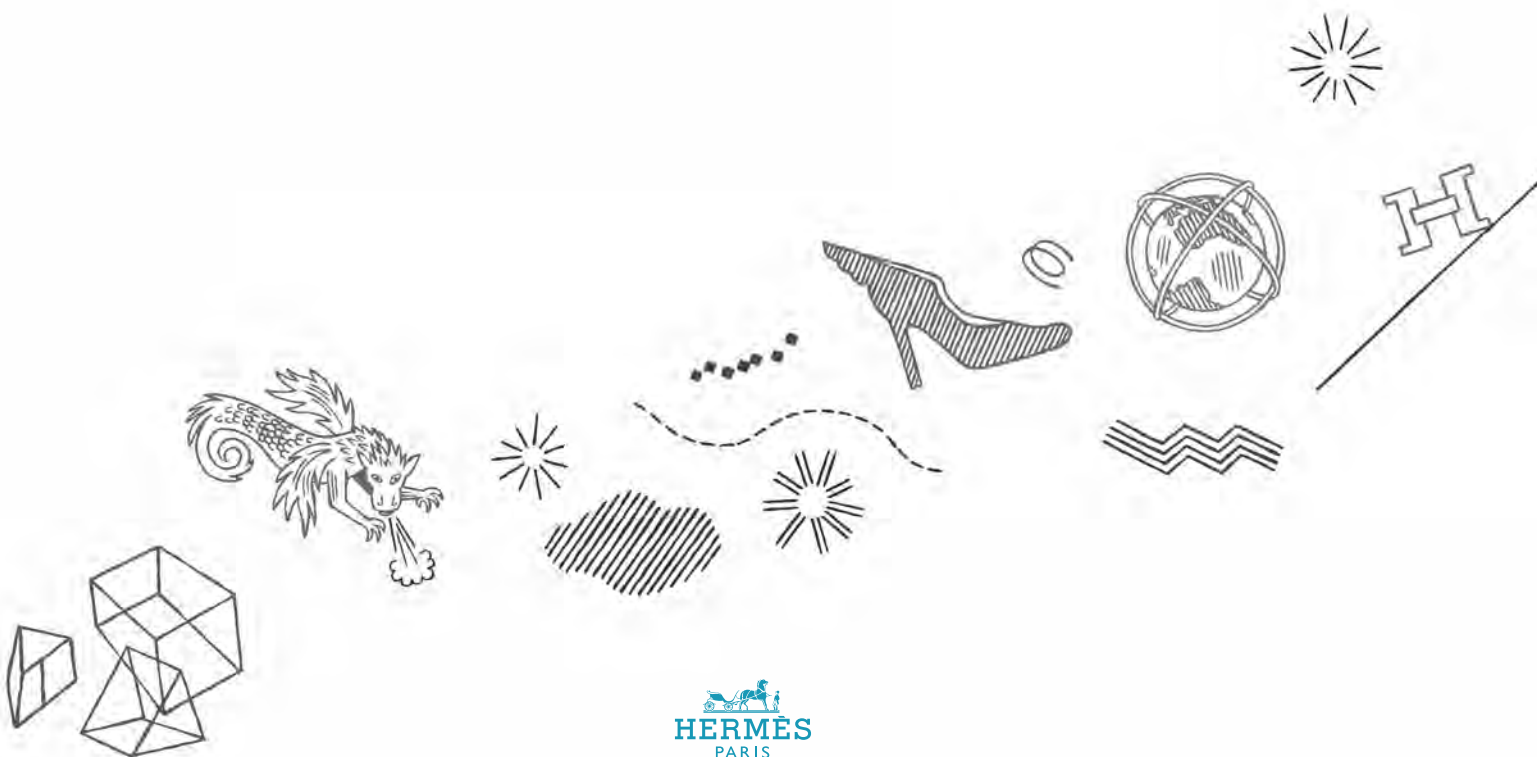


DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL 2019

EXTRAIT ENJEU : RECRUTER DES TALENTS



Les numéros de page ont été conservés par rapport à la version originale

2

RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

DPEF

2.3	LES HOMMES : SAVOIR-FAIRE	100
2.3.1	Enjeu : recruter des talents	100
	2.3.1.1 <i>Politique</i>	100
	2.3.1.2 <i>Actions mises en œuvre et résultats</i>	100

2.3.1 ENJEU : RECRUTER DES TALENTS

Pour se développer, Hermès a besoin à court et moyen termes de renforcer ses équipes dans toutes les professions : artisans, vendeurs, producteurs, experts dans les fonctions transverses : IT, *supply chain*, finance, ressources humaines, juridique, digital... Au cours des cinq prochaines années, l'effectif d'Hermès pourrait passer de plus 15 000 à 20 000 collaborateurs et le groupe s'y prépare.

Dans ce contexte de croissance soutenue de l'activité, le développement durable de la maison repose sur sa capacité à recruter des talents qui vont pouvoir s'exprimer tout au long de leur carrière. Ces profils, ces expertises et ces savoir-faire différents sont essentiels pour accompagner l'évolution de la maison. C'est pourquoi Hermès accorde un soin particulier aux relations avec les écoles et au recrutement. Ils doivent permettre aux nouvelles recrues de s'inscrire harmonieusement dans le projet à long terme de l'entreprise et d'apporter une contribution efficace à ses activités.

2.3.1.1 POLITIQUE

Les recrutements sont pilotés par chaque métier et filiale, pour en assurer la parfaite adéquation au contexte. La politique de recrutement et de relation avec les partenaires est définie par la holding. En France, elle pilote également les relations avec les écoles, la communication et mutualise les recrutements. L'ambition est de mieux faire connaître aux candidats les métiers et la singularité de la maison, d'attirer des candidats convaincus par le modèle d'entreprise et ses valeurs, et de retenir les meilleurs profils, capables de s'intégrer pour longtemps au sein des équipes.

2.3.1.2 ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

Marque employeur

L'image d'Hermès est autant celle véhiculée à travers les objets, les magasins, les services que son image en qualité d'employeur. Celle-ci offre l'opportunité d'attirer les meilleurs candidats qui permettront à la maison de contribuer durablement à son développement.

En 2019, Hermès a imaginé une nouvelle identité pour sa marque employeur. Sur des marchés de l'emploi en tension dans la plupart des pays où Hermès est implanté, l'enjeu est de renforcer sa visibilité et de mieux valoriser les éléments de son attractivité. L'entreprise Hermès grandit et se transforme aussi. Portée par le succès de ses collections et la progression de la demande, elle doit être en capacité d'accompagner l'accroissement de l'activité.

C'est pourquoi la nouvelle identité de marque employeur véhicule le message « Tous artisans » Il s'agit d'exprimer l'idée que tous les collaborateurs d'Hermès sont habités par un esprit artisan, celui qui contribue avec humilité, passion et amour du travail bien fait au rêve des clients par la réalisation du bel objet. Cette identité valorise les hommes et les femmes d'Hermès dans leur authenticité tout en mettant en avant le fait qu'ils font naître les objets, réalisés à partir de matières de haute qualité. Outre les deux médias principaux – le site carrières d'Hermès et la page LinkedIn d'Hermès – des supports de communication ont été développés pour faire rayonner cette image de marque employeur dans les actes de recrutement lors des forums écoles, salons, et lors des entretiens de candidats.

Une campagne de communication nationale a été déployée en France durant deux semaines à l'automne 2019, avec l'ambition de renforcer l'attractivité d'Hermès comme recruteur de talents, ainsi que sa légitimité comme créateur de valeur sociale. Elle a été visible dans la presse nationale à travers des double pages dans le Monde et le Figaro et dans la presse quotidienne régionale (Le Progrès, La Montagne, l'Est Républicain, Sud-Ouest et Normandie) pour mettre en valeur l'ancrage local. En outre, la campagne a été très présente sur les réseaux sociaux Facebook, LinkedIn et dans des médias ciblés sur les domaines News, Business, Culture, Entertainment, et Musique à travers des clips vidéo. Cette campagne a généré près de 6 200 clics sur LinkedIn et a touché plus de 473 600 visiteurs uniques, une belle performance grâce aux vidéos qui ont suscité un bon engagement.

Durant toute l'année 2019, Hermès a animé de façon sélective mais plus intensive sa présence sur LinkedIn, à travers 86 publications. Cela a permis en un an de voir doubler le nombre de *followers*, passé de plus de 285 500 à plus de 475 750. Les sujets de ces « posts » ont couvert les ouvertures de sites manufacturiers, les ouvertures et rénovation des magasins, les événements de recrutement, les relations et partenariats avec des écoles, les actions en faveur du handicap... En 2019, plus de 1 800 recrutements ont été opérés par le biais de LinkedIn. Le nombre de candidatures reçues par ce réseau s'est élevé à plus de 276 800 (contre près de 153 000 en 2018). Enfin, le nombre de visites sur la page Hermès de LinkedIn a été de plus de 432 800 (contre près de 309 200 en 2018).



2^{ème} meilleur employeur du classement Glassdoor (France)

En décembre 2019 Hermès a été de nouveau classée parmi les meilleurs employeurs, en occupant la 2^{ème} place du classement Glassdoor, seul dans l'industrie du luxe. Ce classement (Glassdoor) concerne les entreprises de plus de 1 000 salariés, ayant plus de 20 avis de collaborateurs sur chacun des huit attributs. Une marque de

reconnaissance de la qualité de vie au travail dans l'entreprise en matière de management, rémunération, expérience candidat, avantages. Glassdoor est une plateforme d'emploi, qualifiée de « Google de l'emploi », qui agrège les offres d'emploi de certains jobboards et sites Carrières d'entreprises. Créée pour partager l'authenticité de l'expérience collaborateur, Glassdoor recueille les avis des collaborateurs et anciens employés sur les entreprises et des candidats sur leur parcours lors des entretiens de recrutement.

Hermès a reçu aussi le prix du meilleur employeur – classé 3^e dans l'industrie du luxe – d'Epoka – Harris Interactive, un classement effectué auprès des étudiants et jeunes diplômés. Enfin, Hermès Australia a été nommée « *Best Retail Employer of the Year* » dans l'univers de la distribution.

En 2020, Hermès poursuivra sa communication employeur par des actions de plus grande envergure qui auront pour objet de soutenir une activité de recrutement dynamique. Une démarche autour de cinq piliers est formalisée et consiste à structurer la promesse employeur, appuyée par des éléments tangibles et les bénéfiques aux candidats.

Relations écoles

Hermès entretient des relations étroites avec le monde de l'éducation, porté à la fois par le devoir d'entreprise citoyenne qui apporte sa contribution à la formation des jeunes et par la nécessité d'accueillir les jeunes pour compléter leur formation théorique d'une expérience opérationnelle.

La maison ouvre ses portes à de nombreuses promotions d'étudiants le temps d'une matinée pour leur faire découvrir les ateliers, un magasin et leur présenter Hermès de façon globale pour faire connaître et rayonner sa réalité d'employeur responsable de qualité.

Les relations avec les écoles se focalisent surtout sur les écoles d'art et sur les écoles préparant aux savoir-faire artisanaux concernant Hermès, tout en ayant un spectre plus large compte tenu de la diversité des activités et des métiers exercés au sein du groupe.

Cette démarche symbolise aussi la volonté de la maison d'échanger avec les jeunes générations. Ces relations vont continuer à s'entretenir. L'analyse de matérialité du groupe a aussi fait intervenir ces représentants de générations futures. Enfin les projections des films « Empreintes sur le Monde » restent un moment privilégié pour les échanges intergénérationnels.

Support

En 2019, Hermès a poursuivi son partenariat avec HEC qui a donné lieu à de nombreuses actions telles qu'une présence sur un forum étudiant en mars, une étude sur le sens chez Hermès menée par des étudiants, une mission proposée aux étudiants du Master Entrepreneurs, la participation à un jury...

Le partenariat avec Sciences Po Paris s'est poursuivi aussi, se traduisant concrètement par des rencontres avec des étudiants en situation de handicap, le recrutement de stagiaires et d'alternants.

Des actions de proximité telles qu'un petit-déjeuner ressources humaines/Manager avec les étudiants du Master Finance, l'accueil des étudiants du Master Marketing et Communication ont permis d'incarner la maison et de partager des témoignages vivants de nos acteurs.

Le parrainage du Master 2 Innovation Luxe et Design dispensé par l'IAE Gustave Eiffel a été l'occasion d'ouvrir les portes à une promotion de 30 étudiants pour leur faire découvrir les ateliers du cuir de Pantin et le magasin du Faubourg Saint-Honoré, et échanger avec d'anciens élèves de leur école, employés chez Hermès.

La direction artistique groupe entretient des liens étroits avec les écoles d'art référentes dans leur domaine. Elle poursuit à travers des actions concrètes l'objectif de repérer de jeunes talents pour de futures collaborations et de les accompagner dans leur parcours d'apprentissage par des cas concrets et en leur ouvrant l'univers de la création d'Hermès. En 2019, un groupe d'étudiants de l'école Penninghen à Paris s'est vu confier le sujet « Vitrine de rêve et rêve de vitrine » consistant à créer les décors des vitrines du Magasin George V à Paris le temps d'une saison. Des étudiants de l'Accademia Belle Arti ont aussi conçu à l'occasion du salon international du meuble de Milan des vitrines appelées « The sky in the room ». En 2019, des étudiants de cette même école ont proposé des vitrines « The dream collector » pour le magasin de Venise à l'occasion de la biennale d'art. Des étudiants de l'Ecal en Suisse ont réfléchi à la conception de cadrans de montres, parrainés par le graphiste Philippe Apeloig. Une proposition d'événement de communication a été imaginée par des étudiants de la Chaire Colbert – ENSAAMA.

Artisan et métiers

La maison Hermès a été présente à Paris au Forum CentraleSupélec dans l'objectif de présenter son pôle manufacturier implanté dans 55 sites de production – dont 43 situés en France – et de valoriser l'attrait des carrières pouvant être offertes à des ingénieurs dans cet univers artisan-industriel. Des offres d'emploi et de stages ont suscité un large intérêt. En outre, un groupe de managers a animé une demi-journée auprès d'étudiants de 1^{re} année de Centrale Paris en leur confiant des mini cas. L'objectif de cette séance était d'ouvrir les élèves au caractère pluridisciplinaire du monde de l'entreprise et de la conception de produits et de services et leur faire prendre conscience des verrous scientifiques et technologiques autour des processus (innovation, conception, production, logistique, etc.).

Le pôle Hermès Maroquinerie-Sellerie poursuit et initie des partenariats avec les lycées professionnels Jean Rostand (Angoulême), Boismard (Brionne), Casanova (Givors) depuis 30 ans, école Boudard (Montbéliard), Desaix (Saint-Eloi les Mines), un nouveau CFA à Bordeaux (Le Vigean à Eysines). Il a ouvert un bac professionnel de maroquinerie avec le lycée professionnel Flora Tristan de Montereau pour accompagner la création de la nouvelle maroquinerie. Un CAP option coupe au lycée Jean Monnet en région parisienne a aussi été ouvert. Il a également participé au dispositif local Savoie-Dauphiné du Comité Local Écoles Entreprises organisé avec deux lycées du Bugey. En Franche-Comté, une formation qualifiante Coupe a été créée en partenariat avec l'École Boudard.

Le pôle Hermès Maroquinerie-Sellerie a également soutenu le programme *Manufacto* piloté par la Fondation d'entreprise Hermès qui vise à faire découvrir le métier d'artisan à des enfants et des adolescents par l'initiation – en plusieurs étapes – à la fabrication d'un objet. Ce soutien s'est traduit notamment par l'intervention d'artisans

dans plusieurs classes de collèges et lycées en région parisienne, Lyon et Franche-Comté, et par l'accueil de classes dans certains sites des pôles Savoie-Dauphiné, Sud-Ouest et Franche-Comté.

La filière textile entretient des liens étroits avec le lycée Aubry, l'ITECH, l'École du textile Cepitra, le lycée La Martinière Diderot, le lycée André Paillot et l'ENSAIT.

Le pôle Tanneries s'est rapproché de l'IUT Chimie du Mans en vue d'initier un Programme Jeunes Techniciens en tannerie et de l'ITECH pour présenter le programme Jeunes Tanneurs, un parcours d'intégration de jeunes ingénieurs chimistes s'étalant sur 24 mois et se découpant en quatre séquences de six mois dans quatre tanneries différentes.

Dans le cadre du partenariat entrepris par le pôle Parfums – sous l'impulsion de Christine Nagel – et l'École Supérieure du Parfum, un projet de création a été confié aux 38 étudiants de 5^e année du Master « Création et Management de l'Industrie du Parfum ». Le thème choisi était « Quand l'univers de la parfumerie sélective passe au vert : (ré)inventer le monde du parfum de Demain ! ».

Le pôle Hermès Femme a contribué à la refonte des programmes de l'IFM/Chambre syndicale de la Haute couture à destination des métiers des ateliers de mode.

La cristallerie Saint-Louis poursuit ses collaborations et partenariats avec les établissements de formation préparant aux métiers artisanaux de la cristallerie (lycée Jean Monnet d'Yzeure, lycée Dominique Labroise de Sarrebourg, Centre Européen de Formation aux Arts Verriers de Vannes le Châtel) notamment par l'accueil d'élèves dans le cadre de stages ou de contrats d'apprentissage.

Marchand

Dans le cadre des recrutements des renforts pour les périodes estivales et des fêtes de fin d'année, Hermès Distribution France organise des sessions de recrutement collectives. Ces sessions, organisées dans des lieux uniques, sont aussi l'occasion de présenter la maison et la filiale, ses valeurs et son histoire, et de proposer un temps de maillage entre les candidats et les équipes des magasins. En 2019, ces événements ont eu lieu à Paris, Nice et Lyon et ont permis de recruter 67 renforts. De plus, la filiale a participé aux forums recrutement des écoles de gestion Essca, Isege, Isefac et IFM.

Le pôle Marchand, international par nature, mène des actions diverses auprès des étudiants dans le monde. Ainsi, Hermès of Paris a établi un partenariat avec la *Luxury Education Foundation*, une organisation à but non lucratif qui propose des échanges et des rencontres avec des leaders de l'industrie. Cette organisation coopère avec Columbia Business School, Parsons School of Design et Honk Kong University of Science and Technology. Hermès Mexico a noué un partenariat avec IES de Moda, Casa de Francia pour proposer des stages aux étudiants et pour en recruter certains.

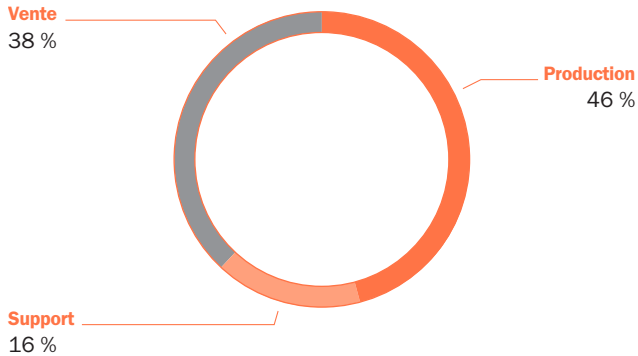
Hermès GB a mis en place un programme de quatre jours consistant à accueillir huit étudiants pour leur faire connaître la filiale, son activité, ses magasins.

Hermès Asia Pacific a accueilli 50 étudiants lors d'un campus recrutement qui a permis de pourvoir des postes à la vente.

Recrutement

Lors des recrutements, l'accent est mis particulièrement sur la personnalité du candidat : le sens collectif, l'esprit de curiosité, l'exigence de qualité et l'attention aux résultats sont des critères clés car ils jouent un rôle déterminant dans la capacité du futur collaborateur à enrichir le projet de l'entreprise tout en participant à l'esprit collectif fort qui qualifie son expérience en interne.

RECRUTEMENT PAR FILIÈRE



L'activité recrutement a été particulièrement soutenue en 2019.

Le site carrières a été rénové en 2019 pour adopter la nouvelle identité de la marque employeur :

<https://www.hermes.com/fr/fr/story/221096-hermes-employeur/>.

En 2019, 2019 offres d'emploi ont été publiées (contre 1 710 en 2018) témoignant de la vitalité de l'activité, dont 888 CDI, et 1131 CDD, alternances et stages qui ont été proposés. Le site a enregistré plus de 175 500 candidatures en 2019 (contre près de 150 000 en 2018). 826 embauches – tous emplois confondus – ont été effectives via le site (contre 721 en 2018).

Le site employeur d'Hermès a attiré plus de 677 000 visiteurs en 2019 (contre près de 535 000 en 2018) sur les pages d'offres, soit une progression de 27 %.

Support

Hermès Commercial a organisé des sessions collectives de recrutement de stagiaires et d'alternants pour la direction des Services aux Clients, une session de recrutement collective Handimatinale pour la 1^{re} fois dans un objectif d'inclusion, des sessions collectives pour recruter des opérateurs logistiques. La direction des ressources humaines en charge du recrutement pour Hermès Sellier et pour plusieurs filiales en France, a aussi mis en place des sessions de recrutement collectives, pour sélectionner et recruter des stagiaires et alternants.

La direction des systèmes d'information d'Hermès a recruté plus de 40 personnes en 2019, notamment par une campagne de recrutement permettant d'attirer des profils rares sur un marché en tension.

Plusieurs filiales réinventent leur manière de recruter afin de créer une proximité et une connivence plus forte avec les candidats et installer la relation dans un temps plus court.

Artisan et métiers

Le pôle Hermès Maroquinerie-Sellerie, a participé à plusieurs salons et forums : le forum de recrutement de Charente, les salons de recrutement d'Evreux et de Val de Reuil ; le Salon Bugey Expo, le forum de l'emploi de Pont de Beauvoisin, le mondial des métiers à Lyon, le salon des métiers d'art à Belley, les portes du Cuir à Saint-Junien...

Des sessions collectives de recrutement ont accompagné le recrutement des stagiaires pour les Services Centraux du pôle Maroquinerie.

La filière Textile a lancé une démarche Filière de Gestion Prévisionnelle des Emplois et Compétences, appelée « Perspectives », pour anticiper 109 départs d'ici 2022 : structuration du projet, entretiens individuels avec chaque potentiel futur retraité, analyse des données, plan d'accompagnement, anticipation des recrutements pour assurer transmission et tutorat. Deux groupes de projets se penchent, d'une part sur la refonte du parcours de formation des Imprimeurs, et d'autre part sur l'organisation « contrôle qualité » pour laquelle 30 recrutements seront à effectuer d'ici 2022. La filière a participé au Forum 1000 entreprises pour l'emploi de Lyon. La Société Novatrice de Confection (SNC) a participé au Forum de l'emploi de Périgueux. Dans cette même filière, la pépinière d'ingénieurs continue de recruter et former des ingénieurs débutants à qui des parcours d'immersion interne sont proposés pour ensuite leur permettre de prendre des fonctions fixes et assurer la relève.

Le pôle Parfums invite deux fois par an à Pantin des étudiants à la recherche de stages. 140 étudiants ont pu en 2019 s'immerger dans l'univers et prendre le pouls de la culture managériale de l'entreprise. Environ 60 stagiaires ont ainsi été recrutés.

Dans le cadre de sa politique de recrutement d'artisans, la cristallerie Saint-Louis s'appuie sur les services de Pôle Emploi pour la recherche de personnel issu du pays de Bitche. Après les étapes de pré-sélection opérées par Pôle Emploi puis par le service des ressources humaines, les demandeurs d'emploi rejoignent la manufacture pour une Période de Mise en Situation en Milieu Professionnel (PMSMP) encadrée par une convention avec Pôle Emploi. Cette immersion permet aux équipes de Saint-Louis d'évaluer les aptitudes à apprendre le métier et pour le candidat de confirmer sa projection vers une nouvelle voie professionnelle. Au 18 novembre 2019, 25 conventions ont été signées et ont abouti à la signature de sept contrats de travail.

Marchand

Afin de recruter des renforts pour la période des fêtes de fin d'année et pour la période estivale dans les stations balnéaires, Hermès Distribution France a réuni les candidats présélectionnés à Paris, Lyon et Nice. Ces rendez-vous sont des opportunités pour identifier les futurs talents qui pourraient rejoindre la maison.

Hermès Distribution Europe a innové en utilisant l'outil Easyrecrue permettant d'effectuer des entretiens vidéo différés, contribuant ainsi à mettre en œuvre des approches innovantes. Des tests de langue par Easyspeaking ont aussi été proposés.



3 699

créations de postes sur les 5 dernières années

Développer les Talents pour bâtir l'Hermès de demain

Hermès entend faciliter la construction au sein du groupe de parcours professionnels et personnels riches pour faire émerger ses dirigeants et managers de demain. L'enjeu étant de bâtir l'Hermès de demain avec les hommes et les femmes d'aujourd'hui.

Chaque collaborateur bénéficie d'un entretien d'évaluation une fois par an. Les directeurs généraux des filiales et leurs DRH supervisent les revues annuelles de performance qui reposent notamment sur l'entretien annuel qui permet de faire le bilan de l'année écoulée et de construire les objectifs de l'année à venir, notamment en termes de formation. Les équipes RH s'assurent de recueillir l'ensemble des feuilles de route sur lesquelles les points importants des échanges sont retranscrits et qui servent à mettre en place le plan de formation. En France, le point sur les compétences et l'évolution professionnelle du collaborateur est retranscrit par l'entretien professionnel qui doit se dérouler légalement tous les deux ans. Hermès a fait le choix de le tenir tous les ans et d'aborder les sujets de l'entretien professionnel en même temps que l'entretien annuel. La DRH supervise la mise en œuvre de ces deux entretiens :

- ◆ Le bilan annuel comportant les appréciations de la performance, l'environnement de travail, l'analyse des compétences, les objectifs pour l'année suivante ;
- ◆ L'entretien professionnel, permettant de discuter de perspectives à moyen terme avec le collaborateur (bilan professionnel, projet professionnel, plan de développement des compétences, formation).

Les entretiens annuels dans les filiales étrangères s'inscrivent dans le cadre d'un processus piloté par la direction des ressources humaines de chaque filiale, à partir des orientations données chaque année par la direction des ressources humaines groupe à l'appui de supports : guide d'entretien annuel, supports d'entretien annuel pour les collaborateurs, les managers et les leaders. Tous bénéficient d'un moment d'échange, co-remplissent le document qui restitue l'échange et porte sur l'atteinte des objectifs, la performance, la relation managériale, l'équilibre vie professionnelle/vie privée, le respect de l'éthique et de la conformité, les besoins en formation, la fixation des objectifs de l'année à venir. Certaines filiales (Etats-unis, Japon ...) adaptent les formats groupe par nécessité culturelle. L'accompagnement des collaborateurs tout au long de leur parcours est nourri par ces échanges annuels. En complément, les filiales organisent une fois par an un Comité carrières qui permet aux Comités de direction de partager les situations individuelles et de stimuler la mobilité interne, premier levier de développement des

collaborateurs. La « revues des talents » annuelle est aussi un moyen de bien connaître les collaborateurs et de suivre de près leurs trajectoires. Elle permet de soutenir de de manière rapprochée et individuelle le développement des cadres.

Plus spécifiquement, la direction des ressources humaines groupe suit de près, en lien étroit avec les direction des ressources humaines des pôles, le développement des talents et propose une offre de programmes à leur attention. En 2019, le programme « Cavaliers » a permis à six groupes de jeunes talents de réfléchir sur un sujet représentant un enjeu stratégique défini par le Comité Exécutif. En 2019, le thème « Hermès Green » a par exemple été soumis aux participants. Le « Colbert Labo » a permis à six jeunes de réfléchir avec des pairs de l'industrie du luxe sur le thème « Comment réinventer et valoriser le métier de vendeur dans une maison de luxe ? ». De multiples programmes externes ont été offerts à plus de 50 collaborateurs – dont 37 dans les programmes « Eve » et « Octave » déployés par Danone - que la maison souhaite accompagner dans leur leadership, en particulier et plus largement, dans leur développement. Pour la 2^e année consécutive, quatre collaborateurs ont pu rejoindre le programme Campus Formation Etudiants Entreprises qui prépare – sur le mode de l'alternance – aux compétences numériques nécessaires à l'accompagnement des mutations en cours : design thinking, gestion de projet, techniques digitales, modes collaboratifs ... A la clé un diplôme d'université de niveau Master 2 leur est délivré, ce qui augmente leur employabilité.

2.3.3 CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD) DE L'ONU

Les réalisations du groupe en matière de « savoir-faire » sont notamment en lien avec les ODD suivants (les numéros renvoient à la typologie officielle de l'ONU) :



N° 4 : Éducation de qualité

- ◆ 4.3 « Accès aux femmes et aux hommes, dans des conditions d'égalité, à un enseignement professionnel de qualité »
Les femmes occupent une place importante au sein de la maison, elle représente 68 % des effectifs. L'accès à la formation professionnelle pour les femmes et les hommes de la maison est encouragé par l'université interne Ex-Libris et les écoles internes des métiers d'une part, les formations externes plus spécifiques d'autre part.
- ◆ 4.4 « Augmenter le nombre de personnes disposant de compétences techniques et professionnelles nécessaires à l'emploi »
Le maintien des savoir-faire est soutenu par des plans de formation tout au long de la carrière, et renforcé par des actions plus spécifiques. La participation à des concours externes (MOF), mais aussi internes, a pour objectif de donner une qualification aux collaborateurs, et ainsi de pérenniser les savoir-faire existants et faire revivre ceux en déclin. Hermès apporte également son support aux écoles par le biais de la taxe d'apprentissage et via l'accueil d'apprentis.
- ◆ 4.7 « Éducation en faveur du développement durable »
La sensibilisation des collaborateurs au développement durable est réalisée tout au long de l'année, insufflée par la direction du développement durable, et reprise en local par le réseau des ambassadeurs développement durable (HSE, Comités DD, locaux...).



N° 11 : Villes et communautés durables

- ◆ 11.4 « Renforcer les efforts de protection et préservation du patrimoine culturel mondial »
Hermès est une maison de création, qui collabore avec de nombreux artistes, favorisant ainsi le développement du patrimoine créatif. Chaque collection implique la direction artistique et les métiers de la maison, dans un foisonnement créatif. Ces actions reconnues notamment par le label Entreprise du Patrimoine Vivant, concourent aux efforts réalisés par le groupe pour la protection et le maintien des savoir-faire artisanaux. Par ailleurs, la Fondation d'entreprise est engagée dans le soutien aux spectacles vivants et à la photographie contemporaine.

Rapport Annuel Complet:
<https://finance.hermes.com/Rapports-et-Presentations/Rapports-annuels>

Hermès International

Société en commandite par actions au capital de 53 840 400,12 euros – 572076396 RCS Paris

Siège social : 24, rue du Faubourg Saint-Honoré – 75008 Paris.

Tél. : + 33 (0)1 40 17 44 37

ISBN 978-2-35102-0715

Une publication Hermès

© Hermès, Paris 2020

Crédits iconographiques

Page 5, 197, 198, 199, 202 : Valérie Archeno

Page 15 : Olivier Metzger 1, Edouard Caupeil 2

Page 99 : Benoît Teillet

Page 111 : Christophe Bornet

Page 205 : Olivier Metzger

Page 213, 215, 217, 219, 221, 222, 223, 225, 226, 228, 229, 231, 232, 233, 235, 250, 252 : Edouard Caupeil

Mise en pages : **Labrador**