

Les avantages de la diversité en entreprise - l'expérience française

☒ Valérie Conxicoeur et les speakers de l'évènement

Comité Ressources humaines, Evénements, Focus RH | 21 juin 2018

Le second Comité RH de l'année 2018 avait pour thème la diversité en entreprises.

Organisé conjointement par l'Ambassade de France, l'Institut français du Japon et la CCI France Japon, l'évènement a réuni plus de 60 participants autour de trois intervenantes de tout premier plan : **Junko Takagi, présidente de la chaire Leadership et Diversité de l'ESSEC, Catherine Tripon, directrice des Relations aux parties prenantes de la Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE), et Hiroko Masuhara, fondatrice de la société Trois Couleurs qui promeut les droits des LGBT au Japon.**

Après une intervention de Pierre Colliot, conseiller culturel de l'Ambassade, chacune des conférencières a apporté son éclairage sur la diversité, un sujet d'actualité dont on parle beaucoup mais qui se traduit encore trop peu en actions concrètes.

Junko Takagi a souligné la relative nouveauté du débat autour de la diversité en France. A la différence des Etats-Unis où les minorités sont clairement définies et nommées depuis longtemps, en France un certain nombre de tabous demeurent, notamment autour des problématiques ethniques. Depuis 2004 les choses se sont toutefois accélérées, avec le lancement d'une « Charte de la Diversité », signée en 2004 par 4000 entreprises, et d'un « Label Diversité » en 2015, qui a déjà été attribué à 350 sociétés. Les lois françaises anti-discriminations ont entraîné une prise de conscience de la part des entreprises, par souci des conséquences juridiques bien sûr, mais aussi pour une question d'image. C'est le cas des femmes (40% des conseils de surveillance doivent être féminins) et des handicapés (qui doivent représenter 6% du personnel). **Mais il reste souvent nécessaire de convaincre les dirigeants et les managers des réels bénéfices apportés par la diversité** (accès à de nouveaux segments de marché par exemple). Pour améliorer l'inclusion des femmes, de nombreuses entreprises en France ont mis en place des initiatives qui permettent de souligner leurs points forts : réseau « Women at Renault », réseau « Twice » chez Total, prix « Women in Science » chez l'Oréal... Il est maintenant indispensable d'appliquer le même effort aux différences « invisibles », les handicaps (qui ne sont pas toujours des handicaps visibles) et l'orientation sexuelle en particulier.

Sur le thème des LGBT, Catherine Tripon est revenue sur le fait qu'il était difficile de parler d'un sujet intime qui de plus n'est pas « mesurable ». En France on estime que 6 à 10% de la population peut être définie comme LGBT (Lesbienne, Gay, Bisexuelle, ou Trans). 88% des employés ont été confrontés à ou témoins de remarques homophobes sur leur lieu de travail. 67% des employés (LGBT ou non) pensent que faire son « coming-out » s'assortit de conséquences néfastes au travail. Le résultat est que beaucoup de LGBT se cachent, se privant ainsi de tout partage de leur vie privée, ce qui conduit à du stress, de l'isolement et à une forme d'autocensure (pas de demande de promotion par peur d'être rejeté, par exemple). **Plus qu'une question de quotas, l'enjeu pour les LGBT en entreprise est de favoriser la visibilité pour ceux/celles qui le souhaitent, et le respect pour tous.** Pour cela, un comportement personnel exemplaire et une prise de parole régulière de la Direction sur le sujet sont nécessaires. C'est aussi un enjeu d'attractivité pour la marque employeur et une démarche RSE* incontournable. Dans cette optique, l'Association l'Autre Cercle, dont Mme Tripon est porte-parole, a mis en place une « charte d'engagement LGBT », qui a été signée par 86 entreprises (dont Vinci, Accenture ou BNP Paribas), des universités et des municipalités.

Après ce panorama des pratiques françaises, Hiroko Masuhara s'est ensuite penchée sur ce qui existe au Japon. Si la situation des femmes est beaucoup évoquée, les droits des LGBT ne le sont en revanche que depuis le lancement du plan « Diversité 2.0 » par le gouvernement. Il est en effet nécessaire pour le Japon de se conformer rapidement aux bonnes pratiques mondiales : les objectifs de développement durable de l'ONU ou la charte olympique anti-discrimination par exemple. Un label Work with Pride a été mis en place. En 2017, plus de 100 entreprises ont reçu ce label. Comme le disait Mme Tripon, Mme Masuhara a souligné qu'il s'agissait d'**offrir aux LGBT une « sécurité psychologique » sur leur lieu de travail.** On estime à 1/13 le nombre de LGBT au Japon, 80% d'entre eux n'ont pas fait leur coming-out, et se cachent au prix d'une grande souffrance émotionnelle qui nuit à leur performance dans l'entreprise. Les alliés hétérosexuels des LGBT doivent se faire connaître, afin de signaler leur bienveillance. C'est l'objet des stickers « LGBT Ally » que Mme Masuhara a distribué au public, et qui ont été customisés pour de nombreuses entreprises japonaises comme KDDI ou JAL.

Pour toute information complémentaire, merci de contacter Valérie Conxicoeur à emploi@ccifj.or.jp ou Sarah Vandy sarah.vandy@institutfrancais.jp

A lire aussi l'[article sur le site de l'Ambassade de France à Tokyo](#)

•

- Pierre Colliot, conseiller culturel de l'Ambassade
- Junko Takagi, présidente de la chaire Leadership et Diversité de l'ESSEC
- Catherine Tripon, directrice des Relations aux parties prenantes de la
Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE)
-
- Hiroko Masuhara, fondatrice de la société Trois Couleurs
-
-
-
-
-
- Pierre Colliot, conseiller culturel de l'Ambassade