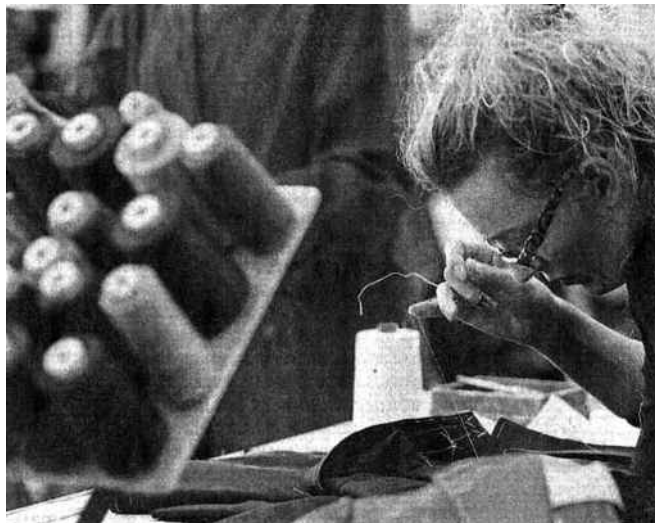




# Kering assoit l'engagement sur la parentalité

**QVT //** Première marche de la nouvelle politique d'engagement du groupe de luxe, des mesures de soutien à la parentalité identiques dans 60 pays. Des avantages en vogue dans les multinationales.



**ÉQUILIBRE.** Depuis le 1<sup>er</sup> janvier, les 38.500 collaborateurs du groupe bénéficient d'un minimum de 14 semaines de congés pour la maternité et de 5 jours pour la paternité. Photo Vincenzo Pinto/AFP

Marie-Sophie Rampacher  
@msrampacher

**D**évelopper les précieux (et parfois capricieux) talents de Balenciaga, Bottega Veneta, Gucci, Saint Laurent ou encore Brioni, voilà le challenge qui a convaincu Béatrice Lazat de quitter L'Oréal pour Kering. Appelée il y a neuf mois par le PDG, François-Henri Pinault, à rejoindre le comité exécutif de Kering, la DRH s'est vu confier mandat de « favoriser la performance individuelle et collective en tissant un environnement de travail plus stimulant et bienveillant ». En France, les candidats n'hésitent plus à évoquer la question de l'équilibre des temps de vie dès le processus de recrutement. Sept actifs sur dix manqueraient de temps au quotidien pour concilier leurs contraintes privées et professionnelles, selon l'Observatoire de l'équilibre des temps et de la parentalité en entreprise (OPE), et c'est encore plus vrai au Moyen-Orient, en Asie et dans les Etats américains où la politique familiale est peu développée. La création d'une politique parentalité pour l'ensemble des salariés du groupe, quelle que soit leur situation personnelle ou géographique, constitue donc la première brique de la nouvelle politique d'engagement de Kering. Effective depuis le 1<sup>er</sup> janvier, elle offre à chacun des 38.500 collaborateurs un minimum de 14 semaines

de congés pour la maternité – s'alignant en cela sur le standard de l'Organisation internationale du travail – et de 5 jours pour le congé paternité ou partenaire. Alors qu'à ce jour la plupart des pays prévoient, pour le congé maternité, des indemnités équivalant aux deux tiers des revenus habituels, ces salariés seront rémunérés à 100 % durant leur absence. A contrario, dans les pays où la législation locale se montre plus avantageuse, cette dernière sera appliquée. Exemple avec l'Italie qui indemnise la jeune maman durant cinq mois à 80 % de son salaire de base.

## Effort financier et avancée sociale

Pour Kering, l'effort financier est considérable car l'écart entre la règle locale et le package maison sera assumé par le groupe, qui n'a pas eu recours à une ouverture complémentaire. « Aucun cadre réglementaire local n'étant comparable, cette hypothèse n'a pas été travaillée. Aux Etats-Unis, où le groupe compte 5.400 employés, les 12 semaines du congé maternité local ne sont pas rémunérées à l'identique d'un Etat à l'autre », précise Béatrice Lazat. Quant aux congés pour paternité ou adoption, ils ne sont pas compensés financièrement aux Etats-Unis. La DRH reste discrète sur la facture globale de cet avantage qui inclut également le remplacement des absents – 60 % des effectifs exerçant

dans le retail – et leur formation. « Les simulations de l'impact financier ont été prises en compte dans le budget 2017 et seront revues lorsque le dispositif sera actif. » Difficile d'anticiper le nombre de naissances et d'adoptions à l'échelle du globe, la durée du congé adoption ayant été alignée sur celle du congé maternité (14 semaines). L'avancée sociale, en tout cas, est majeure pour les équipes basées en Chine, au Japon et à Hong Kong (8.000 collaborateurs), trois Etats qui n'ont pas légalisé ce droit.

## AXA et MasterCard aussi

La création d'un socle de droits minimal à l'échelle du monde est en vogue dans les multinationales. Inspirés par les pionniers, Danone et L'Oréal, AXA et MasterCard viennent également de dévoiler une politique parentale mondiale. L'assureur promet 16 semaines pour les mères, 4 semaines pour les pères et les coparents dans 64 pays – y compris dans le cadre d'une adoption. MasterCard frappe encore plus fort en proposant un congé paternité de 8 semaines à prendre à la carte.

Tous les grands groupes cherchent fébrilement la baguette magique pour « enchanter » les collaborateurs. Selon Kering, considérer les contraintes des chargés de famille et surtout dessiner des perspectives d'évolution de carrière pour tous – le point faible du groupe – a le pouvoir d'accroître cet « engagement ». Mais si la mobilité fonctionne au sommet – comme le prouvent les récents transferts de Cédric Charbit (Saint Laurent) vers Balenciaga ou encore de Carlo Alberto Beretta (Bottega Veneta) vers le comex –, les mouvements sont moins spontanés dans le reste de l'organigramme. « A trente-cinq ans, chaque collaborateur devrait se projeter, envisager les trente prochaines années de sa carrière et se placer en situation de dépassement », développe Béatrice Lazat, consciente des freins au changement et de l'aversion aux risques, y compris chez les plus jeunes. Sa tactique ? Inviter les managers à développer les ambitions des collaborateurs « sous condition de performance et de maîtrise des fonctions ». Les lignes managériales sont invitées à penser hors du cadre et à envisager des sauts de poste inattendus. « Au cours de leur existence, les collaborateurs devront exercer des fonctions différentes », conclut la DRH, qui montre la voie, après avoir consacré l'essentiel de son parcours à diriger des entités marketing. ■

## Le chiffre

# 6%

### DE L'EFFECTIF

C'est le poids des salariés de Kering en France, y compris les équipes des boutiques.