

LVMH

RAPPORT  
DE RESPONSABILITÉ  
SOCIALE 2018



<sup>6</sup> UNE STRATÉGIE RSE INCARNANT  
LES VALEURS ET LES ENJEUX DU GROUPE

<sup>14</sup> RESPECTER

<sup>21</sup> TRANSMETTRE

<sup>30</sup> ACCOMPAGNER

<sup>37</sup> S'ENGAGER

<sup>46</sup> ANNEXES



Chantal Gaemperle  
Directeur des Ressources Humaines et Synergies

Respecter, transmettre, accompagner et s'engager représentent les piliers de la responsabilité sociale chez LVMH. Notre démarche répond à des attentes accrues de transparence, d'éthique et d'implication positive dans la société qu'expriment tant nos salariés, nos partenaires, nos clients que plus largement le contexte sociétal. Elle s'appuie sur ce que nous sommes, sur notre position de groupe mondial leader dans son secteur, sur nos valeurs de créativité, d'entrepreneuriat et d'excellence, et sur la première de nos convictions : ce sont les femmes et les hommes qui font toute la différence.

En plaçant l'humain au centre de nos préoccupations, nous avons construit une démarche de responsabilité sociale qui repose sur la considération et le respect à apporter à chacun, et en premier lieu à nos collaborateurs. Notre engagement s'inscrit dans la durée : mener des actions concrètes pour développer tous les talents, accompagner les collaborateurs, construire des organisations plus inclusives et soutenir les populations défavorisées ou fragilisées.

À titre d'exemple, si les femmes constituent près des trois quarts de l'effectif du Groupe, elles ne représentaient encore en 2007 que 23% des équipes dirigeantes. En dix ans, animés par une volonté forte d'égalité des opportunités, nous avons fait passer ce taux à 42% et nous nous sommes donné pour objectif d'atteindre 50% en 2020. Dans la société, les femmes sont aussi les premières victimes de la pauvreté, les premières concernées par la monoparentalité. En 2018, nous avons accueilli à nouveau près de 6 000 personnes au Jardin d'Acclimatation à Paris, des femmes et des enfants issus de familles monoparentales, pour une journée dédiée au soutien professionnel et social, et aux loisirs. Cette journée s'inscrivait dans le cadre du programme LVMH Job coaching que le Groupe déploie avec ses Maisons tout au long de l'année pour soutenir les personnes en difficulté face à l'emploi.

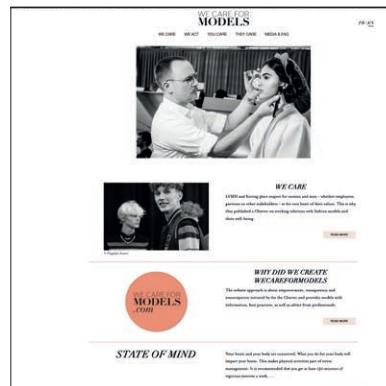
C'est ainsi que nous construisons et concevons notre approche : en œuvrant à plus d'équité pour chacun et en contribuant à la cohésion sociale. Ce rapport vous permettra de découvrir notre politique et les nombreuses actions que nous avons menées tout au long de l'année 2018 ainsi que leurs résultats.

# UNE ANNÉE D'ENGAGEMENTS DE LVMH ET DE SES MAISONS



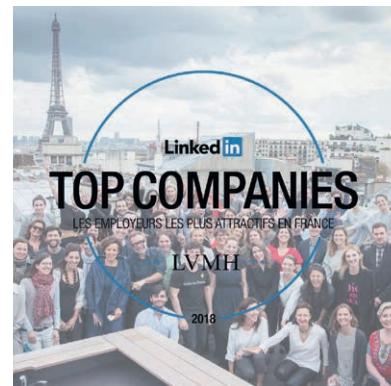
## Janvier 2018

Lors de la troisième édition du Village IME LVMH en Seine-Saint-Denis, les métiers d'excellence viennent à la rencontre des demandeurs d'emploi et des élèves.



## Février 2018

Le Groupe LVMH lance le site wecareformodels.com dans la continuité de la Charte sur les conditions de travail et le bien-être des mannequins de 2017.



## Mars 2018

Pour la troisième année consécutive, le Groupe LVMH est l'employeur le plus attractif en France dans le classement LinkedIn Top Companies.



## Mars 2018

À l'initiative du président de la République et de la secrétaire d'État chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes et de la lutte contre les discriminations, LVMH s'engage dans la *task force « égalité professionnelle »* du Forum économique mondial de Davos.



## Avril 2018

Le Groupe LVMH annonce la mise en place de la Maison des Startups, un programme d'accélération au sein de STATION F, pour accueillir chaque année 50 start-up internationales.



## Mai 2018

Bernard Arnault remet le deuxième LVMH Innovation Award, prix qui distingue une start-up dans le cadre du Salon Viva Technology.



#### Juin 2018

Le Prix LVMH pour les Jeunes Créateurs de Mode 2018 est remis à Masayuki Ino par Emma Stone et Jaden Smith, le 6 juin.



#### Juin 2018

LVMH organise la quatrième édition de son initiative d'Open Innovation et d'intrapreneuriat, DARE, en Chine.



#### Juillet 2018

Anne-Solène Rives, lauréate du Prix RSE Jeune Talent LVMH présente ses créations au Greenshowroom pendant la Fashion Week de Berlin.



#### Octobre 2018

Les Journées Particulières LVMH permettent à 180000 visiteurs de découvrir 77 lieux d'exception dans nos Maisons, situés dans 14 pays et sur 5 continents.



#### Octobre 2018

L'Institut des Métiers d'Excellence LVMH célèbre sa cinquième rentrée en France et en Suisse, et sa deuxième rentrée en Italie.



#### Décembre 2018

Le Dîner des Maisons engagées LVMH réunit les Maisons du Groupe engagées dans le soutien à la lutte contre la drépanocytose, au Palais Brongniart.

# UNE STRATÉGIE RSE INCARNANT LES VALEURS ET LES ENJEUX DU GROUPE

LE GROUPE LVMH FONDE SA POSITION DE LEADER SUR UN PATRIMOINE UNIQUE CONSTITUÉ DE 70 MAISONS D'EXCEPTION RÉPARTIES DANS 6 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

Fusion de Louis Vuitton et de Moët Hennessy, le Groupe LVMH a été créé en 1987. C'est en 1989 que Bernard Arnault en devient l'actionnaire majoritaire et le Président-directeur général avec une vision claire : faire de LVMH le leader mondial du luxe. Aujourd'hui, le Groupe LVMH compte 70 Maisons. Il est le seul acteur du luxe présent simultanément dans cinq secteurs

majeurs : Vins & Spiritueux, Mode & Maroquinerie, Parfums & Cosmétiques, Montres & Joaillerie et Distribution sélective. Le Groupe LVMH a pour vocation d'assurer le développement, avec une vision long terme, de chacune de ses Maisons dans le respect de leur identité et de leur autonomie en mettant à disposition toutes les ressources nécessaires à la création, à la fabrication et à la distribution sélective de leurs produits et services.



Louis Vuitton Malletier.

## 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.



**Montres & Joaillerie**  
Activité la plus récemment mise en place, le secteur des Montres & Joaillerie rassemble des Maisons de premier plan aux positionnements complémentaires.



**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.



**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.

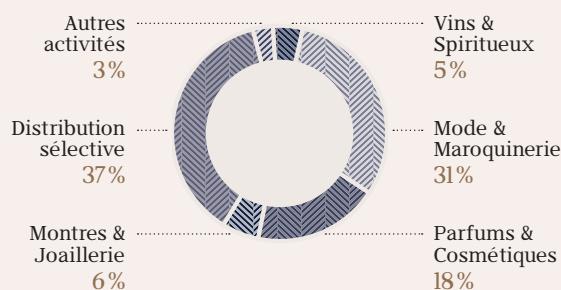


**Parfums & Cosmétiques**  
Acteur mondial majeur dans le parfum, le maquillage et le soin, le pôle Parfums & Cosmétiques regroupe de grandes Maisons historiques et des jeunes marques à fort potentiel.



**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, pour une expérience client unique.

### EFFECTIF PAR ACTIVITÉ (en %)



## DES VALEURS PARTAGÉES

Trois valeurs fondamentales sont les piliers de notre performance et de notre pérennité. Partagées par tous, elles guident les actions de nos collaborateurs avec cette conviction forte que ce sont nos talents qui sont au cœur de notre réussite.

### Être créatifs et innovants

La créativité et l'innovation sont inscrites dans les gènes de LVMH et 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 s'inscrivant dans le respect de leur patrimoine.

### Offrir 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.

### Cultiver 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.

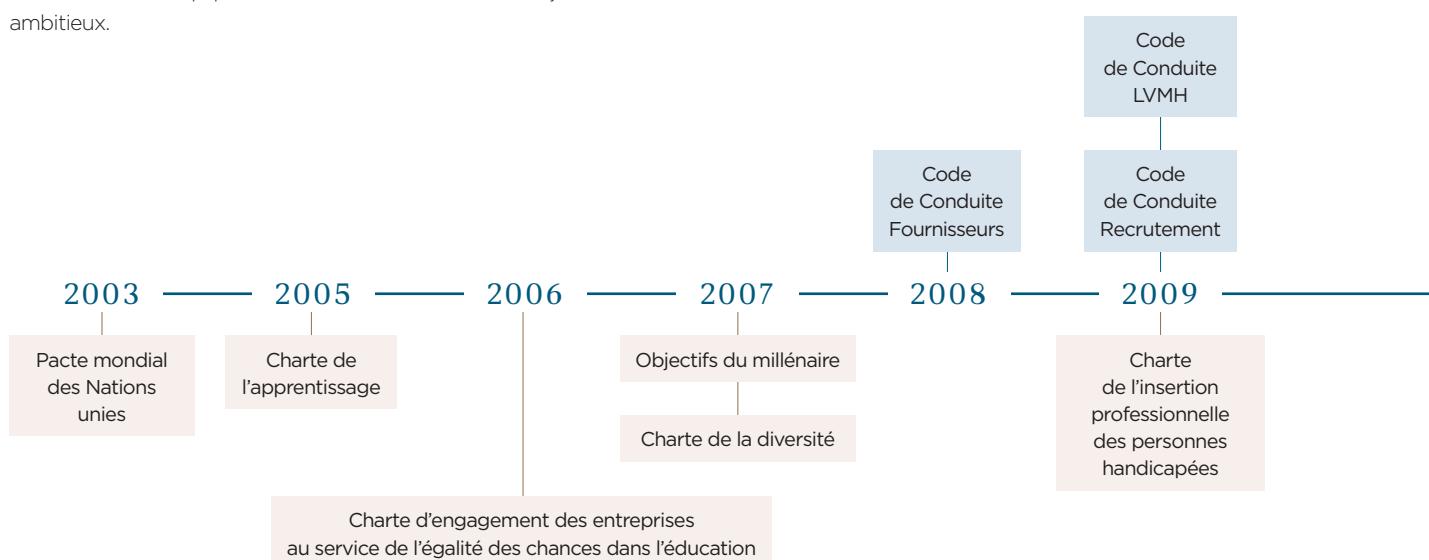
## DES VALEURS AUX ENGAGEMENTS

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.

LVMH 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, LVMH rejoint ainsi un certain nombre d'initiatives internationales et nationales majeures.

Dès 2003, le Groupe LVMH a manifesté 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 10 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 des Nations unies 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.



Codes et chartes internes de LVMH.  Engagements publics signés par LVMH.

NB : pour les engagements relatifs à l'environnement, se reporter au Rapport environnement 2018 de LVMH.

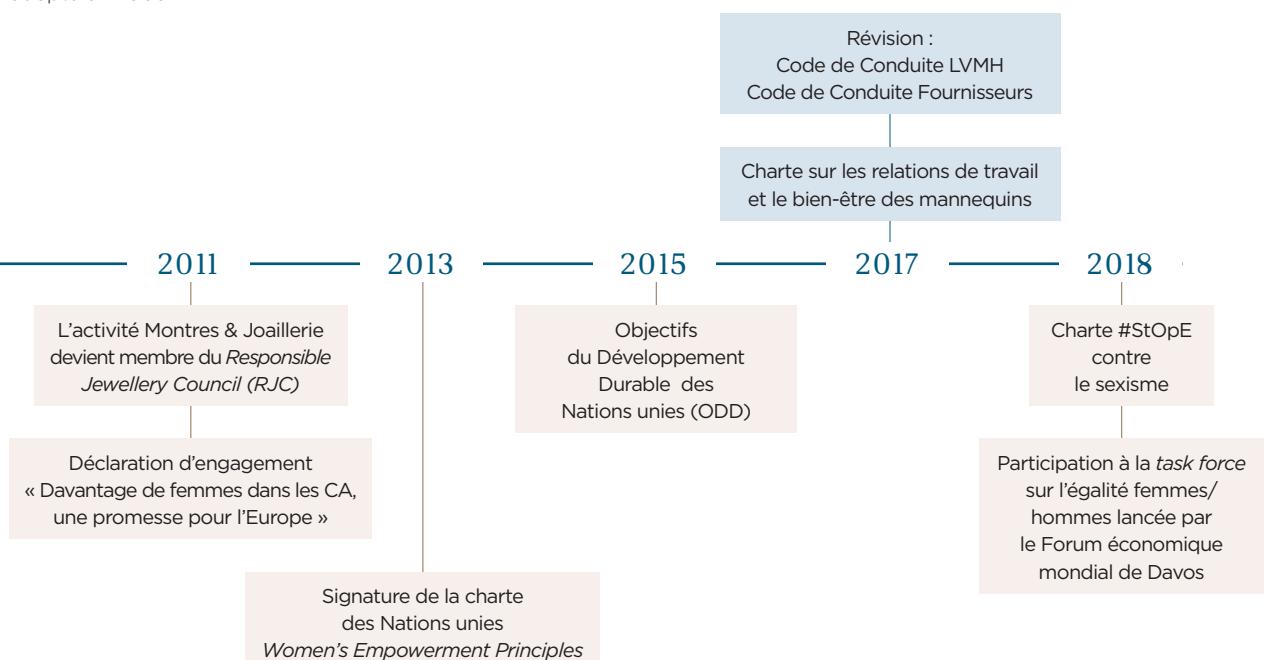
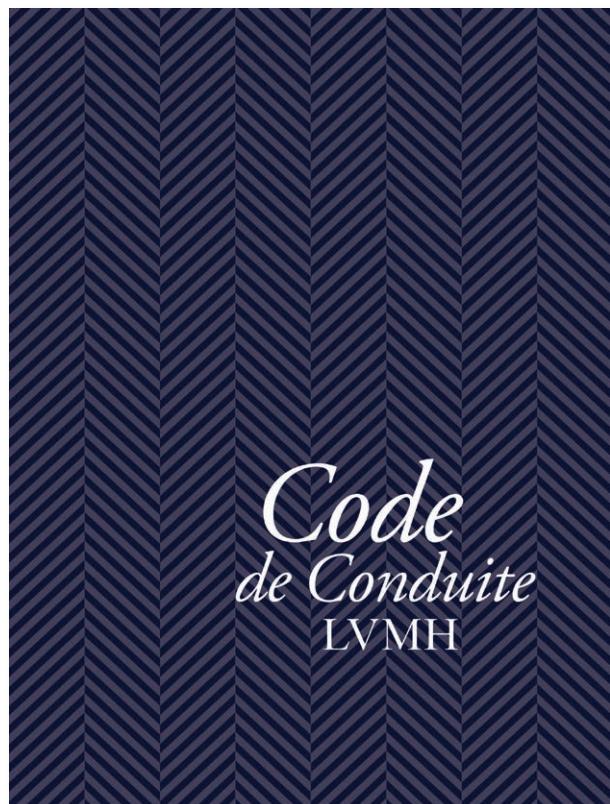
## LE CODE DE CONDUITE LVMH

Le Code de Conduite LVMH, adopté en 2009 et révisé en 2017, 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.
- Mérir la confiance des clients.
- Mérir la confiance des actionnaires.
- Concréter et promouvoir l'intégrité dans la conduite des activités.

Ce Code de Conduite ne remplace pas les codes et chartes existant au sein des Maisons mais leur sert de base commune et de source d'inspiration. Le cas échéant, les principes du Code peuvent être précisés par chaque Maison en fonction de son secteur d'activité ou de son implantation géographique. En outre, des codes ou chartes d'application locale peuvent être déployés lorsque cela s'avère pertinent au regard des législations et des réglementations locales.

Au niveau du Groupe, le Code de Conduite est complété de déclinaisons spécifiques : le Code de Conduite Fournisseurs, également révisé fin 2017, et le Code de Conduite Recrutement, adopté en 2009.



## L'INTÉGRATION DES ENJEUX SOCIAUX ET SOCIÉTAUX

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

L'exercice de cartographie des risques mené 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 (se reporter au rapport de gestion du Document de référence 2018) récapitule les risques retenus comme « principaux » par les représentants de différentes fonctions centrales et par la Direction générale. Dans le cadre de la DPEF, 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 groupes d'activités, LVMH considère comme un enjeu majeur la marginalisation des populations fragiles.

La démarche sociale et sociétale du Groupe s'inscrit pleinement dans la mise en œuvre de la loi du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance. Le Document de référence 2018 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 des personnes ».

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 est 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 : Christian Dior Couture, Hennessy et Parfums Christian Dior ont signé un accord sur l'emploi des travailleurs handicapés et Sephora a signé une convention avec l'Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées (Agefiph); LVMH a cofondé l'association Accompagner la réalisation des projets d'études de jeunes élèves et étudiants handicapés (Arpejeh) en 2008 et siège à son conseil d'administration; LVMH a lancé le programme EXCELLhanCE (en partenariat avec l'Agefiph, Pôle emploi et Opcaalia), dans lequel sont engagés Berluti, Fred, Givenchy, Guerlain, Le Bon Marché, Louis Vuitton et Sephora.
- Relations fournisseurs : LVMH est adhérent de Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) et d'EcoVadis pour le secteur Parfums & Cosmétiques.
- Compétences et savoir-faire : pour l'ensemble des partenariats avec les écoles et établissements d'enseignement spécialisés, se reporter au chapitre « Transmettre » (p. 21-29).
- Insertion professionnelle, aide aux populations, recherche médicale : pour les partenariats spécifiques à ces engagements, se reporter au chapitre « S'engager » (p. 37-45).

	Interaction régulière	Interaction ponctuelle
<b>Parties prenantes internes</b>	<p>Relations et dialogue social avec les organisations représentatives du personnel : Comité commun des sociétés européennes, Comité de Groupe et comités d'entreprise (CE).</p> <p>Comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).</p> <p>Réseaux spécifiques de collaborateurs (par exemple EllesVMH).</p>	<p>Accords d'entreprise portant sur des thématiques spécifiques.</p> <p>Enquêtes de satisfaction et mesure de l'engagement des collaborateurs.</p>
<b>États, institutions multilatérales, administrations, collectivités territoriales et autorités de contrôle</b>	<p>Relations découlant des multiples interfaces des Maisons au regard des réglementations internationales, nationales et locales de tous ordres.</p> <p>Relations avec les régulateurs (Autorité des marchés financiers...).</p> <p>Déclarations diverses aux administrations (maladies et accidents du travail, impôt, fiscalité...).</p>	<p>Signature de chartes d'engagement (diversité, apprentissage...).</p> <p>Expérimentation de bonnes pratiques.</p> <p>Participation à des projets maillant les différents acteurs d'un territoire.</p>
<b>Investisseurs, actionnaires et organismes d'évaluation extra-financière</b>	<p>Assemblée générale et Club des actionnaires.</p> <p>En liaison avec la Direction de la Communication financière :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation à des road shows (analystes financiers et extra-financiers).</li> <li>- Réponse aux questionnaires environnement, social et gouvernance (ESG) des agences de notation.</li> </ul>	<p>Demandes ponctuelles d'investisseurs, de gestionnaires d'actifs et d'organismes d'évaluation (en liaison avec la Direction de la Communication financière).</p> <p>Participation à des conférences, groupes de travail et débats publics.</p>
<b>Parties prenantes externes contractuelles</b>	<p>Suivi de la relation client.</p> <p>Relations avec les fournisseurs, sous-traitants et partenaires commerciaux.</p> <p>Commissaires aux comptes et auditeurs externes.</p> <p>Organismes certificateurs.</p> <p>Adhésion à des réseaux d'experts et académiques.</p> <p>Adhésion à des fédérations professionnelles et de place (patronales, métiers...).</p>	<p>Traitement des réclamations des clients.</p> <p>Questionnaires et audits de fournisseurs et sous-traitants.</p>
<b>Parties prenantes externes non contractuelles</b>	<p>Organisations non gouvernementales (ONG), fondations, associations d'intérêt général.</p> <p>Associations de consommateurs.</p> <p>Médias.</p>	<p>Campagnes ponctuelles ou thématiques d'ONG et d'associations de consommateurs.</p> <p>Relations avec les associations de riverains en fonction des projets d'implantation.</p>

## LES 4 PILIERS DE LA RSE

À partir de l'intégration de ses enjeux sociaux et sociétaux et de ses interactions avec ses parties prenantes, LVMH a construit une politique de responsabilité sociale qui lui permet de faire vivre ses valeurs. Elle déploie celle-ci avec l'aide de ses Maisons. 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 : prévenir les discriminations et respecter les singularités.
- Transmettre : développer les talents et préserver les savoir-faire.
- Accompagner : améliorer la qualité de vie au travail.
- S'engager : valoriser les territoires et s'impliquer auprès 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.

<b>Respecter</b> (Prévention des discriminations, respect des singularités)	<b>73%</b> de femmes dans les effectifs totaux du Groupe. <b>42%</b> des postes clés du Groupe occupés par des femmes. Objectif « 50/50 by 2020 » pour atteindre la parité à ces postes. <b>41</b> Maisons ont signé la charte mondiale des Nations unies sur les « Principes d'autonomisation des femmes ». <b>13,3%</b> de salariés âgés de 50 ans et plus. <b>32,6%</b> de salariés de moins de 30 ans. <b>1,1%</b> de salariés en situation de handicap. (4,4% en France, addition du taux d'emploi direct et indirect). <b>+17%</b> d'achats auprès du secteur protégé et adapté en France.
<b>Transmettre</b> (Talents et savoir-faire)	<b>156 088 collaborateurs.</b> <b>40 614</b> recrutements en CDI. <b>8 527</b> emplois créés en CDI. <b>+7,8%</b> investis dans la formation. <b>58,9%</b> de salariés bénéficiaires d'une formation. <b>56%</b> des postes de managers pourvus par mobilité interne. <b>1 443</b> jeunes en contrats d'apprentissage ou de professionnalisation à fin 2018 en France. <b>500</b> apprentis formés à l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH depuis 2014.
<b>Accompagner</b> (Qualité de vie)	<b>+24,6%</b> investis dans l'amélioration des conditions de travail. <b>+27,4%</b> de salariés formés à la sécurité. <b>4,9%</b> de taux d'absentéisme. <b>13%</b> de l'effectif concerné par des horaires variables ou aménagés. <b>107</b> accords d'entreprise en France.
<b>S'engager</b> (Territoires et communautés)	<b>130 M€</b> investis en R&D. <b>180 000</b> visiteurs lors des Journées Particulières 2018. <b>89</b> postes de travail disponibles dans la Maison des Startups LVMH ouverte à STATION F en France. <b>588</b> stagiaires de 3 <sup>e</sup> accueillis. dont <b>149</b> stagiaires de 3 <sup>e</sup> issus d'établissements classés REP. <b>4 500</b> actions de tutorat et de parrainage. Un soutien constant à des organisations venant en aide à des populations fragilisées et en détresse.

Données Groupe monde (sauf indication contraire).

## UNE DÉMARCHE ÉVALUÉE ET RECONNUE



Signataire du Pacte mondial des Nations unies, LVMH a publié en novembre 2018 sa *communication on progress* (COP) au titre du niveau *GC advanced*.

### Évaluations extra-financières



Depuis son lancement, en juin 2013, LVMH est membre de l'indice Euronext Vigeo Eurozone 120, actualisé le 1<sup>er</sup> décembre 2018.



En janvier 2019, LVMH a été confirmé en tant que membre du FTSE4Good Global 100.



En mars 2018, LVMH a été reconduit dans les indices MSCI Europe et MSCI France parmi le top 10 des entreprises. Début 2019, LVMH était également sélectionné dans le MSCI World. En décembre 2018, LVMH a obtenu le *rating ESG « A »* au titre du secteur *textiles, apparel & luxury goods* parmi les 10 plus importantes entreprises de son secteur.



Lors de la mise à jour officialisée en septembre 2018, LVMH a été confirmé en tant que membre de l'indice Ethibel Sustainability Index. En décembre 2018, l'attribution du label Ethibel EXCELLENCE a été reconduite par le Forum Ethibel. Ce label correspond aux entreprises les plus engagées dans la RSE susceptibles de figurer dans le registre d'investissement des fonds de placement ISR.

### Classements employeurs



Pour la 13<sup>e</sup> année consécutive, LVMH arrive en 1<sup>re</sup> position des employeurs préférés des étudiants en école de commerce et management selon le classement Universum rendu public fin mars 2018.



Pour la 3<sup>e</sup> édition du classement LinkedIn Top Companies et la 3<sup>e</sup> année consécutive, LVMH a été désigné en mars 2018 « employeur le plus attractif en France ». En 2018, le Groupe fait également son entrée à la 19<sup>e</sup> place du classement dédié aux États-Unis.

A black male tailor with a shaved head and a beard, wearing a white tailoring jacket over a black t-shirt, is shown from the chest up. He is focused on his work, using a needle and thread to sew a dark fabric, likely a suit jacket, which is draped over a wooden chair. His hands are visible, showing a watch on his left wrist. The background is a soft-focus studio or workshop environment.

# RESPECTER

*Favoriser l'inclusion  
et l'égalité professionnelle*

*Faire des seniors  
les piliers de la transmission*

*Soutenir l'emploi  
des personnes en situation  
de handicap*

# FAVORISER L'INCLUSION ET L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

LA PRÉVENTION DES DISCRIMINATIONS ET LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ SONT ANCRÉES DANS LA CULTURE DU GROUPE LVMH, À TOUTES LES ÉTAPES DU PARCOURS DES COLLABORATEURS.

AVEC UN EFFECTIF AUX TROIS QUARTS FÉMININ, LE GROUPE ACCORDE UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET AU DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL DES FEMMES.

## LVMH SIGNE LA CHARTE #StOpE

LVMH a signé en décembre 2018 la charte #StOpE, s'engageant à lutter contre le sexe « ordinaire » en entreprise et à mettre en place l'une des huit actions prioritaires de cette charte dès 2019.

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 révisé en 2017 réaffirme et enrichit les principes de conduite devant guider l'action de chacun. Il précise que « LVMH bannit toute discrimination, que ce soit en matière de recrutement, de rémunération, d'heures de travail et de repos ou de congés payés, de protection de la maternité, de sécurité de l'emploi, d'affection de postes, d'évaluation, de formation, de perspectives d'emploi et de sécurité et santé au travail » et que « 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'affiliation syndicale et d'orientation sexuelle ou d'identité de genre ».

Adopté en 2009, le Code de conduite Recrutement est également largement diffusé à l'ensemble des collaborateurs exerçant une activité de recrutement dans le Groupe. Il précise l'éthique du recrutement chez LVMH à travers quatorze engagements. Un accent particulier est mis sur la prévention de toute forme de discrimination et sur la promotion de la diversité.

Depuis 2011, le Groupe forme spécifiquement ses recruteurs à la prévention des discriminations à travers une session de formation obligatoire dont le contenu a été enrichi en 2018.

D'autre part, le Groupe a mis en place depuis 2008 un contrôle indépendant de ses pratiques de recrutement en faisant réaliser par un cabinet indépendant des tests de discrimination sur ses offres d'emploi publiées. Les campagnes sont déployées sur de longues périodes, à intervalles réguliers, et à l'échelle mondiale depuis 2014. 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.

## ACCOMPAGNER LES TALENTS FÉMININS

Les femmes représentent en 2018 près des trois quarts (73%) des effectifs totaux (CDI) de LVMH. Certains secteurs d'activité sont très féminisés, notamment les Parfums & Cosmétiques

## Le développement professionnel des femmes en 2018

**42 %**

des postes clés du Groupe occupés par des femmes.  
Objectif « 50/50 by 2020 » pour atteindre la parité à ces postes.

**73 %**

de femmes dans les effectifs totaux du Groupe.

**32**

participantes au coaching EllesVMH.

**41**

Maisons engagées à respecter les Principes d'autonomisation des femmes de l'ONU.

## UNE TASK FORCE POUR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

Antoine Arnault, membre du Conseil d'administration du Groupe LVMH, a acté, le 8 mars 2018, la participation de LVMH à une *task force* public/privé pour l'égalité femmes/hommes, à l'invitation du président de la République française et sur proposition de la secré-

taire d'État à l'Égalité entre les femmes et les hommes. Le Forum économique mondial de Davos est à l'origine de cette initiative, qui propose depuis cinq ans à des pays volontaires de mettre en place un consortium public/privé, afin d'établir un plan d'objectifs à

trois ans pour échanger et promouvoir de bonnes pratiques en matière d'égalité femmes/hommes au travail. La France est le premier pays européen à participer à cette initiative.

(83%), la Distribution sélective (83%) ou la Mode & Maroquinerie (69%). À l'opposé, les hommes sont majoritaires dans les métiers des Vins & Spiritueux, où ils représentent 62% des effectifs, mais la part des femmes dans les recrutements y augmente ces dernières années (45% en 2018 contre 43% en 2017).

Afin que la forte représentation des femmes se confirme à tous les niveaux hiérarchiques, LVMH met en place des dispositifs d'accompagnement des carrières et de détection des potentiels. Il s'agit là d'une ambition essentielle. Ainsi, en 2018, à l'échelle du Groupe, 65% des postes de cadre et 42% des postes clés sont occupés par des femmes (contre respectivement 59% et 23% en 2007), et 13 entités ont à leur tête une Présidente.

S'agissant des postes clés, LVMH s'est fixé un objectif de parité à l'horizon 2020, résumé par le slogan « 50/50 by 2020 ». Afin d'atteindre cet objectif, le Groupe déploie annuellement un programme de coaching pour ses talents féminins les plus prometteurs. En 2018, 33 collaboratrices à « haut potentiel » ont participé à ce programme (200 depuis son lancement, en 2013). 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 et le Groupe Les Echos se sont dotés d'un budget spécifique permettant chaque année de combler certains écarts qui traduirait une situation potentiellement discriminatoire liée au sexe.

## DES PROGRAMMES À L'ÉCHELLE MONDIALE

Lancé en 2007, le programme EllesVMH regroupe l'ensemble des actions menées au sein du Groupe visant à promouvoir un environnement de travail épanouissant pour les femmes et à favoriser leur développement professionnel en leur garantissant d'égales opportunités. Devenu une véritable marque internationale, 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 de EllesVMH Coaching (33 participantes en 2018) ou encore de la formation EllesVMH Connect.

Le programme d'intrapreneuriat DARE (voir p. 27) a connu en 2018 sa déclinaison DARE EllesVMH pour mettre l'open innovation au service de l'amélioration de la représentativité femmes/hommes au sein du Groupe LVMH. DARE EllesVMH a notamment été l'occasion de réfléchir collectivement aux moyens d'atteindre l'objectif « 50/50 by 2020 ». Parmi près de 750 collaborateurs ayant soumis leurs solutions innovantes pour répondre aux enjeux de la diversité, 60 talents du Groupe et de ses Maisons ont participé à l'événement, qui s'est tenu du 6 au 9 mars 2018 près de Venise, en Italie. À l'issue, trois projets ont été retenus pour entrer en phase de développement, les équipes gagnantes bénéficiant d'un accompagnement et d'un mentorat pour leur permettre de concrétiser leur idée.



Session de DARE.

## LES MAISONS LVMH ENGAGÉES POUR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

### Christian Dior Couture

La Maison appuie ses actions sur un accord d'entreprise qui comporte quatre leviers : la mixité des équipes, la garantie de niveaux de rémunération équivalents, le développement de carrière des femmes et l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle.



### Guerlain

Guerlain est partenaire du Cosmetic Executive Women (CEW), premier réseau international des professionnels de la beauté dont la mission est de favoriser l'épanouissement et le parcours professionnel des managers et futurs managers du secteur de la beauté. Il rassemble aujourd'hui 10000 membres regroupés dans 3 associations : CEW US, CEW UK et CEW France.



### Hennessy

Pour la période 2016-2018, la Maison Hennessy a adopté un accord portant sur l'égalité professionnelle femmes/hommes qui prévoit notamment des actions autour de la parentalité : entretien de

carrière lors du retour de congé maternité ou de congé d'adoption; augmentation de la durée du congé paternité de neuf jours pour les naissances simples et de seize jours pour les naissances multiples; prise en compte à hauteur de 100% de la durée du congé parental d'éducation dans les avantages liés à l'ancienneté; pour les congés parentaux d'éducation à temps complet d'une durée supérieure à trois mois, versement d'une prime de présence parentale (4500 euros bruts par année de congé). Évoluant au sein du secteur Vins & Spiritueux, davantage masculin, Hennessy organise par ailleurs le programme « Vignoble au féminin », un forum de rencontres et d'échanges pour les viticultrices qui vise à encourager les vocations féminines.



### Louis Vuitton

La Maison Louis Vuitton dispose d'un plan annuel d'action en faveur de l'égalité femmes/hommes, qui couvre le recrutement, la mobilité professionnelle, la rémunération, l'exercice de la responsabilité familiale ou encore la santé au travail. En 2018, 74% des collaborateurs qui ont bénéficié d'une promotion étaient des femmes, alors qu'elles représentent 67% des collaborateurs. Louis Vuitton diffuse également des vidéos valorisant la place des hommes dans les métiers de la vente, et celle des femmes dans les fonctions de direction/management.



# FAIRE DES SENIORS LES PILIERS DE LA TRANSMISSION

COMPTE TENU DE L'IMPORTANCE DE LA TRANSMISSION  
DES SAVOIR-FAIRE DANS SON MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR,  
LE GROUPE LVMH DÉPLOIE DES POLITIQUES SPÉCIFIQUES POUR  
LA GESTION ET LE DÉVELOPPEMENT DE SES COLLABORATEURS SENIORS.

Pour LVMH, l'emploi des collaborateurs seniors est un enjeu déterminant qui doit être traité de façon différenciée selon les zones géographiques : en France, l'effectif des seniors (50 ans et plus) représente en 2018 un pourcentage de 23,3%, alors qu'il n'est que de 13,3% 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.

La Direction des Ressources humaines du Groupe encourage une approche globale de gestion et de développement des collaborateurs seniors, articulée autour de différentes étapes :

- 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'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 avec des prestataires de séances d'information sur les dispositifs de retraite, suivies d'entretiens individuels avec les collaborateurs.

## TUTORAT ET TRANSMISSION

Toutes les entités françaises du Groupe, quelle que soit leur taille, ont adopté un dispositif de type « contrat de génération » dans le triple objectif de développer l'accès des jeunes à l'emploi, de maintenir les seniors en emploi et d'assurer la transmission des savoirs et expériences entre les générations. Ces accords prévoient notamment le développement d'une véritable politique de tutorat, avec une professionnalisation des tuteurs grâce à des formations dédiées.

Christian Dior Couture a continué son engagement en 2018 par le recrutement de six collaborateurs seniors et par le maintien dans l'emploi des collaborateurs seniors, à travers des contrats de professionnalisation, la mise en place de mesures destinées à favoriser l'amélioration des conditions de travail et la prévention de la pénibilité. En 2018, un entretien de dernière partie de carrière a été proposé à tous les seniors âgés de 55 ans et plus, susceptible de se traduire par un aménagement des conditions d'emploi ou du temps de travail. Enfin, des dispositifs de rachat de trimestres de retraite et de cumul emploi/retraite sont proposés et expérimentés par les collaborateurs volontaires.

Kenzo a adopté un contrat de génération pour la période 2017-2020 qui prévoit de maintenir une proportion de 5% de collaborateurs seniors (âgés de 50 ans et plus) dans les recrutements effectués chaque année 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.

Moët Hennessy Diageo a reconduit son contrat de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC)/contrat de génération, signé en 2013, qui prévoit le maintien de l'emploi des seniors de l'entreprise à hauteur de 8%.

Parfums Christian Dior a formalisé en 2016 un 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.

## Taux d'emploi des seniors en 2018

**23,3 %**  
en France.

**13,3 %**  
dans le monde.

# SOUTENIR L'EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

LE SOUTIEN À L'INSERTION ET À L'EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP EST À L'ORIGINE DE LA DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE DE LVMH. SOUS L'IMPULSION DE LA MISSION HANDICAP, LES ENGAGEMENTS DU GROUPE ET DE SES MAISONS SE CONCRÉTISENT DANS LE RECRUTEMENT, LE MAINTIEN DANS L'EMPLOI ET LE RECOURS AU SECTEUR PROTÉGÉ ET ADAPTÉ.

Depuis 2007, la Mission Handicap met en œuvre 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 35 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.

## RECRUTEMENT ET MAINTIEN DANS L'EMPLOI

LVMH encourage ses Maisons à recruter tous les talents, valides comme 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.

Louis Vuitton au Japon a atteint en 2018 un taux d'emploi de 2,2% et son objectif est d'atteindre le niveau de 2,3% fixé par le ministère de la Santé du Japon d'ici à 2020. Dans ce pays, Louis Vuitton se classe parmi les entreprises les plus actives et efficaces sur le sujet et collabore avec cinq agences de recrutement avec l'objectif de recruter des candidats en situation de handicap.

Loro Piana a développé un partenariat avec la plateforme Jobmetoo, fournisseur italien spécialisé dans l'employabilité des personnes handicapées, qui aide la Maison à sélectionner des candidats qualifiés sur les postes vacants.

LVMH Fragrance Brands a renouvelé, sur ses sites industriels, l'organisation de la journée « Un jour, un métier » permettant à des personnes en situation de handicap de découvrir ses métiers dans la perspective de recrutements ultérieurs, en intérim ou en contrat CDD ou CDI.

Les Maisons LVMH proposent à leurs collaborateurs déclarant une situation de handicap des solutions pour garantir leur maintien dans l'emploi, que ce soit en aménageant leur poste de travail ou en les accompagnant vers un changement d'activité. Par exemple, au sein du site de production La Ruche de Guerlain, basé à Chartres, une ligne de production manuelle a été créée permettant le maintien dans l'emploi des collaborateurs en situation de handicap. Ce sont ainsi cinq emplois qui ont été préservés. Christian Dior Couture a renouvelé pour trois ans en 2016 son accord d'entreprise en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap. En 2018, la Maison a financé des outils de travail (matériel informatique, loupes) et pris en charge des déplacements de postes.

### TAUX D'EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP EN 2018

**4,4 %**

en France en normes officielles  
(addition des taux d'emploi  
direct et indirect).

**1,1 %**

dans le monde.

### RECOURS AU SECTEUR PROTÉGÉ ET ADAPTÉ

**8,3 M€**

de prestations confiées au secteur protégé et adapté.  
+ 17 % par rapport à 2017.

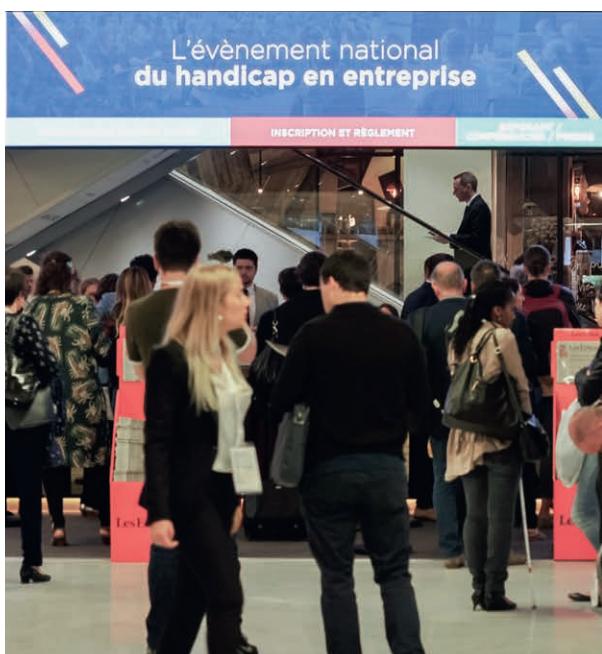
Le volume d'achats représente 415 emplois  
en équivalent temps plein (ETP).

Moët & Chandon a créé en 2011 l'entreprise adaptée MHEA, qui emploie 100% de travailleurs handicapés et qui permet d'accueillir dans les meilleures conditions des collaborateurs touchés par le handicap, tout en conservant leurs conditions de rémunération.

## SOUTIEN AU SECTEUR PROTÉGÉ ET ADAPTÉ

LVMH incite ses Maisons à développer leurs relations avec le secteur protégé et adapté. De fait, le volume de prestations confiées à ce secteur a connu une forte hausse en 2018. La plupart des Maisons du Groupe en France ont développé des initiatives dédiées, qu'il s'agisse d'une plateforme d'achats permettant d'assurer une relation directe entre les établissements et services d'aide par le travail/entreprises adaptées (ESAT/EA) et les équipes achats ou de collaborations et challenges innovants dans de multiples catégories d'achats et sous-traitance. La Mission Handicap LVMH a publié en 2018 une nouvelle édition de l'annuaire des fournisseurs du secteur protégé et adapté, distribué aux responsables ressources humaines et aux acheteurs des Maisons du Groupe.

À l'initiative de LVMH et du pôle événement des Echos, le Salon Handicap, Emploi et Achats Responsables a tenu sa troisième édition en mai 2018 et accueilli près de 3500 visiteurs. Plus de 150 ESAT/EA étaient présents, représentant tous les secteurs d'activité. Afin de sensibiliser et former les personnes présentes, un programme composé de plus de 60 conférences et ateliers de formation était proposé, mobilisant près de 500 experts.



Troisième édition du Salon Handicap, Emploi et Achats Responsables.

## PARTENARIATS ET INITIATIVES

En 2018, LVMH a lancé avec l'Agefiph la troisième promotion d'EXCELLhanCE, qui permet à des personnes en situation de handicap d'obtenir un diplôme et une expérience significative dans les Maisons du Groupe. Ce dispositif s'appuie sur des formations en alternance d'une durée de douze à vingt-quatre 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, basé sur des mises en situation professionnelle permettant une identification objective des aptitudes et des compétences de chacun. En partenariat avec 7 Maisons, cette promotion a permis l'intégration en contrat de professionnalisation de 12 personnes en situation de handicap.

À l'occasion de la Journée internationale des personnes handicapées, le 3 décembre 2018, LVMH a célébré l'engagement de ses Maisons au travers d'une newsletter diffusée à l'ensemble des collaborateurs au niveau mondial.

Parmi les initiatives portées par les Maisons :

- En Italie, les Maisons sont regroupées autour d'un partenariat avec les associations Associazione italiana persone Down (AIPD) et Associazione genitori e persone con sindrome di Down (AGPD) pour soutenir l'insertion sociale et professionnelle des personnes atteintes du syndrome de Down.
- Chaumet soutient l'association Présédis pour collecter du matériel d'écriture et le distribuer à des élèves en situation de handicap.
- Louis Vuitton a soutenu en 2018 le dispositif Handi-Avenir, qui organise l'accompagnement et la construction du projet professionnel de personnes en situation de handicap, suivis par des parrains, collaborateurs et managers volontaires.
- Moët Hennessy Diageo s'associe depuis trois ans à l'opération « Mets tes Baskets dans l'entreprise » au profit de l'association ELA (Association européenne contre les leucodystrophies). La Maison a également soutenu en 2018 l'Association Le rire médecin, qui redonne aux enfants hospitalisés le pouvoir de jouer et de rire pour mieux faire face à la maladie. Intervenant dans 46 services pédiatriques, les 100 clowns professionnels de l'association offrent chaque année près de 80 000 spectacles personnalisés aux enfants, à leur famille et aux soignants.

# TRANSMETTRE

*Assurer le  
« futur de la tradition » par  
le recrutement de talents*

*Contribuer à la pérennité  
des savoir-faire en favorisant  
leur transmission*

*Contribuer au développement  
des collaborateurs  
tout au long de leur carrière*



# ASSURER LE « FUTUR DE LA TRADITION » PAR LE RECRUTEMENT DE TALENTS

LE GROUPE LVMH CHERCHE EN PERMANENCE À ATTIRER LES MEILLEURS PROFILS CORRESPONDANT À SES BESOINS ACTUELS ET FUTURS. LES RELATIONS ÉTROITES QU'IL ENTRETIENT AVEC DE NOMBREUSES ÉCOLES ET UNIVERSITÉS PERMETTENT D'ALLER À LA SOURCE DES TALENTS ET DE CONSOLIDER SA POSITION D'EMPLOYEUR DE RÉFÉRENCE.

Groupe au rayonnement international, innovant continuellement vers de nouveaux relais de croissance, LVMH propose des perspectives de carrière passionnantes : la diversité des Maisons et des métiers qui le constituent offre à ses collaborateurs des possibilités d'évolution variées, à tous les niveaux de l'organisation. La sélection des candidats souhaitant intégrer le Groupe repose sur un réseau interne de 800 recruteurs, qui cherchent en permanence à renforcer leur efficacité et leur connaissance du marché via la mise en place d'outils de recrutement innovants. Le digital est désormais incontournable pour toucher une population élargie de candidats, optimiser leur expérience et garantir la diversité des profils recrutés. En 2018, le Groupe a travaillé sur son image en tant qu'employeur, notamment pour mieux décrire son écosystème sur les réseaux sociaux. Plusieurs autres initiatives illustrent cette démarche : un partenariat étroit 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 ACADEMIQUES POUR IDENTIFIER LES FUTURS TALENTS

Afin de créer une passerelle entre la sphère académique où évoluent les jeunes talents et le monde professionnel, LVMH a lancé en 2018 le programme Inside LVMH. Ce parcours digital de quatre mois a permis à près de 5000 étudiants de 50 écoles et universités partenaires en Europe de s'immerger dans 5 champs d'expertise de LVMH. À l'issue de ce cursus, 50 équipes composées de 200 étudiants ont été sélectionnées pour partager avec les cadres dirigeants du Groupe leurs idées innovantes sur « L'expérience du luxe de demain ». Au total, plus de 350 étudiants ont été recrutés dans le cadre de ce programme.

En 2018, LVMH a continué à renforcer ses liens historiques avec des écoles et universités internationalement reconnues telles que l'ESSEC, HEC et Telecom ParisTech en France, Central Saint Martins

## Effectifs 2018

**156 088**

collaborateurs.

+7,4% par rapport à 2017.

**40 614**

recrutements en CDI.

+22,3% par rapport à 2017.

**8 527**

emplois créés en CDI.

**8 128**

recrutements en CDD

en France.



### INSIDE LVMH : LES PRIMÉS 2018

À l'occasion de la cérémonie de clôture du programme, trois équipes ont eu l'opportunité de présenter leurs idées devant un public de 300 personnes, en présence des 50 professeurs-ambassadeurs du programme :

- 1<sup>er</sup> prix : Institut Français de la Mode - France/*Our Moments, Luxury Beyond One Lifetime.*
- 2<sup>e</sup> prix : ESADE Ramon Llull University - Espagne/*3D Home Wardrobe.*

- 3<sup>e</sup> prix : Berluteam (équipe interne de stagiaires Berluti) - France/*U-Berluti, When Luxury Walks by Your Side.*

au Royaume-Uni, l'université Bocconi en Italie ou encore l'université de Fudan en Chine. 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 2018, la Chaire ESSEC LVMH - luxury brand management a accueilli sa 28<sup>e</sup> promotion.

Les partenariats noués par le Groupe avec ces institutions prennent des formes diverses, incluant la recherche, l'enseignement, le financement de bourses de scolarité et le soutien apporté à des projets d'étude. Ils permettent de développer l'image d'employeur de référence de LVMH et plus particulièrement de ses Maisons auprès des jeunes étudiants et de leur faire découvrir les métiers et les perspectives de carrière du Groupe. À l'échelle des Maisons, Christian Dior Couture intervient régulièrement dans les masters de l'Institut français de la mode pour présenter ses métiers, accompagner des étudiants dans le cadre de leurs projets et recruter de futurs stagiaires ou jeunes

diplômés. 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.

La politique d'attraction des jeunes talents repose également sur des centaines d'événements permettant aux collaborateurs du Groupe et de ses Maisons d'aller à la rencontre des étudiants :

- Plusieurs Maisons comme Le Bon Marché ont participé à l'édition 2018 du salon Paris des métiers qui recrutent.
- L'innovante journée de sélection *Be Loewe* a permis de rencontrer un grand nombre de talents, en partenariat avec six top *Business Schools* en Espagne (ISEM, ICADE, IE, ESIC, IED et EAE). En Chine, en octobre 2018, Louis Vuitton a organisé quatre conférences sur le campus des meilleures universités chinoises, une opportunité pour les équipes de gestion des magasins et des ressources humaines de présenter les enjeux du commerce du luxe, ainsi que l'importance de l'expérience client pour LVMH.

# CONTRIBUER À LA PÉRENNITÉ DES SAVOIR-FAIRE EN FAVORISANT LEUR TRANSMISSION

LE GROUPE LVMH S'EST TOUJOURS ENGAGÉ ACTIVEMENT 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 PROPRES AU GROUPE ET AUX MAISONS, LE DÉVELOPPEMENT DE L'APPRENTISSAGE ET L'ACCOMPAGNEMENT DES JEUNES CRÉATEURS SONT DES ÉLÉMENS ESSENTIELS DE CET ENGAGEMENT.

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 (IME), un programme de formation professionnelle à destination des jeunes générations, dont il développe ainsi l'employabilité. Implanté d'abord en France, l'IME a essaimé en Suisse en 2016, puis en Italie en 2017. Les formations en alternance ont été conçues en partenariat avec 15 écoles et universités prestigieuses, sélectionnées pour la qualité de leur enseignement et la reconnaissance de leurs diplômes. Les alternants bénéficient d'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. L'IME est aussi un pilier important de la politique du Groupe en matière d'apprentissage. Signataire de la Charte de l'apprentis-

sage, le Groupe développe fortement ce type de contrat, qui permet à des jeunes d'accéder plus facilement aux diplômes. Au 31 décembre 2018, on dénombrait plus de 1443 jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation (IME compris) dans l'ensemble des entités françaises du Groupe, soit une progression de +14,8% par rapport à 2017.

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 :

- Académie du savoir-faire de Berluti (créée en Italie à Ferrare en 2012).
- Manufacture de haute horlogerie Bvlgari dans le Jura suisse (créée en 2016).

## L'Institut des Métiers d'Excellence LVMH en chiffres





### LANCEMENT DE MASTER CLASSES DE L'ISTITUTO DEI MESTIERI D'ECCELLENZA

L'IME a organisé en novembre 2017 ses premières *master classes* en Italie. A cette occasion, les apprentis de Polimoda et For.AI ont pu découvrir le

*Palazzo della Civiltà italiana*, siège de Fendi. Rejoins par les apprentis français de la Haute École de Joaillerie, les apprentis joailliers de For.AI ont

également découvert l'univers de Bulgari, en visitant le *New Curiosity Shop* ainsi que les ateliers de la Maison joaillière.

- École des savoir-faire de Christian Dior Couture (crée en 2013).
- Académie Massoli de Fendi (crée en 2016 aux côtés de la Sartoria Massoli).
- École Boucicaut du Bon Marché (crée en 2016).
- Centre de formation des artisans du cuir de Loewe près de Madrid (crée en 2013).
- Académie de l'art des métiers de Loro Piana (crée en 2015).
- École des savoir-faire maroquiniers de Louis Vuitton (crée en 2010).
- Fabrique du Temps, manufacture horlogère de Louis Vuitton à Meyrin, près de Genève.
- École d'horlogerie LVMH (TAG Heuer, Zenith...).
- École de vente de Moët Hennessy Asie-Pacifique.

cette journée exceptionnelle, Masayuki Ino, créateur japonais basé à Tokyo, s'est vu remettre le trophée du Prix accompagné d'une bourse de 300 000 euros et d'un mentorat d'une année assuré par une équipe dédiée. Par ailleurs, un Prix spécial a été remis à Rok Hwang pour Rokh. Il recevra 150 000 euros et bénéficiera également d'une année de mentorat par LVMH. Depuis de nombreuses années déjà, animé par la « passion créative », le Groupe LVMH soutient différentes initiatives dans la mode à travers des actions de mécénat, comme le Prix de l'Association nationale pour le développement des arts de la mode, le Festival international de mode et de photographie d'Hyères, le Fonds d'avance aux jeunes créateurs de mode du ministère de la Culture et de la Communication.

### ACCOMPAGNER LES CRÉATEURS DE DEMAIN

Ayant toujours eu à cœur de soutenir les talents de demain, le Groupe LVMH a renouvelé en 2018, pour la cinquième année consécutive, le Prix LVMH pour les Jeunes Créateurs de Mode, qui récompense chaque année un styliste talentueux, sélectionné par un jury composé de directeurs artistiques des Maisons du Groupe. Avec 1300 inscrits originaires de plus de 90 pays, le Prix LVMH a connu un record de participation en 2018. Les neuf finalistes ont présenté leurs créations lors d'une cérémonie organisée à la Fondation Louis Vuitton le 6 juin. Au terme de



Remise du Prix LVMH pour les Jeunes Créateurs à Masayuki Ino par Emma Stone et Jaden Smith, en présence de Delphine Arnault.

# CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS TOUT AU LONG DE LEUR CARRIÈRE

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

## UN EFFORT SOUTENU EN FAVEUR DE LA FORMATION

Tout au long du parcours de ses collaborateurs, LVMH propose une offre diversifiée de formation, ainsi que des initiatives visant à renforcer la culture d'innovation et d'excellence. Des programmes spécifiques sont également mis en place pour accompagner la prise de fonctions managériales et l'évolution des talents féminins vers des postes clés.

### Les formations des managers et dirigeants

Le Groupe s'est doté de programmes de formation spécifiques destinés à l'accompagnement des managers, structurés autour de quatre domaines clairement identifiés : l'intégration, le leadership et le management, l'excellence et l'innovation ouverte.

Basée à Londres, la *LVMH House* accompagne les dirigeants, les managers occupant des postes clés et les hauts potentiels dans leur développement, en contribuant à diffuser les valeurs et la stratégie du Groupe. La *LVMH House* propose également des accompagnements dédiés aux femmes, comme le EllesVMH coaching, ou à certaines fonctions, comme le Strategic HR Forum.

Les Maisons ont mis en place divers programmes permettant d'intégrer, sensibiliser et coacher les nouveaux managers (Le Bon Marché, Les Echos, Le Parisien, Parfums Christian Dior) et de renforcer les aptitudes au leadership et les compétences managériales des hauts potentiels (Bulgari, DFS, Fred, Louis Vuitton) ou des cadres (Givenchy, Moët & Chandon, Ruinart).

## La formation en 2018





## DARE 2018 À NEW YORK

60 talents de LVMH ont été sélectionnés pour participer à l'édition 2018 de DARE à New York. Répartis en 12 équipes, ils ont été accompagnés par des étudiants de l'université de New York, de la Parsons

School of Design, de Brown et du Barnard College, et challengés par des mentors (cadres dirigeants de LVMH ou externes). Les équipes ont travaillé sur leur projet durant trois jours dans

un espace de travail collaboratif basé à Brooklyn, afin de créer de nouvelles initiatives et stratégies répondant aux besoins futurs de l'industrie du luxe.

## Les formations retail et digital

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 d'être au plus proche des 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.

5218 cadres et dirigeants ont participé à l'un des programmes LVMH House dans l'une des cinq entités de *Regional Executive Development*. Les Maisons développent par ailleurs leurs propres opportunités d'acculturation et de formation au digital, notamment Acqua di Parma, Hennessy avec son *Digital Blender*, ou Parfums Christian Dior avec son programme *Digital#addict* et sa *Dior Digital Academy*.

## Les formations à l'innovation et au changement

En 2018, LVMH a déployé son programme DARE (*Disrupt, Act, Risk to be an Entrepreneur*) en Italie, sur le thème de la diversité femmes/hommes, puis à Shanghai et New York, sur le thème du futur du luxe. Ce programme mondial d'innovation collaborative permet aux collaborateurs de travailler en équipes sur des idées innovantes, susceptibles d'être mises en œuvre au sein de l'organisation après sélection par un jury. Plus de 1280 idées ont émergé de DARE et une quinzaine de projets sont en cours de réalisation.

Les Maisons ont également continué à déployer des actions spécifiques visant à encourager l'innovation et le changement : - Le *Creative Thinking Lab*, programme de formation spécialement conçu en Italie par une équipe intermarques issue des Maisons Bvlgari, Fendi, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Loro Piana, Parfum Christian Dior.

- Les Clubs d'acteurs du changement de Chaumet, qui ont donné lieu à divers séminaires, conférences, formations et expositions.
- La *FacStory* et le *Creative Lab* de la Maison Guerlain, qui rassemblent 171 collaborateurs autour de 10 thématiques.
- Le *BM consulting*, démarche collaborative mise en place par Le Bon Marché, à laquelle ont participé près de 300 collaborateurs afin de construire les magasins de demain.
- Les Champions du Changement Make Up For Ever, communauté visant à soutenir et sponsoriser la transformation de la marque, avec la contribution mensuelle du Comité exécutif.
- La formation *LVMH Luxury* de Moët Hennessy, à laquelle ont participé 66 nouveaux collaborateurs aux États-Unis pour améliorer leur compréhension, leur appréciation et leur adaptation aux enjeux du luxe.

## 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 est perçue comme participant 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 (ou OMR pour Organizational Management Review) est un outil essentiel pour la mobilité des collaborateurs au sein du Groupe. Elle mobilise l'ensemble de l'écosystème LVMH dans le but de détecter les talents internes et d'assurer la succession aux postes clés.

40 revues de talents ont été menées au niveau du Groupe en 2018, alimentées par celles conduites dans les Maisons, et 50 comités mobilité pilotés par le corporate se sont tenus.

Ce processus est également l'occasion pour les collaborateurs de s'entretenir avec leur manager, afin d'échanger sur leur performance et leurs aspirations. 21000 collaborateurs ont validé cet entretien annuel en 2018. Le suivi individuel est renforcé par la professionnalisation des entretiens de carrière et des entretiens annuels, grâce à la formation des responsables des ressources humaines et des managers opérationnels dans toutes les régions du monde.

67% des postes de dirigeants ont été pourvus par des talents internes identifiés pour moitié dans les plans de successions. Ce résultat découle du travail d'identification des collaborateurs clés du Groupe, de l'animation d'un vivier de plus de 1000 talents, constitué de 45 nationalités, parmi lesquels 44,5% de femmes, et de l'activation des plans de succession.

Enfin, les outils digitaux facilitent la gestion des talents et rendent les collaborateurs plus autonomes dans le pilotage de leur carrière. Ils ont notamment accès pour cela à la plateforme d'offres d'emploi *MOVE*, accessible dans le monde entier sur l'intranet du Groupe.

La plateforme *LVMHtalent* permet par ailleurs aux collaborateurs de partager avec la fonction ressources humaines toutes les informations relatives à leurs parcours, et d'exprimer leurs souhaits en matière de mobilité ou de formation. Elle favorise l'identification des profils internes et le partage d'opportunités pertinentes. Cette plateforme en ligne sert également à évaluer et suivre les performances, ainsi qu'à mettre en relation les collaborateurs au sein du Groupe.

## Le bilan de la mobilité en 2018

**21 000**

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

**56 %**

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

**67 %**

des postes de dirigeants ont bénéficié aux talents du Groupe.

## La rémunération en 2018

**7 584 M€**

de frais de personnel au niveau mondial.  
+1,8% (après une forte progression de +16,2% en 2017).

**+ 4,3 %**

Proportion des effectifs en France gagnant 2251 € bruts par mois et plus par rapport à 2017.



Session de DARE.

## UNE RÉMUNÉRATION ATTRACTIVE

L'attractivité du Groupe LVMH tient à des niveaux de rémunération bien positionnés par rapport au marché afin d'attirer et de motiver les talents. Des enquêtes internationales, prenant en compte les spécificités des métiers et des secteurs d'activité, sont réalisées annuellement afin de s'assurer du bon positionnement des salaires par rapport au marché.

Les parties variables de la rémunération, basées 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 sont mis en place 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 2018 une charge globale de 281,7 millions d'euros versée au titre de l'année 2017, en augmentation de plus de 15%.

En France, la négociation annuelle obligatoire (NAO) permet d'aborder notamment les enjeux liés aux salaires. À ce titre, plusieurs Maisons telles que Christian Dior Couture, Givenchy, Hennessy, Kenzo, Le Bon Marché, le Groupe Les Echos et Louis Vuitton ont négocié des accords et des plans d'action conduisant à garantir les niveaux de salaire, à améliorer l'égalité femmes/hommes et à réduire les écarts de salaire. Pour renforcer le lien entre les dispositifs de rémunération et l'engagement des collaborateurs dans le développement durable, certaines Maisons comme Parfums Christian Dior ont mis en place un dispositif d'intéressement dont l'évaluation découle de critères de performance Environnement – Social – Gouvernance (ESG). Veuve Clicquot et Krug prennent également en compte des critères environnementaux dans l'accord d'intéressement de la Maison : maîtrise de la consommation d'eau, d'énergies, recyclage des déchets...



# ACCOMPAGNER

*Garantir  
la santé et la sécurité*

*Veiller au bien-être  
des collaborateurs*

*Favoriser les échanges*

# GARANTIR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ

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 aux conditions de travail a connu une forte augmentation en 2018, après une hausse déjà significative en 2017. Ce montant représente 1,1% de la masse salariale brute au niveau mondial. La moitié de ces investissements a été consacrée aux dépenses de médecine du travail, aux équipements de protection et aux programmes d'amélioration de la sécurité des personnes et de l'hygiène : mise en conformité des équipements, signalisation, renouvellement des outils de protection, formation prévention incendie, réduction de l'impact du bruit.

## UN INTÉRÊT COMMUN

La sécurité est une préoccupation commune à l'ensemble des secteurs d'activité, mais nécessite des réponses spécifiques en fonction de leurs enjeux. En termes d'accidents du travail, l'activité Montres et Joaillerie est par exemple la moins exposée, tandis que la France est surreprésentée, étant le principal lieu de production des Maisons du Groupe LVMH. À travers les directions des ressources humaines, le Groupe sensibilise globalement ses Maisons à l'importance de la santé et de la sécurité des collaborateurs. En juin 2018, la plupart d'entre elles ont participé à la 15<sup>e</sup> Semaine pour la qualité de vie au travail, dont le thème était cette année « Innover pour la qualité de vie au travail ».

## La santé et la sécurité en 2018

### FORMATIONS

**47 840**

personnes formées à la sécurité dans le monde.  
+ 27,4 % par rapport à 2017.

### INVESTISSEMENTS

**64,8 M€**

investis en 2018 dans l'amélioration des conditions de travail.  
+ 24,6 % par rapport à 2017 dont  
plus de 32,1 M€ investis en hygiène et sécurité.

### ACCIDENTS DU TRAVAIL

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence	Taux de gravité	Décès
2016	1257	5,58	0,18	0
2017	1232	5,16	0,16	0
2018	1416	5,55	0,16	0

## WE CARE FOR MODELS

FR / EN

WE CARE WE ACT YOU CARE THEY CARE MEDIA &amp; FAQ



### LA CHARTE SUR LES RELATIONS DE TRAVAIL ET LE BIEN-ÊTRE DES MANNEQUINS ET LE SITE WECAREFORMODELS.COM

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. Parmi les mesures de la charte, les deux groupes de luxe se sont notamment engagés à ce que leurs Maisons excluent les tailles 32 de leurs castings et à ne travailler qu'avec des mannequins dont l'agence aura présenté un certificat médical de moins de six mois avant tout

shooting ou défilé, mettent à la disposition des mannequins un psychologue ou un thérapeute et, plus généralement, traitent les mannequins avec respect et professionnalisme. Toutes les Maisons LVMH se sont engagées dans la mise en œuvre immédiate de cette charte. En 2018, les magazines *Elle* et *Version Femina* ont à leur tour signé la charte sur les relations de travail et le bien-être des mannequins.

Le Groupe a également lancé en février 2018 le site [wecareformodels.com](http://wecareformodels.com) dans la continuité de la charte. Le site 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 DÉVELOPPEMENT DES CERTIFICATIONS

Depuis 2015, Bodega Chandon a construit son système santé et sécurité en suivant la norme OHSAS 18001. La Maison inclut la cartographie des risques et certifiera tous ses sites de production ISO 45001 (remplaçant OHSAS) entre 2020 et 2021. En Italie, Bvlgari a lancé en 2017 la mise en œuvre d'un système intégré santé, sécurité et environnement avec l'ambition d'obtenir les certifications ISO 14001 et ISO 45001. Soutenu par la formation de 24 auditeurs internes, ce projet intégré a été l'occasion d'accroître l'engagement des collaborateurs. Fendi a obtenu la certification OHSAS 18001 pour tous ses locaux industriels, et assure des sessions de formation sur de

multiples enjeux comme la prévention du risque d'incendie, l'utilisation de produits dangereux et de produits chimiques, la gestion des risques et la prévention des risques psychosociaux. En 2018, la Maison Glenmorangie a confirmé sa certification OHSAS 18001 dans le cadre d'un nouvel audit. Hennessy a créé une Direction Qualité, Sécurité et Environnement, dont l'un des objectifs est de mettre en place un système de management et de certification de la sécurité. L'atelier de Louis Vuitton à Issoudun, qui a obtenu sa certification OHSAS 18001 en 2015, assure un suivi annuel du plan d'amélioration des conditions de travail, avec l'appui du Comité santé-sécurité du Comité de direction.

# 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 VEILLENT AU CONCEPT LARGE DE « BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL », QUI COUVRE NOTAMMENT L'AMÉNAGEMENT DU TEMPS DE TRAVAIL ET LA CONCILIATION ENTRE LES VIES PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE.

Parmi les facteurs de bien-être au travail, la prévention des risques psychosociaux mobilise toutes les Maisons du Groupe. La plupart disposent de cellules de soutien psychologique, comme Hennessy, qui a mis en place un service d'assistance susceptible d'être contacté à l'aide d'un Numéro Vert. En 2018, la Maison a également formé son Comité de direction et les équipes de management direct à la prévention des préjugés et des pratiques pouvant être assimilées à de la discrimination. Make Up For Ever a mis en place aux États-Unis une formation sur la prévention de la violence dans le travail, assortie de contrôles de sécurité biennuels concernant l'ensemble des sites. Des ateliers sur la gestion du stress ou des interventions de sophrologues sont également organisés par DFS, Guerlain et Hennessy. En Italie, Berluti a mis en place le projet *Working*

*Stress* constitué de quatre groupes de travail collectifs. Au Japon, Louis Vuitton a développé un dispositif de consultation interne et de contrôle du stress, répondant en cela aux exigences du ministère japonais de la Santé, du Travail et du Bien-Être social. Moët Hennessy Diageo a déployé une démarche de formation à la prévention des risques psychosociaux, dont ont bénéficié 59 managers et 70 collaborateurs en 2018. Certaines réorganisations de sites permettent d'anticiper les attentes des collaborateurs dans ce domaine. En France, le projet Kosmo de Parfums Christian Dior doit regrouper toutes les équipes sur un site unique à Neuilly-sur-Seine en 2019. Les équipes sont associées à cet emménagement grâce à 26 ambassadeurs métiers, qui les associent au choix du mobilier et leur proposent des outils de communication et d'accompagnement au changement.

## Taux d'absentéisme 2018

**4,9 %**

En baisse par rapport à 2017.

Facteurs de baisse en 2018 :

- Accidents du travail et de trajet (0,1%, contre 0,2% en 2017).
- Absences maternité (1,5%, contre 1,6% en 2017).
- Absences non rémunérées (0,4%, contre 0,5% en 2017).

## Effectif mondial en 2018 concerné par les différentes formes d'aménagement du temps de travail (CDI et CDD)

**13 %**

Horaires variables  
ou aménagés.

**18 %**

Temps partiel.

**50 %**

Travail en équipe ou  
en horaires alternants.

## EXEMPLES D'INITIATIVES MISES EN ŒUVRE PAR LES MAISONS

### Le bien-être des collaborateurs

- Formation au bien-être et à la quiétude animée par une sophrologue.
- Formation « Prévention et bien-être au travail » animée par un ergonome ou un physiothérapeute.
- Ateliers mensuels « Lunch & Learn bien-être ».
- Séances de relaxation, de massage, cours de yoga, coaching sportif.
- Conseils nutrition, distribution de fruits frais, produits bio et végétariens au restaurant d'entreprise.
- Séance d'entretien de la beauté des mains au bureau.
- Organisation de *cleaning days* pour désencombrer les bureaux et les espaces de vie.

### L'attention portée à la qualité des sites

- Visites de sites considérés comme innovants afin d'étudier les meilleures solutions pour améliorer les conditions de travail.
- Écoconstruction pour la conception des nouveaux sites et bâtiments.
- Restructuration des espaces de travail et de repos : éclairage LED (LVMH Lighting), confort visuel, isolation phonique, salles de pause, accueil des collaborateurs, restaurant d'entreprise.

## 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. La plupart des Maisons basées en France sont concernées par l'ouverture dominicale des boutiques, dans le contexte de la loi du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques. Dès 2016, la quasi-totalité des Maisons ayant des boutiques en zone touristique internationale avaient signé un accord ou un engagement unilateral leur permettant d'ouvrir le dimanche de manière continue.

Fidèle à son ADN, Le Bon Marché s'est positionné comme précurseur dans l'univers des grands magasins en adoptant un projet socialement et économiquement responsable. Suite à l'accord signé fin 2016, Kenzo a mis en place une commission chargée d'assurer le suivi du dispositif, à un rythme mensuel les six premiers mois, puis trimestriel. Au sein des ateliers de Louis Vuitton, à Saint-Pourçain en particulier, des réunions d'information portant sur le temps de travail ont été organisées avec les collaborateurs.

Un accord signé par Celine fin 2017 offre la possibilité aux collaborateurs retail de choisir le nombre de dimanches travaillés (12, 18, 26 ou plus de 26), tout en bénéficiant d'une rémunération majorée de 100% pour ces journées et d'un repos compensateur, pris intégralement en repos ou payé. Louis Vuitton prend en charge les frais de garde liés au travail du dimanche et de soirée, 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 particulière pour les collaborateurs travaillant habituellement en soirée.

## LA CONCILIATION VIE PROFESSIONNELLE / VIE PERSONNELLE

La notion d'équilibre entre travail et vie personnelle s'est durablement installée dans les objectifs des Maisons, répondant 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...), les Maisons mettent en place de multiples actions pour favoriser cet équilibre :

- Garde d'enfants en crèche ou à domicile.
- Télétravail permanent ou occasionnel.
- Reprise à temps partiel suite à un congé maternité ou une adoption d'enfant.
- Accompagnement social, aide financière, administrative 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.



Journée « Beauté et bien-être » au sein de Parfums Christian Dior.

# 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, QUI TRAITE DES SUJETS TRANSNATIONAUX CORRESPONDANT À L'ÉCHELLE EUROPÉENNE. CES INSTANCES PERMETTENT UN DIALOGUE CONTINU ENTRE TOUS LES NIVEAUX DE L'ORGANISATION.

La représentation du personnel est au cœur du Code de Conduite LVMH, qui défend notamment les principes du Pacte mondial relatifs aux droits fondamentaux du travail que sont la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective. Le code s'engage à ce que chacun des collaborateurs du Groupe puisse jouir de ses droits sans distinction notamment 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 comprend trois niveaux.

Les comités d'entreprises traitent de l'essentiel des aspects sociaux, conformément à la culture de décentralisation du Groupe. Le dialogue avec les partenaires sociaux aboutit à des accords

d'une grande diversité : égalité professionnelle femmes/hommes, compte épargne-temps, travail le dimanche, bien-être et qualité de vie au travail, contrats de génération, emploi des personnes en situation de handicap, mise en place à titre expérimental du télétravail, accord d'intéressement triennal et primes de vacances, NAO, enjeu de la surveillance vidéo sur les sites de travail, services d'aide à la personne...

En France, les Maisons du Groupe sont dotées, cumulativement ou non en fonction de leurs effectifs, d'autres instances comme des délégations du personnel ou des comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT). En application d'une ordonnance de septembre 2017, les Maisons se dotent progressivement d'un comité social et économique : devant être mis en place au plus tard le 31 décembre 2019, il fusionnera les délégués du personnel, le CE et le CHSCT, ou remplacera la délégation unique du personnel le cas échéant.

Le Comité de Groupe a été instauré en 1985. Cette instance ayant un périmètre France est composée actuellement de 30 membres, dont le mandat a été renouvelé en 2018, et se

## Le dialogue social en France en 2018

**107**  
accords d'entreprise.

**24,7 M€**

soit 1,7 % de la masse salariale, consacrés  
à des activités sociales et culturelles par la contribution  
des différentes Maisons du Groupe aux CE.  
+ 4,6 % par rapport à 2017.

Nature des réunions	Nombre
CE	626
Délégués du personnel	559
CHSCT	374
Autres	250
<b>TOTAL</b>	<b>1809</b>

## EXEMPLES DE DISPOSITIFS DE DIALOGUE ET D'ÉCOUTE

- Enquêtes annuelles d'opinion et d'engagement : leadership, culture, valeurs, qualité de vie au travail, développement de carrière, rémunérations et avantages sociaux...
- Charte Respect et bienveillance contribuant à accroître les échanges entre les équipes et la Direction.
- Bloom at work, baromètre de l'épanouissement au travail.
- Démarche « Agir ensemble » pour améliorer la résolution de problématiques rencontrées.
- 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.
- Dispositifs de *whistleblowing* dans certains pays.

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 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 créée en 2014, composée de 28 membres issus des 22 pays européens où le Groupe est présent. Le comité, qui se réunit annuellement en session plénière, est en charge des sujets transnationaux à l'échelle européenne.

En complément des canaux habituels de communication et d'alerte existants au sein des Maisons, LVMH a par ailleurs 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.

## 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.

# S'ENGAGER

*S'impliquer sur les territoires  
où LVMH est implanté*

*Contribuer à  
l'emploi et au dynamisme  
économique local*

*Soutenir l'insertion  
des personnes  
éloignées de l'emploi*

*Accompagner les  
populations fragilisées*



# S'IMPLIQUER SUR LES TERRITOIRES OÙ LVMH EST IMPLANTÉ

EN 2018, LES MAISONS DU GROUPE LVMH ONT ENCORE DÉMONTRÉ, PARTOUT DANS LE MONDE, LEUR CONNEXION AUX TERRITOIRES SUR LESQUELS ELLES SONT IMPLANTÉES, Y APPORTANT CROISSANCE, INNOVATION ET EMPLOI.

## VINS & SPIRITUUEUX

En février 2018, Glenmorangie a dévoilé un projet novateur d'extension de sa distillerie historique à Tain (nord-est de l'Écosse) pour accompagner la croissance de la Maison. La livraison du nouveau site de production est prévue pour 2019.

## MODE & MAROQUINERIE

Louis Vuitton a achevé la construction de son nouvel atelier à Beaulieu-sur-Layon (Maine-et-Loire), qui a été mis en service début 2019.

La Manifattura Thélios, nouveau lieu consacré à la production de lunettes pour les Maisons du Groupe LVMH, a été inaugurée le 24 avril à Longarone, en Italie.

## PARFUMS & COSMÉTIQUES

Fondée en 1828, Guerlain fêtait 190 ans de création en 2018. Le site de production Soin et Maquillage à Chartres, baptisé « La Ruche », répond aux ambitions de croissance, d'excellence technologique, de qualité et de durabilité de la Maison.

## MONTRES & JOAILLERIE

À l'occasion des Geneva Days en janvier 2018, TAG Heuer, Hublot et Zenith ont présenté leurs innovations. Lors du Baselworld 2018, en mars, Bvlgari célébrait 100 ans d'horlogerie et signait un nouveau record mondial.

## DISTRIBUTION SÉLECTIVE

En avril 2018, lors du World Retail Congress, Sephora a été nommé « Retailer de l'année ». Ce prix reflète la croissance exceptionnelle de Sephora au cours de la dernière décennie, stimulée par l'expansion rapide de son succès en France.

## AUTRES ACTIVITÉS

La réouverture du Jardin d'Acclimatation a été inaugurée le 2 juin 2018 en présence de Mme Anne Hidalgo, maire de Paris, et de M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général du Groupe LVMH.

En décembre 2018, LVMH a conclu un accord avec Belmond en vue de renforcer sa présence dans l'univers de l'hôtellerie d'exception.

## FONDATION LOUIS VUITTON

En 2018, la Fondation Louis Vuitton a connu une fréquentation record de 1,2 million de visiteurs. La Fondation a notamment accueilli la double exposition événement « Jean-Michel Basquiat - Egon Schiele ».



#### 4<sup>e</sup> ÉDITION DES JOURNÉES PARTICULIÈRES

Héritiers et dépositaires du patrimoine culturel des métiers de l'artisanat et de la création, LVMH et ses Maisons portent une attention minutieuse à sauvegarder des savoir-faire parfois séculaires, mais aussi à les faire connaître à un large public. Avec 180 000 visiteurs, les Journées Particulières LVMH ont connu un

succès sans précédent en 2018. Pour sa quatrième édition, cet événement unique en son genre a pris une dimension nouvelle : avec 56 de ses Maisons ouvertes au grand public, le Groupe LVMH a proposé aux visiteurs de découvrir 77 lieux d'exception – dont 40 inédits – situés dans 14 pays sur

5 continents. Pendant trois jours (12, 13 et 14 octobre 2018), parfumeurs, horlogers, joailliers, bottiers, malletiers, œnologues, tonneliers et artistes maquilleurs, entre autres, ont accueilli des visiteurs venus de tous horizons pour partager avec eux les multiples savoir-faire liés à leurs métiers.

# CONTRIBUER À L'EMPLOI ET AU DYNAMISME ÉCONOMIQUE LOCAL

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

Les Maisons du Groupe LVMH créent de nombreux emplois dans les régions où elles sont présentes, et notamment dans le cadre de l'extension du réseau des magasins en propre. De nombreuses Maisons, implantées de longue date dans les provinces françaises, sont des acteurs importants de l'économie locale : Guerlain à Chartres, Hennessy à Cognac, Louis Vuitton dans la Drôme, Moët & Chandon et Veuve Clicquot en Champagne, Parfums Christian Dior à Saint-Jean-de-Braye, près d'Orléans. Ces Maisons entretiennent des relations étroites avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines de la culture, de l'éducation et de l'emploi. Sephora, qui déploie des magasins dans toute la France, et dont les deux tiers de l'effectif travaillent en dehors de la région parisienne, mène régulièrement des actions en faveur de l'emploi local.

Pour le Groupe LVMH, ses fournisseurs représentent un maillon essentiel de sa chaîne de valeur. À ce titre, il s'attache à entretenir et promouvoir des relations responsables avec toutes les entreprises de son écosystème, et à les accompagner dans la mise en place de meilleures pratiques environnementales, sociales et sociétales. En 2018, 1092 audits sociaux et/ou environnementaux ont ainsi été réalisés chez 877 fournisseurs et sous-traitants. (Pour le détail des relations fournisseurs, se reporter au Document de référence 2018, p. 50-51).

Bulgari a rassemblé en 2018 une soixantaine de ses fournisseurs pour échanger sur les enjeux et plans d'action en matière de

responsabilité sociale et environnementale. Marc Jacobs a proposé à une soixantaine d'employés de ses fournisseurs un module spécifique en matière de formation RSE. Vis-à-vis de ses partenaires viticulteurs et plus généralement de la filière du cognac, la Maison Hennessy conduit des actions de sauvegarde des savoir-faire (taille de la vigne, distillation) ou du patrimoine végétal face aux maladies du bois. En Pologne, la Maison Belvedere poursuit depuis 2010 son programme Raw Spirit visant à échanger les expériences, résultats de recherche scientifique et connaissances pratiques entre les collaborateurs, les fournisseurs d'alcool et les scientifiques de l'université technique de Lodz.

## ENCOURAGER L'ENTREPRENEURIAT ET LE DÉVELOPPEMENT DE START-UP

L'esprit d'entreprise fait partie des valeurs fondamentales de LVMH, qui contribue au développement de start-up et à l'entrepreneuriat féminin, alimentant ainsi une source importante d'innovations pour le Groupe.

Du 24 au 26 mai 2018, en tant que partenaire de premier rang, LVMH a participé pour la troisième année consécutive au salon Viva Technology. Plus de 100000 visiteurs, originaires de 125 pays,

## La contribution de LVMH à la création d'emploi

**8 527**

créations nettes d'emploi en CDI en 2018,  
soit 2 fois plus qu'en 2017.

**130 M€**

investis en R&D.



## LA MAISON DES STARTUPS LVMH LANCÉE À STATION F

Le Groupe LVMH a lancé début 2018 un programme d'accélération de start-up liées à l'univers du luxe, au sein de STATION F. La Maison des Startups LVMH affirme la vocation entrepreneuriale de

LVMH en offrant à des entrepreneurs l'opportunité d'imaginer le futur du luxe et du Groupe en collaboration avec différents acteurs au sein d'un écosystème innovant.

Dotée de 89 postes de travail et d'un espace de 220 m<sup>2</sup>, la Maison des Startups LVMH accueillera chaque année 50 start-up internationales.

sont venus découvrir les dernières innovations de 9000 start-up et de centaines de grandes entreprises présentes, dont LVMH et 22 de ses Maisons. Le salon a été l'occasion de remettre le deuxième LVMH Innovation Award. Au cœur des 500 m<sup>2</sup> du Luxury Lab, 30 start-up - sélectionnées parmi 820 candidats issus de 58 pays - ont présenté leurs innovations aux côtés de celles de Maisons du Groupe. Le prix a été remis à la start-up française Oyst, dont la promesse est de simplifier le parcours en ligne des consommateurs avec la possibilité d'acheter en un clic.

## ACCOMPAGNER L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

Depuis 1972, la Maison Veuve Clicquot met l'entrepreneuriat féminin à l'honneur en remettant chaque année le Prix Veuve Clicquot de la Femme d'Affaires. Ce prix précurseur et référent

récompense des femmes d'exception, chefs d'entreprise reconnues pour leur succès professionnel. Depuis 2014, le Prix Clémentine, du prénom de la fille de Madame Clicquot, vient récompenser celles qui représentent la future génération des « Femmes d'Affaires ». En novembre 2018, la Maison Veuve Clicquot a décerné le 46<sup>e</sup> Prix de la Femme d'Affaires à Nathalie Balla, coprésidente de La Redoute et de Relais Colis, et le Prix Clémentine à Shanty Baehrel, fondatrice de l'entreprise Shanty Biscuits.

Après avoir accueilli Thomas Mailaender au sein des Tanneries Roux à Romans-sur-Isère, LVMH Métiers d'Art a invité en 2018, pour sa deuxième résidence d'artiste, l'artiste plasticienne et sculptrice française Amandine Guruceaga. À l'issue de sa résidence artistique au sein de la tannerie catalane Riba Guixà, LVMH Métiers d'Art a présenté les expérimentations chromatiques d'Amandine Guruceaga à la Galerie Monteverita à Paris. L'exposition « Colour Sparks » évoque le processus de création et la collaboration de l'artiste avec les artisans de la tannerie.

# SOUTENIR L'INSERTION DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

AU TITRE DE SA CONTRIBUTION AU DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES,  
LVMH INCITE SES MAISONS À SOUTENIR DES CAUSES QUI LUI SONT CHÈRES,  
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 2018, 10 sessions ont été animées et plus de 300 personnes suivies par les partenaires de LVMH (Force Femmes, Nos Quartiers ont des Talents...) ont bénéficié de ce programme.

## FAVORISER L'ACCÈS DES JEUNES AU MONDE DU TRAVAIL

Le Groupe LVMH et les Maisons tissent de nombreux partenariats destinés à soutenir l'égalité des chances et l'insertion professionnelle des jeunes.

En France, le Groupe est un partenaire durable de l'association Nos Quartiers ont des Talents, dont il est administrateur. En 2018, 78 cadres expérimentés ont parrainé des jeunes. Depuis 2007, 569 jeunes ont trouvé un emploi après avoir été parrainés par un collaborateur du Groupe. LVMH s'est également mobilisé pour l'événement Talents Hub, organisé par l'association en

octobre 2018, qui a permis à plus de 3 300 jeunes de bénéficier de conseils et d'orientations pour leur recherche d'emploi.

En 2018, LVMH a reconduit pour trois ans son engagement auprès de Sciences Po Paris dans le cadre des Conventions d'éducation prioritaire de l'école, en accordant des bourses d'études et en permettant à des jeunes issus de cette filière d'être parrainés par des managers du Groupe.

LVMH a noué un partenariat depuis huit ans avec les villes de Clichy-sous-Bois et de Montfermeil pour contribuer à la cohésion sociale et à l'insertion de jeunes issus de quartiers défavorisés. Une palette d'actions est déployée au profit des jeunes : stages de découverte de l'entreprise proposés à 90 collégiens en 2018, visites des Maisons du Groupe, accueil en stage des élèves du lycée professionnel et soutien à la recherche d'emploi. Depuis 2011, plusieurs jeunes ont pu intégrer des Maisons du Groupe pour une formation ou un emploi.

Dans le cadre de ce partenariat, le Groupe parraine le Défilé Cultures et Création de Montfermeil, qui met en lumière les talents créatifs éloignés de l'univers de la mode. Le Prix RSE Jeune Talent LVMH 2018 a été décerné à Anne-Solène Rives, qui a pu exposer ses créations au salon Greenshowroom à Berlin, et qui a ensuite intégré la Maison Loewe pour une formation en alternance.

En janvier 2018, le Village de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH a réuni près de 500 visiteurs, collégiens, lycéens, parents d'élèves, adultes en reconversion et demandeurs d'emploi à

## S'impliquer pour la jeunesse

**103**

alternants issus de quartiers  
relevant de la politique de la ville.

**588**

stagiaires de 3<sup>e</sup> dont 149 issus  
d'établissements classés REP.

**Plus de 4 500**

actions de tutorat  
et de parrainage.



### LVMH SOUTIENT K D'URGENCES

Le mercredi 6 juin 2018, à l'occasion de la Journée K, le Jardin d'Acclimatation a accueilli 5500 parents solos et enfants avec le soutien des équipes

LVMH et en partenariat avec d'autres institutions et entreprises dont la CAF Paris et Unilever. Cette journée leur a permis d'accéder directement et

gratuitement à tous les services emplois, juridiques et sociaux auxquels des familles monoparentales ont souvent besoin de recourir.

Clichy-sous-Bois afin de leur faire découvrir les offres de poste en alternance de l'IME.

Pour ses différents ateliers en France, Louis Vuitton collabore avec Pôle emploi afin de recruter puis de former en interne des personnes en difficulté à travers la méthode de recrutement par simulation (MRS).

Moët & Chandon et Ruinart ont également développé des partenariats avec des collectivités locales, établissements d'enseignement et organismes intervenant en faveur de publics défavorisés. En 2018, une opération de « vendanges partagées » a accueilli 21 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.

### ENCOURAGER L'AUTONOMISATION DES FEMMES

Même dans l'industrie de la beauté, les femmes entrepreneures sont sous-représentées. En 2016, Sephora a lancé Sephora Accelerate, au titre de son programme Sephora Stands, afin de soutenir des femmes ayant créé leur start-up, dans tous les domaines de la beauté au sein de différents pays du monde. En 2018, 10 finalistes de 6 pays ont pu profiter d'un programme de mentorat avec les meilleurs experts de Sephora et d'une semaine de coaching à San Francisco, où elles ont pu rencontrer des investisseurs potentiels. L'objectif du programme est d'aider

50 projets d'ici à 2020. Par ailleurs, avec *Classes for confidence*, Sephora offre à des femmes qui traversent des changements de vie une formation de mise en beauté et un coaching pour leur permettre de reprendre confiance en elles. Plus de 700 sessions ont été dispensées aux États-Unis en 2018, et le programme a démarré en Europe dans 6 pays (France, Russie, Espagne, Italie, Grèce et Portugal). Au total, depuis son lancement et du fait des nouveaux supports disponibles en ligne, ce programme a déjà touché plus de 40 000 personnes.

Benefit Cosmetics a organisé pour la quatrième année consécutive *Bold is Beautiful*, une opération qui finance des associations œuvrant pour l'éducation, le soutien professionnel et l'accès au bien-être des femmes. Berluti, Givenchy et Louis Vuitton ont rejoint et relayé l'opération. 19 pays ont participé à ce programme solidaire qui a déjà permis de lever depuis sa création plus de 9 millions d'euros au bénéfice de 37 associations. Parmi les associations accompagnées se trouvent par exemple Force Femmes et belle & bien en France, ou Girl Develop It, Girls Inc., StepUp et Dress For Success aux États-Unis.

Christian Dior Couture a poursuivi en 2018 son programme de mentorat *Women@Dior*, un accompagnement destiné à de jeunes étudiantes pour leur redonner confiance en elles et les valoriser dans le monde du travail. Chaque étudiante peut échanger avec une collaboratrice Dior, à raison d'un entretien au moins chaque trimestre pendant un an. Ces mentors de moins de trente ans, qui travaillent dans la création, le marketing, le retail, le design, le merchandising, l'architecture ou encore la communication, représentent la diversité des métiers de la Maison.

# ACCOMPAGNER 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.

Les multiples engagements sociaux et sociétaux des Maisons sont célébrés chaque année lors du Dîner des Maisons engagées. La sixième édition a réuni, le 5 décembre 2018, près de 400 personnes, dont 17 présidents de Maisons ainsi que de nombreux partenaires, leaders d'opinion et dirigeants d'ONG ou d'associations. LVMH soutient à cette occasion le centre de référence de la drépanocytose de l'hôpital Robert-Debré AP-HP à Paris, auquel 800000 euros ont été reversés depuis 2011. Des causes

« coup de cœur » ont également été mises en lumière, comme Kelina, qui œuvre aux soins de la mère et de l'enfant au Bénin, et K d'urgences, qui apporte un soutien humain, social et financier aux familles monoparentales en France. Le Groupe soutient, en France et dans le monde, de nombreuses institutions reconnues pour leur action en faveur de l'enfance, des personnes âgées et handicapées 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 au Japon, la Robin Hood Foundation à New York, la Fondation Claude-Pompidou, ou bien encore l'Association Fraternité Universelle.

En janvier 2016, Louis Vuitton a lancé un partenariat international avec le Fonds des Nations unies pour l'enfance (UNICEF). Il a permis de récolter plus de 6 millions d'euros depuis son lancement, issus de dons et de la vente de produits en magasins, au profit des enfants en situation d'urgence, notamment dans les camps de réfugiés syriens au Liban et dans les camps de réfugiés rohingyas au Bangladesh. En 2018, le microdon sur salaire au profit de l'UNICEF a été également mis en place en France. Dès 2009, Bvlgari a décidé de s'impliquer aux côtés de Save the Children. La Maison a ainsi reversé plus de 80 millions de dollars américains depuis cette date, dont ont pu bénéficier 1,2 million d'enfants. Plus de 700 000 clients ont acheté les bijoux Save the Children de la Maison. Plus de 100 projets ont été mis en œuvre dans 33 pays à travers le monde.



Sixième édition du Dîner des Maisons engagées.

**6 M€**

reversés depuis 2016 dans le cadre  
du partenariat international avec l'UNICEF.

**80 M\$US**

reversés depuis 2009 par Bvlgari  
pour Save the Children.

**400 000 €**

reversés par Sephora à partir  
des microdons de clients aux ONG  
Toutes à l'école et Women Safe.



## UN GROUPE MOBILISÉ POUR LA SANTÉ ET LA RECHERCHE MÉDICALE

- Bvlgari est engagé auprès du Kids Earth Fund (KEF) au Japon et de la Fondation Randstad en Espagne pour la prise en charge des enfants handicapés.
- Fendi soutient différentes causes dont l'association Un avenir pour les enfants du monde (AEM), notamment au Rwanda, ainsi que la Fondation Theodora et l'hôpital pédiatrique Bambino Gesù, qui accompagnent les enfants hospitalisés.
- Guerlain soutient l'association belle & bien depuis quinze ans, qui propose des ateliers de beauté gratuits au sein des hôpitaux pour les femmes atteintes d'un cancer. Plusieurs Maisons du Groupe siègent au conseil d'administration de l'association, dont Benefit Cosmetics, Guerlain et Parfums Christian Dior. De très nombreux collaborateurs des Maisons Benefit Cosmetics, Chaumet, Christian Dior Couture, Fred, Givenchy, Guerlain, Hennessy, Louis Vuitton, Make Up For Ever, Moët Hennessy Diageo et Parfums Christian Dior ont participé en octobre 2018 à la course Odyssea aux couleurs de belle & bien. Le Bon Marché s'est associé aux Virades de l'espoir en septembre 2018 avec un nouveau record : 350 collaborateurs participants.
- Parfums Christian Dior est le nouveau partenaire de l'association Cheer up!, qui aide des adolescents et de jeunes adultes âgés de 15 à 30 ans atteints d'un cancer à se projeter au-delà de la maladie.
- En Chine, Sephora s'engage aux côtés de l'ONG internationale Operation Smile pour prendre en charge l'opération d'enfants atteints de fentes labio-palatines et améliorer leurs conditions de vie et de santé.
- En France, plusieurs Maisons ont participé à la Course des Héros, un défi caritatif et sportif permettant de contribuer à plus de 200 causes à Paris, Lyon et Bordeaux.

Aux États-Unis, Moët Hennessy travaille en partenariat avec City Harvest, une banque alimentaire de New York dédiée aux populations défavorisées. Le partenariat avec Dress for Success, organisation mondiale à but non lucratif, permet de distribuer des vêtements aux femmes à faible revenu et de les accompagner dans le cadre de leurs recherches d'emploi et entretiens professionnels.

Dans la zone Asie-Pacifique, Fendi soutient des actions de bénévolat en partenariat avec l'ONG Food Angel afin de distribuer des repas aux personnes défavorisées. À Singapour, différentes Maisons comme Louis Vuitton ont collecté et distribué des paquets alimentaires aux personnes les plus vulnérables.

## L'ART SOLIDAIRE



En juin 2018, la Fondation Louis Vuitton a accueilli la seconde édition de « recto/verso », une exposition d'œuvres contemporaines conclue par une vente aux enchères dite « à l'aveugle » au profit du Secours populaire français. Plus de 100 artistes contemporains, parmi lesquels Takashi Murakami, Jeff Koons ou Xavier Veilhan, ont accepté de produire une œuvre au format imposé (40 x 50 cm), signée uniquement au dos.

# ANNEXES



# GOUVERNANCE ET MISE EN ŒUVRE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

SI LE GROUPE CONSOLIDE SON DÉVELOPPEMENT AUTOUR  
DE PRINCIPES DE RESPONSABILITÉ, DE MÉTHODOLOGIES ET DE PLANS  
D'ACTION COMMUNS, LES CONTEXTES SOCIAUX ET SOCIÉTAUX  
SPÉCIFIQUES À CHAQUE MAISON IMPLIQUENT UNE APPLICATION  
DÉCENTRALISÉE DE LA STRATÉGIE RSE. UN REPORTING INTERNATIONAL  
PERMET UN SUIVI ET UNE COMMUNICATION GLOBALE DE CELLE-CI.

Au niveau du Groupe, la responsabilité sociale est initiée et coordonnée par la Direction du Développement Social. Au sein des Maisons, le pilotage de la démarche est placé sous la responsabilité des directions des ressources humaines. Chacune d'entre elles nomme un correspondant RSE qui fait le lien avec LVMH, assure la cohérence des actions de sa Maison avec la démarche du Groupe et effectue le reporting RSE. Des échanges réguliers entre le Groupe et les 40 correspondants RSE en Maison, 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. En 2018, le réseau des correspondants RSE s'est réuni le 5 avril et le 30 octobre.

## STRUCTURATION DE LA DÉMARCHE

La démarche de responsabilité sociale de LVMH est structurée en trois niveaux :

- Des « processus clés » généraux qui garantissent la mise en œuvre des enjeux et des objectifs relatifs à chaque axe stratégique.
- Différents partenariats et projets structurants impulsés à l'échelle du Groupe.
- Les initiatives déployées par les Maisons, prenant pleinement en compte la dimension locale ainsi que les enjeux propres à leurs activités.

## INFORMATION, REPORTING ET CONTRÔLE

L'information et la sensibilisation des collaborateurs à la RSE s'effectuent à travers les réseaux sociaux sur lesquels le Groupe est présent, son site Internet et son intranet Voices. Considérant la responsabilité sociale comme inhérente à toute fonction managériale, 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 ligne. Des reportings annuels, basés sur des données quantitatives et qualitatives, permettent de recenser l'intégralité des actions de responsabilité sociale menées par les Maisons du Groupe au cours des douze derniers mois. 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 de référence, complétés, depuis 2012, par le Rapport de responsabilité sociale.

En parallèle des publications du Groupe, depuis 2013, certaines Maisons ont développé leur propre Rapport de responsabilité sociale, notamment Guerlain et Parfums Christian Dior.

La politique de responsabilité du Groupe est contrôlée par un Comité d'Éthique et du Développement Durables, institué en 2016 au sein du Conseil d'administration, et qui a pour mission :

- De veiller au respect des règles et valeurs définies par les divers codes et chartes du Groupe.
- De contribuer à la définition des règles de conduite ou principes d'action qui doivent inspirer le comportement des dirigeants et collaborateurs du Groupe en matière d'éthique et de responsabilité environnementale, sociale et sociétale.

- D'examiner les problématiques du Groupe en matière d'éthique ainsi que de responsabilité environnementale, sociale et sociétale.
- D'examiner les informations environnementales, sociales et sociétales contenues dans le Rapport de gestion et transmettre au Conseil d'administration un avis sur ces informations.
- D'assurer le suivi du fonctionnement des dispositifs d'alerte mis en place au sein du Groupe.

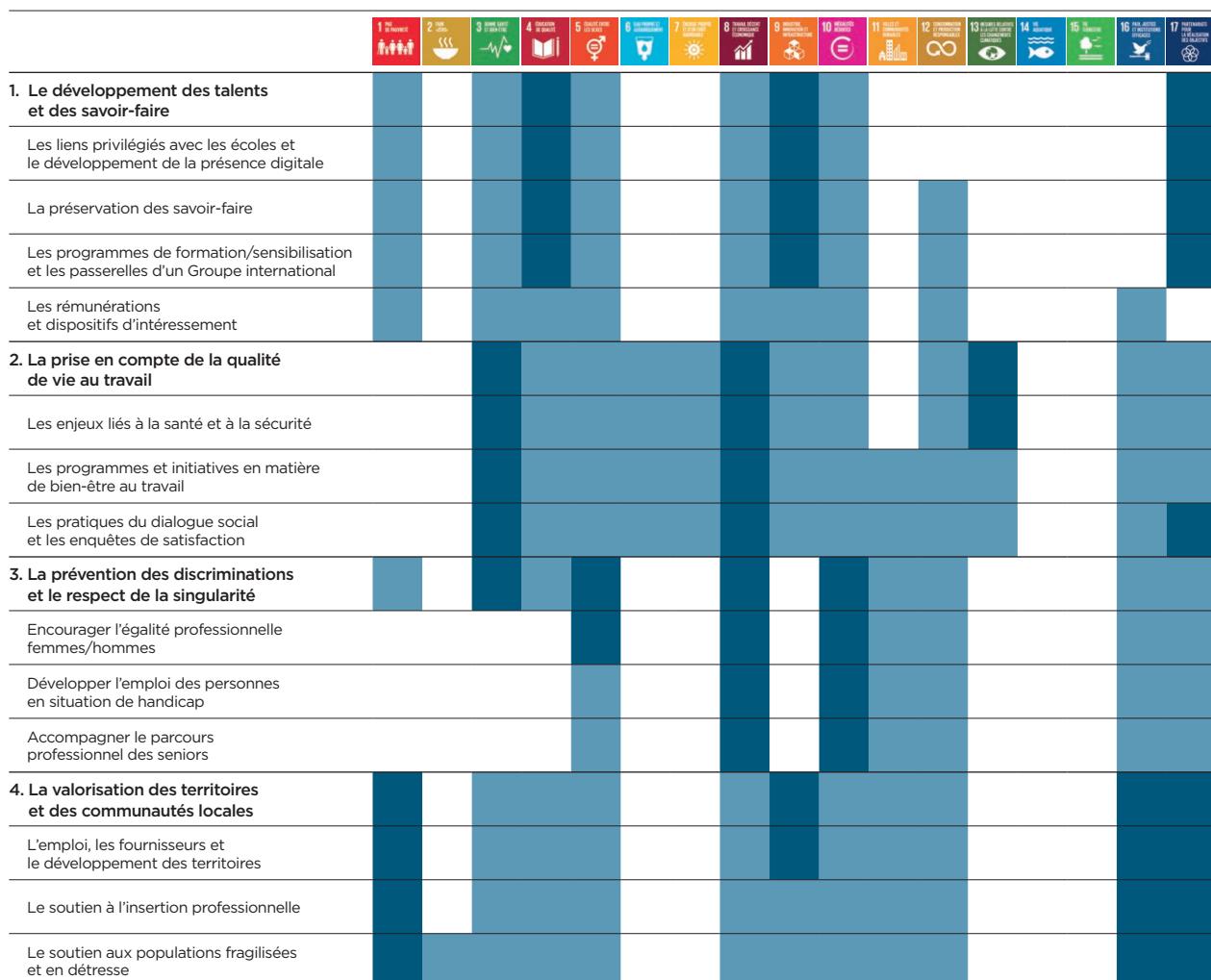
Il est composé de quatre membres, désignés par le Conseil d'administration : Yves-Thibault de Silguy (Président), Delphine Arnault, Marie-Laure Sauty de Chalon et Hubert Védrine (nommés en avril 2017). Le Comité s'est réuni une fois au cours de l'exercice 2018, avec un taux de présence de 75%.

	<b>Talents et savoir-faire</b>	<b>Conditions de travail</b>	<b>Prévention des discriminations et respect de la singularité</b>	<b>Implication territoriale</b>
<b>Processus clés et chartes Groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revue annuelle des organisations et des talents (OMR).</li> <li>- Charte de l'apprentissage.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investissements liés à l'amélioration des conditions de travail.</li> <li>- Certification OHSAS 18001.</li> <li>- Charte sur les relations de travail et le bien-être des mannequins.</li> <li>- Site wecareformodels.com</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Code de Conduite Recrutement.</li> <li>- Tests de discrimination.</li> <li>- Partenariat Agefiph.</li> <li>- Charte de la diversité.</li> <li>- Charte de l'insertion professionnelle des personnes handicapées.</li> <li>- Charte des Nations unies <i>Women's Empowerment Principles</i>.</li> <li>- Charte StOpE contre le sexisme.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investissements et processus d'open innovation liés à l'implantation des sites.</li> <li>- Actions de management.</li> <li>- Charte d'engagement des entreprises au service de l'égalité des chances dans l'éducation.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accords collectifs et discussions avec les partenaires sociaux.</li> <li>- 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.</li> </ul>			
<b>Projets structurants Groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partenariats avec les organismes d'enseignement.</li> <li>- Inside LVMH.</li> <li>- Programmes de formation/mobilité internes.</li> <li>- Institut des Métiers d'Excellence et promotion de l'apprentissage.</li> <li>- DARE.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formations à la non-discrimination.</li> <li>- Programme EllesVMH.</li> <li>- Objectif « 50/50 by 2020 ».</li> <li>- Programme EXCELLhanCE.</li> <li>- Appui de la Mission Handicap.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Multiples partenariats et manifestations.</li> <li>- Engagement et parrainage des collaborateurs.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appuis et supports en interne : Direction du Développement Social, réseau RSE, Voices, LVMH Mind... </li> <li>- Participation aux événements internationaux et nationaux.</li> </ul>			
<b>Initiatives en Maison</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Écoles et académies spécifiques créées en interne.</li> <li>- Partenariats avec des organismes d'enseignement spécifiques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plans d'actions santé et sécurité.</li> <li>- Aménagement du temps de travail et conciliation vie professionnelle/vie personnelle.</li> <li>- Qualité et conception des bâtiments.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partenariat avec les entreprises adaptées et ateliers protégés.</li> <li>- Sites adaptés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impacts liés à l'ancre local des Maisons.</li> <li>- Multiples actions de mécénat et de partenariat.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enquêtes auprès des collaborateurs des Maisons (projet stratégique, satisfaction, engagement...).</li> <li>- Engagement dans de multiples manifestations annuelles (qualité de vie au travail, handicap, emploi, parentalité...).</li> </ul>			

## 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 et développés 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 et faire en sorte que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité.

La stratégie de responsabilité sociale du Groupe LVMH contribue pleinement à l'atteinte des 17 ODD. Même si la dynamique de ces objectifs est construite sur leur interdépendance, le tableau ci-dessous détaille et croise les relations et leviers existant plus particulièrement entre les ODD et les 4 axes prioritaires sociaux et sociétaux tels qu'ils ressortent du présent rapport.



■ Contribution forte et directe à l'objectif (liée aux métiers) ■ Autre contribution à l'objectif (indirecte ou volontaire)

Ce tableau rend uniquement compte de la contribution de LVMH aux enjeux sociaux et sociétaux.

- |  |   |   |
|--|---|---|
| 1. Pas de pauvreté                       | 8. Travail décent et croissance économique  | 13. Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques |
| 2. Faim « zéro »                         | 9. Industrie, innovation et infrastructure  | 14. Vie aquatique   |
| 3. Bonne santé et bien-être              | 10. Inégalités réduites                     | 15. Vie terrestre   |
| 4. Éducation de qualité                  | 11. Villes et communautés durables          | 16. Paix, justice et institutions efficaces                         |
| 5. Égalité entre les sexes               | 12. Consommation et production responsables | 17. Partenariats pour la réalisation des objectifs                  |
| 6. Eau propre et assainissement          |   |   |
| 7. Énergie propre et d'un coût abordable |   |   |

## TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LA DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Le Rapport de responsabilité sociale 2018 traite notamment des politiques conduites pour faire face aux trois principaux risques sociaux identifiés au titre de la Déclaration de performance extra-financière du Groupe LVMH, qui figure dans le rapport de gestion du Document de référence 2018.

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

Risques	Politiques	Résultats
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perte des savoir-faire et des compétences clés.</li> <li>- Difficulté à recruter les talents.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partenariats académiques p. 10-11, 22-23</li> <li>- Institut des Métiers d'Excellence p. 24-25, 42, 48</li> <li>- Formation et accompagnement des collaborateurs p. 26-29</li> <li>- Programme EXCELLhanCE pour la formation et l'emploi de personnes en situation de handicap p. 10, 20, 48</li> <li>- Accompagnement des talents féminins dans la prise de positions clés p. 15-17</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Répartition des mouvements sous contrat à durée indéterminée par groupe d'activités et zone géographique <i>Document de référence 2018</i> p. 90</li> <li>- Investissement formation p. 12, 26</li> <li>- Données relatives à la mobilité interne p. 12, 28</li> <li>- Récompenses obtenues aux classements sur l'attractivité des employeurs p. 13</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atteinte à la santé et à la sécurité des collaborateurs et des tiers.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Code de Conduite LVMH p. 9, 35-36, 48 <i>Document de référence 2018</i> p. 54-55</li> <li>- Dispositif d'alerte interne p. 4, 9, 32, 48</li> <li>- Charte sur les conditions de travail des mannequins p. 12, 31</li> <li>- Investissements en hygiène-santé-sécurité p. 12, 31</li> <li>- Formations des collaborateurs sur l'hygiène-santé-sécurité p. 12, 31</li> <li>- Audits sociaux des fournisseurs et sous-traitants comprenant une dimension santé-sécurité p. 40 <i>Document de référence 2018</i> p. 52</li> <li>- Promotion d'une consommation responsable de vins et spiritueux <i>Document de référence 2018</i> p. 52-53</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Répartition, taux de fréquence et de gravité des accidents du travail p. 31</li> <li>- Montants des investissements en hygiène et sécurité, et actions de sensibilisation p. 12, 31-34</li> <li>- Données relatives aux audits sociaux, qui incluent une dimension santé-sécurité <i>Document de référence 2018</i> p. 50-51</li> <li>- Formation des collaborateurs et fournisseurs au standard interne LVMH Restricted Substances List <i>Document de référence 2018</i> p. 52</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratiques discriminatoires dans le cadre professionnel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Code de Conduite LVMH p. 9, 35-36, 48 <i>Document de référence 2018</i> p. 54-55</li> <li>- Dispositif d'alerte interne p. 9, 15, 48</li> <li>- Code de Conduite Recrutement p. 15, 48</li> <li>- Formation spécifique des recruteurs p. 15, 48</li> <li>- Contrôle indépendant des pratiques de recrutement p. 15, 48</li> <li>- Programme EXCELLhanCE pour la formation et l'emploi de personnes en situation de handicap p. 10, 20, 48</li> <li>- Accompagnement des talents féminins dans la prise de positions clés p. 15-17</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taux d'emploi de personnes en situation de handicap p. 12, 19</li> <li>- Proportion de femmes aux postes clés p. 12, 15</li> <li>- Nombre de bénéficiaires du programme de coaching d'accompagnement des talents féminins p. 15-16, 26</li> <li>- Nombre de bénéficiaires du programme EXCELLhanCE p. 20</li> </ul>

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

	<b>Rapport de responsabilité sociale 2018</b>	<b>Document de référence 2018</b>
<b>Emploi</b> 401. Emploi	p. 12, 19-20, 22, 28, 38-45	p. 87-88
<b>Santé et sécurité</b> 403. Santé et sécurité au travail 416. Santé et sécurité des consommateurs	p. 31-32, 33-34 -	p. 94-95 p. 52-53, 104
<b>Formation</b> 404. Formation et éducation	p. 24-29, 31, 42-43	p. 70, 90-91, 92-94
<b>Égalité de traitement</b> 405. Diversité et égalité des chances	p. 8, 15-20, 28, 40-45	p. 91-92, 92-93, 94, 98-101
<b>Impact territorial, économique et social</b> 202. Présence sur les marchés 203. Impacts économiques indirects	p. 10-11, 22-25 p. 38-45	p. 10-12, 13-32 p. 98-102
<b>Relations avec les parties prenantes</b> 402. Relations sociales	p. 35-36	p. 95-96
<b>Sous-traitance et fournisseurs</b> 204. Pratiques d'achats 414. Évaluation sociale des fournisseurs	p. 9, 10, 20, 40	Voir les § « sources d'approvisionnement et sous-traitance » p. 14-32 p. 47, 50-52, 74-76
<b>Actions en faveur des droits de l'homme</b> 406. Non-discrimination 407. Liberté syndicale et droit de négociation collective 408. Travail des enfants 409. Travail forcé ou obligatoire 410. Pratiques en matière de sécurité 412. Évaluation des droits humains 413. Communautés locales	p. 8-11, 15-20, 42-45 p. 8-11, 35-36 p. 8-11, 24-25, 43-44 p. 8-11 p. 10-11, 48 - p. 38-45	p. 47, 86, 91-94, 99, 100-101 p. 47, 49, 95-96 p. 46, 47, 49, 50-52, 86, 98-101 p. 46, 47, 49, 50-52, 86, 98-101 p. 46, 47, 49, 56-57, 86 p. 46, 47, 49, 50-52, 56-57, 86, 95-96, 98-101 p. 98-102
<b>Loyauté des pratiques</b> 205. Lutte contre la corruption 206. Comportement anticoncurrentiel 415. Politiques publiques 417. Communication marketing et étiquetage des produits/services 418. Vie privée des clients 419. Conformité socio-économique	- - p. 8-11, 15, 20, 47-49 - - -	p. 46-47, 49, 53-55, 130, 148 p. 48, 104-105, 111 p. 46-55, 70-71, 86, 98 p. 52-53, 73-74, 104-105 p. 55, 106 p. 46-55, 70-71, 74, 94, 106, 110-115, 151, 233

#### Photographies

Couverture : Justine Le Dertz - Autres visuels : Virginia Arcaro; Sylvain Bachelot; Pol Baril, Parfums Christian Dior; Simone Cecchetti; Thierry Courmaceul; Gabriel de la Chapelle, Berluti, Christian Dior, Le Bon Marché, Louis Vuitton, Pucci; Gwenn Dubourthoumieu; Sébastien Gracco, Chaumet; Jas Hennessy & Co; Nora Houguenade; Michel Jolyot; LVMH; Toby McFarlan Pond, Louis Vuitton; Amélie Monti; Nouvelle ère production; Parfums Christian Dior/ARR; Benoit Peverelli; Lapo Quagli; Jean-François Robert; Viviane Sassen, Christian Dior; Sølve Sundsbø; DR. Illustrations : Cécilia Carlstedt.

LVMH - 22, avenue Montaigne - 75008 Paris - France  
Tél. : 33 (0)1 44 13 22 22 - [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr) - [social.responsibility@lvmh.fr](mailto:social.responsibility@lvmh.fr)

LVMH  
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON