



L'esprit de famille gagne les grandes entreprises

Quel est le point commun entre Kering et Axa? Le géant du luxe et le deuxième assureur européen appliqueront au 1^{er} janvier une politique parentale commune à tous leurs employés à travers le monde.

Pour Kering, ses 38 500 collaborateurs ayant au moins une année d'ancienneté et répartis dans quelque 60 pays pourront désormais bénéficier de quatorze semaines rémunérées à 100% au titre du congé maternité ou adoption, et de cinq jours, également payés à 100%, au bénéfice du congé paternité ou partenaire.

Chez Axa sera mise en place une politique parentale globale sur la base d'un congé maternité ou parental (en cas d'adoption) de seize semaines et d'un congé paternité (coparental) de quatre semaines. Présent dans 64 pays, l'assureur appliquera cette nouvelle donne à plus de 150 000 collaborateurs.

D'autres groupes, comme LVMH, L'Oréal ou Danone ont lancé des initiatives similaires. « C'est un signe fort envoyé à tous les salariés. Il va également rendre notre entreprise plus attractive », explique Rino Piazzolla, directeur des ressources humaines d'Axa. En France, 560 entreprises ont signé la charte de la parentalité, ce qui représente 30 000 établissements et 5 millions de salariés. ■

16

SEMAINES

LA DURÉE DU CONGÉ MATERNITÉ QU'AXA PROPOSERA EN 2017 À SES 150 000 SALARIÉS DANS LE MONDE



ÉCONOMIE & ENTREPRISE

La parentalité, une valeur en hausse au sein des multinationales

Kering et Axa appliqueront, dès le 1^{er} janvier 2017, une politique parentale commune à tous leurs employés à travers le monde

Le groupe de luxe et *lifestyle* Kering a annoncé mercredi 14 décembre la mise en place dès 2017 d'une nouvelle politique parentale pour l'ensemble de ses salariés à travers le monde. A compter du 1^{er} janvier, ses 38 500 collaborateurs ayant au moins une année d'ancienneté et répartis dans environ 60 pays pourront bénéficier de quatorze semaines rémunérées à 100 % au titre du congé maternité ou adoption, et de cinq jours, également payés à 100 %, au bénéfice du congé paternité ou partenaire.

Dans les pays où la législation est plus favorable, celle-ci sera appliquée. Le standard de quatorze semaines, préconisé par l'Organisation internationale du travail (OIT), vise à « *développer un environnement de travail plus durable et favoriser le partage d'une culture commune au sein du groupe* », précise Béatrice Lazat, directrice des ressources humaines de Kering (Yves Saint Laurent, Gucci, Balenciaga...).

Concrètement, aux Etats-Unis par exemple où le groupe compte quelque 5 400 employés, la législation varie selon les Etats, mais les douze semaines de congé maternité en vigueur sous la loi fédérale ne sont pas rémunérées dans leur totalité. D'autre part, il n'existe pas de congé paternité et les douze semaines de congé pour adoption ne donnent droit à aucune compensation financière.

Dans un tout autre secteur, le groupe Axa prévoit lui aussi de mettre en place dès le début de l'année 2017 une politique parentale globale, sur la base d'un congé maternité ou parental (en cas d'adoption) de seize semaines et d'un congé paternité (coparental)

de quatre semaines. Présent dans 64 pays, l'assureur appliquera cette nouvelle donne à plus de 150 000 collaborateurs. « *C'est un signe fort envoyé à tous les salariés. Il va également rendre notre entreprise plus attractive* », explique dans un communiqué Rino Piazzolla, directeur des ressources humaines.

Relativement précurseur en la matière, sur les traces de Danone et de son programme de santé Dan'Cares, L'Oréal a planché dès 2012 sur la meilleure façon de « faire groupe » tant dans la stratégie d'entreprise que dans sa dimension sociale. Le programme « Share and Care » a vu le jour le 1^{er} janvier 2014 et concerne aujourd'hui les 85 000 salariés (dont 64 % de femmes) du géant français de la cosmétique.

« *Il repose sur quatre piliers, détaille Bertrand de Senneville, directeur général des relations sociales du groupe. La protection en cas d'invalidité ou décès, la couverture maladie, la parentalité et la qualité de vie au travail.* » Et d'ajouter : « *Ces politiques, que nous n'imposons pas mais co-construisons avec les pays concernés, nous permettent évidemment d'attirer et de fidéliser les talents dont le groupe a besoin.* »

Beaucoup de chemin parcouru

Fort de cette expérience, L'Oréal a participé à la création par l'OIT en 2015 d'un club d'entreprises pour l'universalisation du socle de protection sociale.

Le leader du luxe LVMH s'est lui aussi engagé à présenter au printemps 2017 un projet d'ensemble baptisé « Cœur social », qui comprendra les sujets de parentalité, de santé et de formation professionnelle. Dans leur communication, les deux grands groupes



**Ces politiques
arrivent souvent
dans le cadre
d'accords
d'entreprise.
Les dirigeants
n'y pensent pas
tous en se rasant
le matin**

de luxe et de mode mondiaux que sont Kering et LVMH insistent tout particulièrement sur l'aspect égalitaire des mesures, quelles que soient les particularités de ceux auxquels elles s'appliquent.

Dans son rapport « Responsabilité sociale 2015 », LVMH énonce parmi ses principes fondamentaux la prévention des discriminations et le respect de la singularité. Kering est aussi très clair : « *Il s'agit de promouvoir l'égalité entre les parents indépendamment de leur situation personnelle.* »

Ces politiques progressistes, souvent sous-tendues par un engagement réel pour l'égalité homme/femme et la reconnaissance de l'homoparentalité, arrivent la plupart du temps dans le cadre d'accords d'entreprise négociés avec les organisations syndicales. Les dirigeants n'y

pensent pas tous en se rasant le matin.

Le chemin parcouru en moins de dix ans est néanmoins remarquable. « *Quand notre association a été créée en 2008 pour porter la charte de la parentalité en entreprise, les DRH nous regardaient avec de grands yeux* », rappelle Catherine Boisseau Marsault, directrice des études et de la prospective de l'Observatoire de l'équilibre des temps et de la parentalité en entreprise.

Aujourd'hui, 560 entreprises ont signé cette charte en France, ce qui représente 30 000 établissements, 5 millions de salariés, soit 17 % de la population active française. « *Aussi stratégiques que l'enjeu de recrutement pour les entreprises, ces dispositifs contribuent à l'évolution des pratiques managériales*, poursuit la directrice. *En communiquant en interne et à l'extérieur sur ces mesures, les directions font passer un message bienveillant sur lequel doivent s'aligner les managers de proximité. Doucement, on passe d'une culture du présentisme à une meilleure compréhension et organisation de la productivité.* »

Mais la route est encore longue, car selon l'observatoire, six salariés interrogés sur dix ne sont pas satisfaits de la façon dont leur employeur aborde actuellement la conciliation vie professionnelle-vie personnelle. ■

CAROLINE ROUSSEAU