'Association française des managers de la diversité (AFMD) depuis 2013, siège à son conseil d'administration depuis 2014 et à son bureau depuis 2015.
HANDICAP	Différentes Maisons (dont notamment Hennessy, Veuve Clicquot, Christian Dior Couture, Parfums Christian Dior et Sephora) ont signé une convention avec l'Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées (Agefiph). En 2008, LVMH a cofondé l'association Accompagner la réalisation des projets d'études de jeunes élèves et étudiants handicapés (Arpejeh) et siège à son conseil d'administration depuis 2012. En 2014, LVMH a créé le programme EXCELLhanCE dont la 3e promotion à l'automne 2018 implique neuf Maisons : Moët & Chandon / Ruinart, Berluti, Louis Vuitton, Givenchy, Guerlain, Fred, Le Bon Marché et Sephora. En 2015, LVMH a adhéré à l'Agence Entreprises & Handicap. LVMH et son Institut des Métiers d'Excellence (IME) sont partenaires de HANDIPASS, agence spécialisée de Pôle Emploi dans le cadre de différents job dating et forums. LVMH collabore avec Réseau Cap Emploi réunissant des organismes de placement spécialisés (OPS) et à ce titre du SAMETH (Service d'Aide au Maintien dans l'emploi des Travailleurs Handicapés). LVMH est partenaire du cabinet TH Conseil spécialisé dans la prise en compte du handicap au travail, notamment le groupe de travail Cercle des Équi'tables.
RELATIONS FOURNISSEURS	LVMH est adhérent de Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) et d'EcoVadis pour le secteur Parfums & Cosmétiques.
COMPÉTENCES ET SAVOIR-FAIRE	S'agissant de l'ensemble des partenariats avec les écoles et établissements d'enseignement spécialisés, se reporter au chapitre « Transmettre » (*p. 29-30*) et à l'annexe technique (liste exhaustive des écoles partenaires *p. 42*).
INSERTION PROFESSIONNELLE, AIDE AUX POPULATIONS, RECHERCHE MÉDICALE	S'agissant des partenariats spécifiques à ces engagements, se reporter au chapitre « S'engager » (*p. 56-57*).

	Interaction régulière	*Interaction ponctuelle*
PARTIES PRENANTES INTERNES	Relations et dialogue social avec les organisations représentatives du personnel : Comité commun des sociétés européennes, Comité de Groupe et Comités d'entreprise (CE) Comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) Réseaux spécifiques de collaborateurs (par exemple EllesVMH)	Accords d'entreprise portant sur des thématiques spécifiques Enquêtes de satisfaction et mesure de l'engagement des collaborateurs
ÉTATS, INSTITUTIONS MULTILATÉRALES, ADMINISTRATIONS, COLLECTIVITÉS TERRITORIALES ET AUTORITÉS DE CONTRÔLE	Relations découlant des multiples interfaces des Maisons au regard des réglementations internationales, nationales et locales de tous ordres Relations avec les régulateurs (Autorité des marchés financiers, etc.) Déclarations diverses aux administrations (maladies et accidents du travail, impôt, fiscalité, etc.)	Signature de chartes d'engagement (diversité, apprentissage, insertion professionnelle des personnes handicapées, etc.) Expérimentation de bonnes pratiques Participation à des projets maillant les différents acteurs d'un territoire
INVESTISSEURS, ACTIONNAIRES ET ORGANISMES D'ÉVALUATION EXTRA-FINANCIÈRE	Assemblée générale et Club des actionnaires En liaison avec la Direction de la Communication financière : • Participation à des *road shows* (analystes financiers et extra-financiers) • Réponse aux questionnaires environnement, social et gouvernance (ESG) des agences de notation	Demandes ponctuelles d'investisseurs, de gestionnaires d'actifs et d'organismes d'évaluation (en liaison avec la Direction de la Communication financière) Participation à des conférences, groupes de travail et débats publics
PARTIES PRENANTES EXTERNES CONTRACTUELLES	Suivi de la relation client Relations avec les fournisseurs, sous-traitants et partenaires commerciaux Commissaires aux comptes et auditeurs externes Organismes certificateurs Adhésion à des réseaux d'experts et académiques Adhésion à des fédérations professionnelles et de place (patronales, métiers, etc.)	Traitement des réclamations des clients Questionnaires et audits de fournisseurs et sous-traitants
PARTIES PRENANTES EXTERNES NON CONTRACTUELLES	Organisations non gouvernementales (ONG), fondations, associations d'intérêt général Associations de consommateurs Médias	Campagnes ponctuelles ou thématiques d'ONG et d'associations de consommateurs Relations avec les associations de riverains en fonction des projets d'implantation

Les principales associations et fondations partenaires du Groupe et de ses Maisons

100 chances 100 emplois
Accademia Nazionale dei Lincei
Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica
Association Ela
Association for Persons with Special Needs
Association Française du Vitiligo
Association Fraternité Universelle
Association Laurette Fugain
Association Le Pont-Neuf
Association Les Compagnons du Devoir et du Tour de France
belle & bien
Croix-Rouge
Daughters of Tomorrow
Dress for Success
Eat My Lunch
Singapore Association of the Visually Handicapped
Fabrique Nomade
Fondation Claude Pompidou
Fondation Epic
Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France
Fondation Randstad
Fondation Smile
Force Femmes
Frameline.org
Fundación A LA PAR
Fundación Ana Bella
Fundación Lola
Girl develop It
Girls Inc.
Institut Curie
La Casa de las Madres
Ligue Contre le Cancer
Look Good Feel Better Foundation
Mécénat Chirurgie Cardiaque
Memorial Sloan Kettering
Cancer Center
National Black Justice Coalition
National Cares Mentoring Movement Inc,
Nos Quartiers ont des Talents
Open to All
Project Glimmer
Restos du Cœur
Robin Hood Foundation
Save the Children
Save Venice
Secours Populaire
Special Olympics
Step Up
Surfrider
Tides Foundation
UNICEF
United Way
Viensvoirmontaf
Women:girls
Young Survivor Coalition

Les principales écoles et académies de formation propres au groupe LVMH et à ses Maisons

Groupe LVMH

Institut des Mêtiers d'Excellence LVMH

Maisons

Chandon Argentina University (Estate & Wines)
Projet d'« École des Savoirs » à Épernay (Moët & Chandon / Ruinart)
Académie du savoir-faire (Berluti)
Académie Massoli (Fendi)
Centre de formation des artisans du cuir (Loewe)
Académie de l'art des métiers (Loro Piana)
École des Savoir-Faire Maroquiniers et École des Savoir-Faire Rigides (Louis Vuitton)
Académie de formation technique interne (Rossimoda)
Manufacture de haute horlogerie (Bvlgari)
École d'Horlogerie Hublot
École d'Horlogerie LVMH (TAG Heuer et Zenith)
École Boucicaut (Le Bon Marché)
Université Sephora

Les principaux partenaires de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH et des Maisons dans le domaine de l'apprentissage

Institut Français de la Mode
Accademia Massoli
Fondazione Setificio
Accademia dei Mestieri Loro Piana
Compagnons du Devoir
Polimoda
Politecnico Calzaturiero
Académie du savoir-faire (Berluti / Centoform)
Haute École de Joaillerie
For.Al
École d'Horlogerie LVMH
Avize Viti Campus
CEPROC
IUT d'Orléans
ISIPCA
La Sorbonne Nouvelle – Paris 3
École Duperré Paris
CPRO Stephenson
EMASUP Paris
EIML Paris
Université Ca' Foscari Venezia

Les principaux organismes, écoles, universités et chaires partenaires du Groupe et de ses Maisons

AFPA
Arts et Métiers ParisTech
Bocconi Milan
British School of Watchmaking
Budapest Corvinus University
Central Saint Martins College of Arts London
Diadema Academy
École Centrale Paris
École Duperré
École Ferrières
École Hôtelière de Lausanne
École Internationale de Marketing de Luxe Paris (EIML)
École Internationale Tunon de Genève
École Normale Supérieure de Paris
École Polytechnique de Milan
École Polytechnique de Turin
École Polytechnique Fédérale de Lausanne
École 42
École supérieure Sainte-Anne de Pise
EDHEC
EM Lyon
EMA SUP
ENSAM
ESCP
ESSEC
Fashion Institute of Technology
Fudan University School of Management
Grenoble Ecole de Management
GRETA
HEC Lausanne
Hong Kong Art Center
HEC Paris
IAE Gustave Eiffel
IcamIMD Business School
Inescop
Institut Français de la Mode
Institut Marangoni
Institut Supérieur Technique Tessile Abbigliamento Moda
ISEM Fashion Business School (Université de Navarre) en Espagne
Les Roches International School of Hotel Management
London Business School
LUISS Rome - MINES ParisTech
NEOMA Business School
Parsons New School for Design New York
Raffles Design Institute Riyadh
Royal College of Art London
Université d'Alabama
Université asiatique pour les femmes (AUW)
Université de Bologne
Université Ca' Foscari Venezia
Université Catholique de Milan
Université de Columbia
Université de Fudan
Université de Management de Singapour
Université de Miami
Université de Paris Dauphine
Université de Saint-Gall
Université du Sichuan
Université en sciences économiques de Vienne
Université Internationale de Floride
Université IUAV de Venise

UNE DÉMARCHE ÉVALUÉE ET RECONNUE

Signataire du Pacte mondial des Nations Unies, LVMH a publié en novembre 2019 sa *communication on progress* (COP) au titre du niveau *GC advanced*.

Évaluations extra-financières

En mai 2019, LVMH a été classé dans le top 5 du secteur *Luxury Goods & Cosmetics* sur la base d'un rating de 53 / 100.

Depuis son lancement en juin 2013, LVMH est membre de l'indice Euronext Vigeo Eurozone 120, actualisé le 1er décembre 2019.

En décembre 2019, FTSE Russell a attribué à LVMH un rating de 4 / 5.

En janvier 2020, LVMH a été confirmé en tant que membre du FTSE4Good Global 100.

En 2019, LVMH a reçu le rating A (sur une échelle de AAA-CCC) dans l'évaluation des notations ESG MSCI au titre du secteur *Textiles, Apparel & Luxury goods* parmi les 11 plus importantes entreprises de son secteur.(1)

A fin 2019, LVMH a été reconduit dans les indices MSCI World, Europe, Euro et France.

(1) *Voir la déclaration de non-responsabilité de MSCI : https://www.msci.com*

En février 2020, LVMH s'est vu attribuer par Sustainalytics un rating global de notation des risques ESG de 81 / 100 et de 89 / 100 au titre respectivement des secteurs *Textiles & Apparel* et *Luxury Apparel*. LVMH est considéré par Sustainalytics, cabinet mondial de recherche et de notation dans le domaine environnemental, social et de la gouvernance, comme ayant « le plus faible » risque au regard des impacts financiers significatifs découlant des facteurs ESG. LVMH est également classé 2e au sein des secteur *Textiles & Apparel* et *Luxury Apparel*.

À fin 2019, LVMH était sélectionné dans les trois indices STOXX Global ESG Leaders, ESG Governance Leaders et ESG Social Leaders.

LVMH a été confirmé en tant que membre de l'indice Ethibel Sustainability Index EXCELLENCE Europe, mis à jour le 1er octobre 2019.

Le label Ethibel EXCELLENCE correspond aux entreprises les plus engagées dans la RSE susceptibles de figurer dans le registre d'investissement des fonds de placement ISR.

En décembre 2019, LVMH a été classé en 1re position des 504 entreprises analysées par Open Corporation, sur la base du score de 85,4 / 100.

Classements employeurs

Pour la 14e année consécutive, LVMH s'est classé à nouveau en 1re position des employeurs préférés des étudiants en école de commerce et management selon le classement Universum rendu public en avril 2019.

En septembre 2019, LVMH a pris pour la première fois la tête du classement Universum France des entreprises préférées des cadres expérimentés diplômés d'Écoles de Commerce. LVMH a pris également la 8e place du classement réalisé auprès des cadres expérimentés diplômés des Grandes Écoles d'Ingénieurs.

TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Le Rapport de responsabilité sociale 2019 traite notamment des politiques permettant de prendre en compte les trois principaux risques sociaux identifiés au titre de la déclaration de performance financière du groupe LVMH qui figure dans le rapport de gestion du Document d'enregistrement universel 2019.

Pour la description de ces politiques et de leurs résultats, se reporter aux pages suivantes du présent rapport.

Risques	*Politiques*	*Résultats*
PERTE DES SAVOIR-FAIRE ET DES COMPÉTENCES CLÉS DIFFICULTÉ À RECRUTER LES TALENTS	Partenariats académiques *p. 38-39, 75, 78* Institut des Métiers d'Excellence LVMH *p. 40-42, 68, 74* Formation et accompagnement des collaborateurs *p. 43-47* Programme EXCELLhanCE pour la formation et l'emploi de personnes en situation de handicap *p. 32, 74, 75* Accompagnement des talents féminins dans la prise de postes clés *p. 28-29*	Répartition des mouvements sous contrat à durée indéterminée par groupe d'activités et zone géographique *Document d'enregistrement universel p. 94* Investissement formation *p. 24-25, 43-44* Données relatives à la mobilité interne *p. 24-25, 46-47* Récompenses obtenues aux classements sur l'attractivité des employeurs *p. 81*
ATTEINTE À LA SANTÉ ET À LA SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS ET DES TIERS	Code de Conduite LVMH *p. 54-55, 73, 74* Dispositif d'alerte interne *Document d'enregistrement universel p. 59-60* Charte sur les conditions de travail des mannequins *p. 53, 73, 74* Investissements en hygiène, santé et sécurité *p. 24-25, 53* Formations des collaborateurs sur l'hygiène-santé-sécurité *p. 24-25, 53* Audits sociaux des fournisseurs et sous-traitants comprenant une dimension santé-sécurité *p. 60* Démarche relative à l'utilisation de composés chimiques, cosmétovigilance *Document d'enregistrement universel p. 56* Promotion d'une consommation responsable des vins et spiritueux *Document d'enregistrement universel p. 56-57*	Répartition, taux de fréquence et de gravité des accidents du travail *p. 53* Montants des investissements en hygiène et sécurité, et actions de sensibilisation *p. 24-25, 52-53* Données relatives aux audits sociaux, qui incluent une dimension santé-sécurité *Document d'enregistrement universel p. 54-55* Formation des collaborateurs et fournisseurs au standard interne LVMH Restricted Substances List *Document d'enregistrement universel p. 56*
PRATIQUES DISCRIMINATOIRES DANS LE CADRE PROFESSIONNEL	Code de Conduite LVMH *p. 54-55, 73, 74* Dispositif d'alerte interne *Document d'enregistrement universel p. 59-60* Code de Conduite Recrutement *p. 28, 73, 74* Formation spécifique des recruteurs *p. 28, 74* Contrôle indépendant des pratiques de recrutement *p. 28, 74* Programme EXCELLhanCE pour la formation et l'emploi de personnes en situation de handicap *p. 32, 74, 75* Accompagnement des talents féminins dans la prise de postes clés *p. 28-29*	Taux d'emploi de personnes en situation de handicap *p. 24-25, 32* Proportion de femmes aux postes clés *p. 24-25, 28* Nombre de bénéficiaires du programme de coaching d'accompagnement des talents féminins *p. 28-29, 43-44* Nombre de bénéficiaires du programme EXCELLhanCE *p. 32*

TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES INDICATEURS DE LA GLOBAL REPORTING INITIATIVE (STANDARDS)

	Rapport de responsabilité sociale 2019	*Document d'enregistrement universel 2019*
EMPLOI		
401. Emploi	*p. 24-25, 32-33, 38, 46, 58-67*	*p. 91-92*
SANTÉ ET SÉCURITÉ		
403. Santé et sécurité au travail	*p. 50-51, 52-53*	*p. 98-99*
416. Santé et sécurité des consommateurs	-	*p. 56-57, 111*
FORMATION		
404. Formation et éducation	*p. 40-47, 53, 62-63*	*p. 74, 94-95, 96-98*
ÉGALITÉ DE TRAITEMENT		
405. Diversité et égalité des chances	*p. 20, 28-35, 46, 60-67*	*p. 95-98, 102-104*
IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL		
202. Présence sur les marchés	*p. 75, 78, 38-41*	*p. 10-12, 13-32*
203. Impacts économiques indirects	*p. 58-67*	*p. 103-106*
RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES		
402. Relations sociales	*p. 54-55*	*p. 99-100*
SOUS-TRAITANCE ET FOURNISSEURS		
204. Pratiques d'achats	*p. 32-34, 60, 73, 75*	*Voir les § « sources d'approvisionnement et sous-traitance » p. 14-32*
414. Évaluation sociale des fournisseurs	-	*p. 51-52, 54-56*
ACTIONS EN FAVEUR DES DROITS DE L'HOMME		
406. Non-discrimination	*p. 20-22, 28-35, 62-67, 73, 75, 78*	*p. 51, 90, 95-98, 103, 104*
407. Liberté syndicale et droit de négociation collective	*p. 20-22, 54-55, 73, 75, 78*	*p. 51, 53-54, 99-100*
408. Travail des enfants	*p. 20-22, 40-42, 73, 75, 78*	*p. 50-56, 90, 102-104*
409. Travail forcé ou obligatoire	*p. 20-22, 73, 75, 78*	*p. 50-56, 90, 102-104*
410. Pratiques en matière de sécurité	*p. 75, 78*	*p. 50-54, 61-63, 90*
412. Évaluation des droits humains	-	*p. 50-56, 61-63, 90, 99-100, 102-104*
413. Communautés locales	*p. 58-67*	*p. 102-106*
LOYAUTÉ DES PRATIQUES		
205. Lutte contre la corruption	-	*p. 50-54, 58-60, 136, 156*
206. Comportement anticoncurrentiel	-	*p. 52-53, 108-111, 117*
415. Politiques publiques	*p. 20-22, 28, 34, 72-78*	*p. 50-60, 74-75, 90, 102*
417. Communication marketing et étiquetage des produits/services	-	*p. 56-57, 77-78, 111*
418. Vie privée des clients	-	*p. 60, 110*
419. Conformité socio-économique	-	*p. 50-60, 74-75, 77-78, 98, 110, 116-122, 159, 251*

Photographies

Couverture : LVMH / Quentin Monge - *p. 3-4 :* Joe Penney - *p. 5-6 :* Gwenn Dubourthoumieu – *p. 7-8 :* Fondation Louis Vuitton, Charlotte Robin – *p. 9-10 :* DR / LVMH Prize – *p. 11-12 :* Veuve Clicquot, Alexandre Tabaste – *p. 15-16 :* Justine Le Dortz – *p. 17-18 :* Philippe Wojazer – *p. 19 :* Jean-François Robert – *p. 22 :* Gabriel de la Chapelle – *p. 29 :* Julien Lutt, Joan Braun, Dennis Leupold – *p. 31 :* Nora Houguenade – *p. 33 :* Foucha Muyard – *p. 39 :* DR / LVMH – *p. 41 :* Walter Zollino, Dior / Alfredo Piola, Giacomo Cosua – *p. 45 :* Louis Vuitton / Christian Dior / Sephora, Gwenn Dubourthoumieu, Nora Houguenade – *p. 47 :* Nora Houguenade – *p. 51 :* Parfums Christian Dior / Rimowa, Thierry Courmaceul – *p. 59 :* Moët Hennessy, Louis Vuitton Malletier / Yong Joon Choi, DR / Belmond, UNESCO / Christelle ALIX – *p. 61 :* Veuve Clicquot / Stéphane Aït Ouarab, DR / LVMH, Alice Dardun – *p. 65 :* Gwenn du Bourthoumieu, Nicolas Du Pasquier, DR / Benefit Cosmetics – *p. 67 :* Gabriel de la Chapelle, Nora Houguenade – *4e de couverture :* LVMH / Quentin Monge

LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris – France
Tél. : 33 (0)1 44 13 22 22 – www.lvmh.fr – social.responsibility@lvmh.fr

Conception et réalisation : Pelham Media Ltd.