

DIVERSITY AT WORK

La diversité au travail – Étude des bonnes pratiques
d'entreprises dans le secteur des télécommunications



L'égalité des chances pour tous



Sensibiliser les différents acteurs pour promouvoir la diversité



L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée



Les femmes



L'égalité raciale et religieuse



L'âge



Le handicap



L'orientation sexuelle



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

1. Introduction



2007 – L'Année européenne de l'égalité des chances pour tous : vers une société plus juste.

L'Année européenne 2007 de l'égalité des chances pour tous a été instituée dans le but de lutter contre les discriminations et de promouvoir la diversité et l'égalité des chances.

À cet effet, quatre objectifs spécifiques ont été définis:

- ▶ Droits: sensibiliser les Européens aux droits garantis par la législation de l'UE;
- ▶ Représentation: encourager la participation des groupes sous-représentés dans tous les domaines de la société;
- ▶ Reconnaissance : sensibiliser les différents acteurs de la société sur l'impact positif de la diversité pour l'Europe; et
- ▶ Respect et tolérance: promouvoir la cohésion sociale.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

1. Introduction

For Diversity



Against Discrimination

www.stop-discrimination.info

Consultez le site web de la Commission européenne consacré à la non-discrimination au sein de l'Union européenne. Il contient des informations sur toutes les mesures entreprises par l'UE – législations et politiques – pour enrayer la discrimination.

Vous y trouverez des renseignements complets sur la législation européenne en matière de non-discrimination et sur les activités réalisées dans le cadre du Programme d'action communautaire de lutte contre la discrimination. Vous pourrez également accéder aux dernières publications et informations.

A l'occasion de l'Année européenne de l'égalité des chances pour tous, nous avons le plaisir de publier cette brochure, qui présente quelques excellentes initiatives de membres de l'ETNO (European Telecoms Network Operators), visant à encourager la diversité dans le milieu professionnel. Nous espérons que cette mise en lumière de ces bonnes pratiques de notre secteur vous inspirera afin de profiter pleinement des nombreux avantages que la diversité peut apporter à votre entreprise.

ETNO et le groupe de dialogue social de l'UNI ont travaillé sur la diversité par le biais d'un forum réunissant entreprises et syndicats, dans le cadre du Comité de dialogue social de l'UE. Chacun doit, fondamentalement, bénéficier des mêmes opportunités d'emploi et de promotion uniquement en fonction de ses compétences, de ses qualifications et de son aptitude au travail. Aucun candidat à un emploi, ou employé ne doit recevoir un traitement moins favorable du fait de sa race, de son sexe, de sa religion, de ses croyances, d'un éventuel handicap, de son état civil, de son âge, de son orientation sexuelle ou de ses responsabilités familiales, ou être désavantagé par des conditions ou exigences non justifiables.



Si la diversité est une obligation morale, elle est aussi un moteur clé d'activités pour l'entreprise. L'industrie des télécommunications a pour mission de connecter les personnes entre elles et se doit donc de respecter leur diversité.

Laurent Zylberberg, directeur du groupe de travail sur l'emploi, la santé et la sécurité au sein de l'ETNO



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

1. Introduction

L'impact positif de la diversité sur l'entreprise est indéniable: la valorisation et la promotion de la diversité sont positives tant pour les clients, les employés que pour l'entreprise.

Naturellement, **nos clients** sont représentatifs de la population. Toute personne – jeune ou âgée, handicapée ou non, de quelque culture que ce soit et de quelque origine ethnique ou religieuse que ce soit - est un client potentiel. Une main d'œuvre reflétant cette diversité, composée de personnes capables de comprendre et d'apprécier les différentes perspectives, nous aidera à connecter efficacement les communautés que nous aspirons à servir. Elle nous permettra d'attirer une clientèle plus large, d'identifier de nouveaux marchés potentiels et de proposer un service de meilleure qualité et mieux adapté, afin de mieux répondre aux besoins des clients.

Les différences de chacun de **nos employés** sont un atout et non une charge. Les employés sont en droit de travailler dans un environnement dans lequel ils sont traités de manière juste, équitable, avec dignité et respect. Ils souhaitent, notamment, trouver un équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie privée et il nous incombe de rechercher le moyen d'y parvenir, tout en nous assurant que nous satisfaisons aux exigences de nos clients. Si la mise en place de dispositifs flexibles d'organisation du travail, par exemple le temps partiel, leur est profitable, elle a également un impact direct et positif sur la productivité. Certaines personnes doivent concilier leurs responsabilités familiales et leur carrière ou gérer un handicap et ce n'est qu'en travaillant ensemble que nous parviendrons à ce que chacun réalise pleinement son potentiel professionnel. En encourageant la diversité, nous garantirons que tous nos collègues soient traités avec respect et dignité, et nous éliminerons toute forme de harcèlement et d'intimidation particulièrement néfastes.

L'adoption d'une approche inclusive est particulièrement bénéfique pour **l'entreprise**. Un personnel hétéroclite et pleinement engagé à l'égard de l'entreprise peut en effet générer des bénéfices réels en termes de productivité. Les mesures en faveur de la diversité que peuvent prendre les entreprises ont un impact positif, tant sur le recrutement et la rétention du personnel, que sur le moral et les performances des employés. Une équipe diversifiée apportera des talents variés à l'entreprise et renforcera ainsi sa capacité à innover et à maintenir un avantage concurrentiel. Une entreprise réputée pour ses principes d'équité et de diversité, tant au niveau du personnel que des produits et services qu'elle propose à ses clients, sera plus à même de projeter une image positive aux yeux du public, image qui sera alors un moteur clé de succès. La promotion de la diversité nous permettra d'attirer et de conserver les meilleurs éléments, dotés des potentiels les plus riches, et apportera de réels bénéfices à l'entreprise. L'établissement de relations positives avec nos employés réduit par ailleurs l'absentéisme et la rotation du personnel, renforce l'implication de nos employés à l'égard de leur entreprise et améliore la productivité.



Accueil



Introduction



**Sensibiliser
les différents
acteurs**



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

2. Sensibiliser les différents acteurs pour promouvoir la diversité



De nombreuses entreprises membres de l'ETNO manifestent leur engagement en faveur de l'égalité des chances et de la diversité par une politique qu'elles élaborent et qui définit son approche.

La plupart des entreprises ont mis en place une structure permettant de traiter les plaintes des employés via une procédure de règlement interne. Ainsi, pour Telefonica, sa procédure de règlement prouve son engagement à respecter chaque individu et crée un environnement hostile à toute discrimination et violation de la dignité humaine.

Certains membres de l'ETNO ont créé un département spécifique consacré à l'égalité des chances et à la promotion de la diversité dans l'entreprise. Si ce département est généralement intégré à la fonction RH, certaines sociétés, comme BT, désignent des «Champions seniors de la diversité» (Senior Diversity Champions): il s'agit de directeurs opérationnels dont le rôle est de s'assurer que la diversité soit prise en compte dans les décisions opérationnelles stratégiques.

Ces Champions de la diversité ne sont pas des experts de la législation du travail. Ce sont des décideurs connus du personnel et charismatiques, jouant un rôle de catalyseur. Ils saisissent chaque opportunité pour exprimer leur vision et leur engagement personnel, recherchent de manière proactive des exemples de bonnes et mauvaises pratiques, valorisent l'excellence et s'opposent aux comportements et aux pratiques contraires à une approche inclusive. Certaines entreprises établissent des plans d'actions annuels sur la diversité et contrôlent leur réalisation à l'aide d'objectifs spécifiques mesurables, conçus pour engendrer des changements clairs et tangibles. Les entreprises communiquent sur leurs politiques et leur soutien en faveur de la diversité par le biais de campagnes internes. Certaines ont également développé des formations à la diversité pour que les employés perçoivent l'importance de l'égalité des chances pour tous, se conformant à la législation et privilégient la diversité.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

2. Sensibiliser les différents acteurs pour promouvoir la diversité

2.1 Étude de cas : La sensibilisation à la diversité au sein de France Telecom

Le groupe France Telecom a pris plusieurs initiatives pour sensibiliser ses collaborateurs à la diversité :

- En 2004, le groupe a signé en France une Charte de la Diversité et a demandé à toutes ses filiales d'étudier la possibilité de faire de même dans les différents pays dans lesquels elles opèrent.
- Il a demandé au Comité de groupe européen de rédiger un rapport sur les meilleures pratiques au sein du groupe FT concernant la lutte contre la discrimination des sexes et a transmis ce rapport au Comité de direction générale.

Pour traiter les questions relatives à la diversité, le groupe France Telecom a défini quatre principaux domaines d'action :

- Accentuer le recrutement et la promotion des femmes à des fonctions de direction et à des postes techniques. Sur onze divisions territoriales, cinq sont dirigées par des femmes.
- Mettre en œuvre le programme spécifique «Telecoms Talents», permettant au personnel des filiales à travers le monde de travailler pendant plusieurs semaines ou mois dans un autre pays.
- Aider les jeunes des quartiers défavorisés. Le Groupe FT a conclu un partenariat avec l'Ecole de la Deuxième Chance, destinée aux jeunes de 18 à 26 ans sortis du système scolaire depuis au moins deux ans sans diplôme ou qualification. Dans le cadre de ce partenariat, le Groupe FT propose à ces jeunes une formation sous forme de stages de découverte au sein de l'entreprise, notamment dans le domaine des relations avec la clientèle.
- Souligner l'importance de la diversité dans le rapport CSR.





Accueil



Introduction



**Sensibiliser
les différents
acteurs**



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

2. Sensibiliser les différents acteurs pour promouvoir la diversité

2.2 Étude de cas :

Le programme «All Different. All One» de Belgacom (Tous différents, tous unis).

Pour Belgacom, la diversité consiste à respecter et à apprécier les personnes telles qu'elles sont, plutôt qu'à attendre d'elles qu'elles se conforment à un stéréotype. Belgacom s'attache à créer un environnement mettant en valeur tout ce qui contribue au caractère unique des personnes et donne à chacun une opportunité juste et équitable de réussir. Pour Belgacom, la diversité des employés – tant au niveau de leurs origines, de leur formation, de leurs perspectives que de leur expertise – est un levier de créativité et d'innovation. La compagnie est également d'avis que ces différences la rendront plus forte et plus unie. En 2006, elle a lancé un programme sur la diversité, intitulé «All Different, All One» (Tous différents, tous unis), accompagné d'une charte de la diversité. Cette charte a été signée par le Comité de direction de Belgacom et approuvée par le Conseil d'administration, preuve de l'engagement de la direction en faveur du respect et de la non-discrimination, et de sa volonté de créer une équipe reflétant la diversité de la société belge.

Belgacom a créé un Comité de pilotage de la diversité (Diversity Steering Committee), chargé d'apporter une vision, une orientation et un soutien de poids, ainsi qu'un Comité opérationnel sur la diversité (Diversity Operational Committee), en vue de développer et de mettre en œuvre un plan d'actions à long terme sur la diversité. Belgacom prévoit par ailleurs de créer des Conseils régionaux sur la diversité des employés (Regional Employee Diversity Councils) pour apporter un soutien aux employés, encourager leur implication dans l'entreprise et promouvoir le dialogue. Belgacom sait que la mise en œuvre d'une politique de la diversité passe par des changements culturels et qu'il s'agit d'une évolution, et non d'une révolution. Le plan d'actions de Belgacom traite tous les aspects de la diversité. Il sera déployé en trois phases, dont la réussite sera évaluée à l'aide d'un tableau de bord de la diversité.

- 1. Sensibiliser :** Il s'agit d'inciter les collaborateurs à élaborer et à maintenir une politique efficace concernant la diversité. Une étude menée par Belgacom sur ses employés a en effet révélé que le concept de diversité n'était pas bien compris. La campagne de sensibilisation lancée suite à cette étude s'est alors attachée à expliquer le terme «diversité», ainsi que les avantages qu'elle procure. L'objectif de Belgacom est de faire comprendre ce concept, d'éliminer les résistances et d'ouvrir la voie à de futures initiatives.
- 2. Susciter une émotion :** Belgacom a conçu cette phase à la manière d'une campagne marketing, en poursuivant l'objectif de susciter positivisme, adhésion et implication parmi les employés.
- 3. Encourager l'implication du personnel:** Cette phase est un appel à l'action. L'objectif de Belgacom est d'encourager ses collaborateurs à s'impliquer et à participer.

2.3 Étude de cas:

Le Prix de l'égalité des chances (Equal Opportunity Award) de Deutsche Telekom

Deutsche Telekom a conscience que le comportement en milieu professionnel est fortement influencé par la récompense et la reconnaissance. DT décerne tous les deux ans un Prix de la diversité (Diversity Award) visant à récompenser des programmes sur l'égalité des chances qui ont été couronnés de succès dans l'entreprise. Ce prix est également l'occasion pour DT de souligner son message clé: DT encourage la différence, qui fait partie intégrante de son identité d'entreprise. En mettant en place ce programme de reconnaissance phare, DT a créé une plate-forme inestimable d'échange de bonnes pratiques au niveau du groupe. Depuis les premiers Diversity Awards de DT décernés en 1994, plus de 200 projets ont été sélectionnés et communiqués à travers l'entreprise. Ceci a donné lieu à l'adoption de nombreuses pratiques dans l'entreprise apportant d'importants changements et soutenant l'engagement en faveur de la diversité.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



**L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée**



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

3. L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée



De plus en plus d'entreprises reconnaissent la nécessité de permettre à leurs employés de trouver un juste équilibre entre leurs responsabilités professionnelles et privées.

Des travaux de recherche ont montré que la flexibilité du travail est aujourd'hui un facteur essentiel pour attirer les personnes diplômées dans les entreprises. En la matière, les sociétés membres de l'ETNO adoptent diverses approches. Elles proposent, par exemple, le travail à domicile, la rémunération des absences en cas d'hospitalisation d'un enfant, le financement et l'organisation de vacances pour les enfants et la création d'un réseau de garde d'enfants pour les employés, hommes ou femmes.

3.1 Étude de cas: le congé de vacances scolaires (Term-time) au sein d'Eircom

Pour certains de ses employés, Eircom permet le «term-time working», c'est-à-dire le fait de ne pas travailler pendant les vacances scolaires, dispositif particulièrement intéressant pour les membres du personnel ayant des enfants en âge scolaire. Le salaire des employés est diminué en fonction du nombre de jours de congé qu'ils prennent ou versé de manière égale tout au long de l'année. Cette initiative a récemment été remplacée par le congé sabbatique, qui confère une plus grande flexibilité aux employés et à l'entreprise, car le congé peut être pris à tout moment de l'année et non plus uniquement pendant les vacances scolaires. Cette plus grande flexibilité intéresse de plus en plus d'employés, notamment les personnes sans enfant, qui souhaitent profiter de ce congé pour d'autres motifs. Ce dispositif permet en outre de réduire les coûts salariaux. Par ailleurs, les employés qui parviennent à trouver un équilibre entre leurs engagements professionnels et personnels font généralement preuve d'une plus grande motivation au travail. Enfin, cette initiative permet à Eircom de conserver les compétences clés dans l'entreprise et de réduire les coûts de recrutement et de formation liés aux remplacements.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



**L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée**



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

3. L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée

3.2 Étude de cas: le dispositif «Daddy's Hug» chez TDC.

TDC encourage les pères à prendre les 10 semaines de congé parental entièrement rémunérés. Ce dispositif est ouvert aux pères depuis 1989, mais ils sont peu nombreux à exploiter cette opportunité. Employeur moderne, TDC souhaite attirer, motiver et conserver les meilleurs employés des deux sexes. A cet effet, l'entreprise s'attache à créer une culture d'entreprise selon laquelle il est légitime pour les pères de consacrer du temps à leurs enfants. TDC espère de cette manière que cet équilibre personnel donnera aux femmes une opportunité plus équitable de se consacrer au développement de leur carrière. TDC a par ailleurs communiqué à ses employés, hommes et femmes, que le développement de leur carrière ne serait pas entravé s'ils prenaient un congé parental.

Lorsqu'un employé devient père, il reçoit un sac à dos de qualité portant le logo «Daddy's Hug» («Papa cajoleur»). Ce sac contient un biberon et un bavoir et comporte un espace de rangement matelassé pour un PC portable. Le père reçoit également une lettre du directeur des RH le félicitant pour la naissance de son enfant et pour son congé de paternité de deux semaines totalement payé. Ce courrier décrit la politique de congés de TDC ainsi que les droits du père. La compagnie met également en avant la flexibilité des différentes options de congés et relate des exemples de pères ayant profité d'un congé parental de dix semaines intégralement payé. Ce courrier renseigne également la page Web sur laquelle les employés peuvent aller chercher des informations concernant leurs droits.

TDC évalue régulièrement le nombre d'hommes faisant usage de leur congé de paternité. Le nombre d'hommes devenus pères n'est pas comptabilisé. Sont uniquement enregistrés le nombre d'hommes profitant des deux premières semaines de congé de paternité, dont les pères font généralement usage, ainsi que le nombre d'hommes choisissant un congé parental rémunéré, total ou partiel, de dix semaines. En 2003, 27 % des pères ayant profité du congé de paternité ont opté pour un congé parental. La durée moyenne du congé parental est de 7,4 semaines. En 2005, le pourcentage des pères qui ont choisi cette option est passé à 60%. Cette campagne permet de renforcer les politiques de TDC et de mieux expliquer comment créer un environnement de travail attractif et trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie privée pour tous les employés.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



**L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée**



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

3. L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée

3.3 Étude de cas: le Forum des pères (Fathers' Forum) de Swisscom

Le forum des pères de Swisscom (Fathers' Forum), qui a lieu deux à trois fois par an, a pour but d'aider les pères à concilier vie professionnelle et vie de famille. Tous les pères employés chez Swisscom, de tout niveau hiérarchique, ont la possibilité de participer à ce forum. Ce forum constitue une plate-forme d'échange d'expériences. Ce programme est parrainé par un membre du Comité de direction et coordonné par les RH. Les participants apprécient cette opportunité de partager leurs expériences avec des personnes animées des mêmes préoccupations, de recueillir de précieuses informations, conseils et astuces, et de développer leur réseau de contacts. Ils mettent au jour des idées qui contribuent à apporter des changements aux conditions générales de Swisscom, à sa politique familiale et à ses directives en matière de schémas professionnels. Le forum de Swisscom a rencontré un franc succès auprès des participants et a obtenu un soutien notable des employeurs. Par ailleurs une réduction des heures de travail a été constatée suite à cette manifestation, les participants ayant appris à proposer des solutions pour appuyer leur demande de travail à temps partiel auprès de leur supérieur hiérarchique.

3.4 Étude de cas:

L'égalité des chances pour les mères de jeunes enfants au sein de Magyar Telekom.

L'approche de Magyar Telekom en matière d'égalité des chances reflète les principes démocratiques du système juridique hongrois. Magyar reconnaît que les femmes subissent une discrimination latente du fait qu'elles sont absentes du marché du travail pendant un certain nombre d'années en raison de la maternité et de l'éducation de leurs enfants. L'objectif de cette initiative est de mettre à mal cette idée auprès des dirigeants de l'entreprise, en soulignant l'importance de conserver les compétences de ce groupe d'employées et d'aménager l'organisation de leur travail en fonction de leurs besoins, par exemple à l'aide de solutions flexibles. Cette initiative permet également aux employées en congé de maternité de rester en contact avec l'entreprise.

3.5 Étude de cas:

des heures de travail optimisées pour les mères qui allaitent chez Orange Espagne.

En réponse à un certain nombre de demandes de la part d'employées, Orange Espagne a mis en place une procédure flexible concernant le temps de travail dans l'entreprise. La législation espagnole autorise les mères qui allaitent leur bébé, jusqu'à leur 9 mois, de quitter l'entreprise une heure plus tôt qu'à l'accoutumée. Orange Espagne offre aux mères une plus grande flexibilité en leur donnant la possibilité de travailler un nombre d'heures compact, favorisant ainsi l'implication d'un groupe clé d'employés.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



**Les
femmes**



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

4. Les femmes



Les compagnies membres de l'ETNO s'engagent à ce que leurs employés évoluent dans leur carrière indépendamment de leur sexe mais uniquement en fonction de leurs compétences et de leur mérite.

De nombreuses sociétés admettent également la nécessité de prendre des mesures positives pour que les hommes et les femmes soient représentés de manière égale à tous les échelons et pour lutter contre la discrimination sexuelle en milieu professionnel. Pour affirmer leur engagement en faveur de l'égalité des sexes, les entreprises membres de l'ETNO ont adopté un certain nombre de bonnes pratiques, notamment la réalisation d'audits sur l'égalité des salaires, la mise en place de dispositifs de flexibilité du temps de travail et la constitution de réseaux d'employées.

4.1 Étude de cas: Le réseau des femmes de BT (BTWN, BT Women's Network)

Mis en place en 1986, le BTWN a pour objectif d'encourager l'implication des femmes au sein de BT et de les inciter à progresser dans leur carrière autant pour leur épanouissement personnel que pour celui de l'entreprise. Le BTWN dénombre aujourd'hui 4.000 membres. A cela s'ajoutent les non-membres encore plus nombreux, qui participent régulièrement aux réunions et aux manifestations qu'organise le BTWN. Le BTWN se réunit en général dans le centre de Londres pour débattre de thèmes clés pour les femmes de BT. Par ailleurs, un nombre croissant de branches satellites de ce réseau à travers le pays organisent des manifestations locales. Le BTWN dispose également de branches en Europe et aux États-Unis, ainsi que d'une branche consacrée aux cadres (BTWEN, BT Women's Executive Network). De plus, le magazine en ligne Hersay et le site Web du BTWN informent les membres de l'actualité des autres secteurs de l'entreprise.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



**Les
femmes**



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

4. Les femmes

Le BTWN encourage l'auto-développement par les échanges d'expérience, d'information et de conseils. A certaines occasions, il a même servi de canal de communication pour transmettre certaines idées à l'entreprise. En collaboration avec le BTWN, BT a par ailleurs créé une «checklist de la maternité», dont l'objectif est d'expliquer aux managers de quelle manière ils peuvent apporter un soutien à leurs collègues en congé de maternité.

4.2 Étude de cas: l'égalité des salaires au sein de TDC

Depuis 2000, TDC a réalisé des analyses qualitatives et quantitatives sur l'égalité salariale dans l'entreprise. Ces analyses avaient pour objectif de documenter l'écart des salaires entre les hommes et les femmes et de comprendre la dynamique qui maintient cet écart. TDC s'est penché sur cette question dans l'optique de réduire les différences historiques de salaires entre les hommes et les femmes et d'éviter que ces différences ne se développent à l'avenir. Ces analyses ont révélé que les différences de salaires des hommes et des femmes au sein de TDC dépendent avant tout des fonctions exercées dans l'organisation, tant horizontalement que verticalement.

La transparence des critères déterminant les augmentations de salaires est également d'une importance clé, car elle permet de garantir un traitement équitable entre les hommes et les femmes lors des négociations salariales. En mai 2005, les directeurs des ressources humaines ont lancé un plan d'actions visant à réduire les écarts de salaires entre les sexes. En tant qu'entreprise, TDC attache une importance particulière à l'égalité de traitement, notamment à l'égalité salariale. En adressant un message fort sur le fait que TDC est une entreprise ouverte tant aux femmes qu'aux hommes, dans tous les domaines et à tous les niveaux, TDC espère encourager une évolution positive sur le marché du travail pour les deux sexes, en particulier dans le domaine de l'égalité des salaires. Suite à ces analyses, un suivi régulier de l'évolution des écarts de salaires a été mis en place.

4.3 Étude de cas:

un programme de mentorat pour les femmes de talent chez Swisscom

Le programme de mentorat WIN WIN (« gagnant-gagnant ») de Swisscom a pour but de promouvoir l'égalité des sexes en aidant les femmes à fort potentiel à progresser dans leur carrière. Ce programme de mentorat, qui s'adresse à toutes les femmes de Swisscom, est un élément important de la politique d'égalité des sexes. En participant à ce programme, les employées de Swisscom reçoivent un soutien personnel de la part de cadres supérieurs de l'entreprise, encourageant ainsi l'apprentissage mutuel. Ce programme s'étale sur 12 mois, avec 2 heures de mentorat minimum par mois. L'évolution de la personne fait l'objet d'un bilan deux fois par an.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



**Les
femmes**



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

4. Les femmes

4.4 Étude de cas: égalité des chances et initiatives en faveur de l'épanouissement professionnel des femmes au sein de Telecom Italia

Le projet Donna, lancé en juillet 2003 pour promouvoir l'épanouissement professionnel des femmes et l'égalité des chances dans l'ensemble du groupe Telecom Italia, a soutenu et mis sur pied les actions suivantes:

- *Création d'un portail web dédié à ce projet*: régulièrement mis à jour, il répertorie toutes les activités menées en faveur des employés et est une source importante d'informations concernant la maternité/paternité et l'éducation des enfants;
- *Prêts pour les mères*: ces prêts sont destinés aux employées de Telecom Italia, mères d'enfants âgés de 0 à 3 ans. Le montant maximal de ce prêt est de 2.500 euros pour chaque enfant, à rembourser en 18, 24 ou 36 mensualités. Au total, 158 prêts ont été accordés en 2005;
- *La Journée des enfants*: demi-journées au cours desquelles les enfants des employés peuvent visiter le lieu de travail de leurs parents. Au cours de cette journée, sont également organisés des divertissements, des jeux et la distribution de collations et de gadgets;
- *Élaboration de politiques de gestion* (formation, mentorat, coaching, mesures concernant la flexibilité, etc.) afin d'aider les employées à reprendre leur travail après un congé de maternité.

4.5 Étude de cas:

Deutsche Telekom encourage les femmes à utiliser l'Internet

La campagne de DT visant à sensibiliser et à familiariser les femmes à l'utilisation du haut débit a permis d'augmenter le taux de participation des femmes à l'Internet de 28 % en 2000 à 42 % en 2004. Pour concrétiser ce projet, DT a travaillé en coopération avec le Ministère de l'Éducation pour former plus de 180.000 femmes réparties dans 300 entreprises.



Accueil



Introduction



Sensibiliser les différents acteurs



L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée



Les femmes



L'égalité raciale et religieuse



L'âge



Le handicap



L'orientation sexuelle

5. L'égalité raciale et religieuse



L'égalité raciale et religieuse est une question clé pour toutes les entreprises de l'ETNO. Étant donné la présence croissante de différents groupes ethniques en Europe, la diversité culturelle de l'Europe n'a de cesse de se développer.

Les directives sur l'égalité raciale et sur l'égalité de traitement en matière d'emploi et de travail de l'Union européenne visent à lutter contre toute discrimination raciale, ethnique ou religieuse. S'agissant des bonnes pratiques en la matière, certaines entreprises membres de l'ETNO incluent spécifiquement le concept d'égalité raciale dans leurs formations de sensibilisation à la diversité.

Elles mentionnent également le concept d'égalité des chances dans leurs offres d'emplois pour inciter les candidats potentiels provenant de minorités ethniques à postuler. Les entreprises sélectionnent des tests (le cas échéant) ne comportant aucune question spécifique à une culture et non pertinente pour le poste, susceptible d'exclure ou de décourager les candidatures de personnes issues de groupes ethniques minoritaires. Les entreprises proposent également des dispositifs flexibles pour concilier vie professionnelle et impératifs culturels.

Nombre de membres de l'ETNO cherchent à instaurer une culture d'entreprise qui valorise et qui s'ouvre à la différence et la diversité culturelle. Certaines entreprises mettent également en place des dispositifs d'accompagnement sur le lieu de travail destinés aux employés issus de minorités ethniques, par exemple le réseau «Ethnic Minority Network» de BT



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



**L'égalité
raciale et
religieuse**



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

5. L'égalité raciale et religieuse

5.1 Étude de cas:

l'assistance linguistique pour les clients – le service d'assistance téléphonique en langues asiatiques de BT et le service client en langue arabe de TDC

L'assistance téléphonique en langues asiatiques de BT est un dispositif permanent du service client. Il propose une aide linguistique aux clients en panjâbî, hindi, gujurati, bengali et urdu. Une équipe de conseillers, basée au Centre de contact avec les clients de Leicester, est disponible de 8h00 à 18h00, du lundi au samedi à un numéro gratuit. Cette équipe répond en moyenne à 2000 appels par jour. Ce service a pour but d'accroître le nombre de clients, de les encourager à passer des appels plus longs et de gagner leur fidélité sur ce marché important. Depuis sa création en 1998, l'assistance téléphonique asiatique a vu son volume d'appels vers les pays asiatiques augmenter, tout comme la satisfaction de ses clients.

TDC a lancé son service client en langue arabe au début de l'année 2005. Il s'agissait au départ d'un projet pilote de 6 mois visant à s'assurer que les clients trouvaient un intérêt à traiter avec le service clientèle dans leur langue maternelle et qu'un tel service était rentable pour TDC. Le projet pilote comprenait le recrutement, la formation, le marketing et le service téléphonique. Outre les appels en arabe, le personnel du service clientèle en langue arabe prend également en charge les appels en danois. Si ce service a été conçu pour le marché résidentiel, TDC connaît également une forte demande pour d'autres produits et services de la part de clients souhaitant communiquer en arabe, notamment pour la téléphonie mobile et la télévision par le câble. Les clients de langue arabe de TDC – davantage que les clients danois – sont extrêmement satisfaits du service. Cette initiative est en outre totalement en phase avec la stratégie de responsabilité sociale d'entreprise de TDC.

5.2 Étude de cas:

Le réseau des minorités ethniques de BT (EMN, Ethnic Minority Network)

Le réseau EMN (Ethnic Minority Network) de BT organise des activités internes et externes dans l'optique de soutenir les minorités et leur développement au sein de BT. Les manifestations comprennent l'organisation et la gestion d'ateliers de développement personnel et d'ateliers le week-end, des journées portes ouvertes, des présentations itinérantes et des conférences annuelles. Ces ateliers sont conçus pour développer les compétences relationnelles et managériales des personnes issues de minorités ethniques, afin qu'elles puissent exploiter leur plein potentiel et qu'elles soient équitablement représentées à tous les niveaux de la hiérarchie au sein de BT.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



**L'égalité
raciale et
religieuse**



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

5. L'égalité raciale et religieuse

5.3 Étude de cas:

Un marketing diversifié chez Deutsche Telekom

Deutsche Telekom a conscience des avantages que peuvent apporter des campagnes marketing conçues pour promouvoir ses produits ou services auprès de tous ses clients.

Afin de prendre en considération ses clients issus de minorités ethniques, DT a publié un guide interculturel sur le comportement respectueux que doivent adopter les équipes commerciales. Ce guide donne des indications pratiques sur les interactions appropriées avec les clients issus de minorités dans le but d'augmenter les ventes et de garantir la satisfaction du client. DT propose notamment des offres mobiles, dont les caractéristiques et les tarifs sont adaptés spécifiquement aux besoins des consommateurs turcs. Le projet marketing sur la diversité de DT vise en outre à expliquer comment une approche inclusive peut générer des bénéfices tangibles pour l'entreprise.

5.4 Étude de cas:

La diversité religieuse au sein de Telefonica O2 Europe

Au Royaume-Uni, Telefonica O2 Europe a pris conscience des bénéfices que pouvait générer l'emploi d'un personnel varié dans leurs centres de contact avec les clients. L'entreprise, en plein essor, cherche à recruter une main d'œuvre qui soit à l'image de ses clients et des communautés dans lesquelles ils vivent, c'est-à-dire de personnes aux origines culturelles, ethniques et religieuses très différentes.

L'entreprise a réussi à améliorer les connaissances de son personnel en matière de diversité religieuse grâce à la diffusion d'informations détaillées sur le site Intranet de l'entreprise. Elle a ainsi mis en ligne une foire aux questions, les dates des principales fêtes religieuses et une description des coutumes associées aux fêtes religieuses, par exemple les modifications des habitudes alimentaires. La distribution d'un calendrier de l'entreprise comportant les dates des principales fêtes religieuses a été particulièrement utile aux équipes chargées de la planification. Elles ont ainsi pu prendre en compte les demandes croissantes de congés pour ces jours et adapter le calendrier des activités professionnelles à l'avance. Ceci a permis de garantir les effectifs nécessaires, y compris pendant les jours fériés traditionnels, et satisfaire ainsi pleinement aux besoins des clients.



Accueil



Introduction



Sensibiliser les différents acteurs



L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée



Les femmes



L'égalité raciale et religieuse



L'âge



Le handicap



L'orientation sexuelle

6. L'âge

Certains stéréotypes ou préjugés sur l'âge nous conduisent à traiter les personnes différemment, simplement parce qu'elles sont plus jeunes ou plus âgées que nous.

Bien souvent, lorsque des personnes subissent une discrimination du fait de ces stéréotypes, elles ne sont pas traitées de manière juste et équitable dans une large palette d'opportunités, allant du recrutement à la promotion, en passant par la formation.



Ces stéréotypes peuvent nous amener à négliger les compétences et les particularités de certaines classes d'âges. Ainsi, les jeunes ne sont pas toujours pris en considération, car on pense qu'ils manquent d'expérience ou de sens de la responsabilité. De même, l'on considère souvent que les seniors ne conviennent pas à des postes liés aux nouvelles technologies, simplement parce qu'ils sont plus âgés. Lorsque ces stéréotypes déterminent quelles personnes nous recrutons ou affectons à un poste supérieur, nous ne prenons pas en compte l'individu et ses compétences. Outre le fait que cette attitude est médiocre, elle est également illégale.

En vertu de la Directive sur l'égalité de traitement en matière d'emploi et de travail de l'UE, tous les Etats membres devaient, avant décembre 2006, adopter une législation contre la discrimination fondée sur l'âge. Les États-Unis et l'Australie ont instauré une telle législation depuis de nombreuses années. De nombreuses entreprises membres de l'ETNO se sont également penchées sur la question de l'âge en milieu professionnel. TDC déploie ainsi d'importants efforts pour garder les employés les plus âgés et développer leurs compétences et s'assure également que la retraite soit planifiée et adaptée à la situation de la personne.

Avant l'instauration de la législation contre la discrimination en raison de l'âge au Royaume-Uni, BT avait mené une étude approfondie de toutes ses politiques relatives au personnel pour s'assurer qu'aucune discrimination directe ou indirecte en raison de l'âge n'était pratiquée. BT a élaboré un plan de communication en trois phases, qui comprenait la formation du personnel des RH via une série de conférences téléphoniques, l'organisation d'audioconférences sur des thèmes spécifiques pour les responsables hiérarchiques et la diffusion auprès de l'ensemble du personnel de BT d'un kit de formations en ligne, afin que chacun comprenne la nouvelle législation et combatte ses propres préjugés sur l'âge.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

6. L'âge

6.1 Étude de cas: le programme «Age of Change» de BT

BT a lancé un programme de communication, intitulé «Age of Change» (l'ère du changement), pour informer le personnel de la mise en application au Royaume-Uni depuis le 1er octobre 2006 de la loi contre la discrimination fondée sur l'âge, conformément à la directive sur l'égalité de traitement en matière d'emploi et de travail. A cette fin, BT héberge sur son site Intranet un ensemble d'outils de support destiné au personnel de BT visant à le sensibiliser à cette nouvelle législation et à l'aider à comprendre l'impact positif que peut avoir une approche inclusive en matière d'âge.

Ce kit comprend une présentation de cette législation qui souligne l'importance d'adopter une approche équitable et inclusive en milieu professionnel. Elle a été rédigée par Aaron McCormack, responsable des questions relatives à l'âge chez BT. BT a par ailleurs organisé des séances d'information pour les responsables hiérarchiques. Elle a également fourni des données et chiffres clés sur l'âge au Royaume-Uni, des exemples d'âgisme au travail, ainsi qu'un quiz destiné aux managers, auquel ils devaient répondre avec leurs équipes afin de comprendre l'application pratique de la loi. Avant de communiquer sur la législation et les changements de politiques associés, BT a créé une foire aux questions pour permettre au personnel de comprendre facilement l'impact de la législation sur les politiques du personnel et pour en expliquer les différents changements.

Enfin, BT a mis en ligne un petit outil de formation présentant les réglementations britanniques, ainsi qu'une explication approfondie des mesures prises par BT en réponse à ces réglementations.

6.2 Étude de cas: les seniors au sein de TDC

TDC s'est intéressée aux employés seniors et à leurs souhaits concernant leurs conditions de travail. Le programme seniors de TDC débute l'année où l'employé atteint ses 57 ans. Cette limite d'âge s'appuie sur une enquête réalisée à l'aide d'un questionnaire détaillé, adressé aux employés âgés de plus de 45 ans.

La politique relative aux employés seniors a été initiée en 2000 et relancée en 2004. Elle est décrite sur le site Intranet du groupe et a également été publiée sous la forme d'une brochure. En outre, les RH du groupe donnent un certain nombre de présentations aux comités consultatifs, etc.

Un entretien avec le supérieur hiérarchique immédiat est proposé à tous les employés atteignant l'âge de 57 ans. Cet entretien vise à clarifier les demandes et les besoins de l'employé relatifs à son travail au sein de TDC en tant qu'employé senior. Cet entretien est également l'occasion pour le responsable et l'employé de discuter de la situation professionnelle future de ce dernier. L'enquête sur les employés seniors a révélé que les employés aspiraient à une plus grande flexibilité.

Celle-ci peut être obtenue, notamment par:

- une réduction du temps de travail
- une planification individuelle des heures de travail, grâce à des heures de travail flexibles
- des jours de repos hebdomadaires
- une période de temps libre supplémentaire, par exemple, un mois par an.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



Le
handicap



L'orientation
sexuelle

6. L'âge

Afin de répondre aux interrogations des employés concernant la retraite, TDC organise des rencontres conviviales d'information et de discussion pour les employés seniors et leurs conjoints. Un séminaire destiné aux employés seniors leur permet de se préparer à la retraite et de débattre de certains thèmes pertinents avec des collègues et des conseillers en la matière. TDC propose aux employés seniors et à leurs éventuels conjoints de participer à un séminaire de deux jours sur la retraite. TDC soutient par ailleurs un certain nombre d'associations réunissant des employés retraités et dont l'objectif est de conserver un lien avec l'entreprise. Ces associations ont été fondées par des employés à la retraite. TDC leur apporte une aide financière et met des locaux à leur disposition pour certains événements.

6.2 Étude de cas:

le programme de stages «Starting Block» de Magyar Telekom

Face à une population vieillissante dans l'ensemble de l'Europe, les diplômés sont moins nombreux que jamais. C'est la raison pour laquelle Magyar Telekom cherche à attirer de jeunes talents. Son programme de stages, intitulé «Starting Block», offre aux jeunes diplômés en ingénierie et en économie une opportunité d'acquérir une expérience pratique dans les différentes disciplines professionnelles de l'industrie des télécommunications. Magyar intègre ainsi des jeunes diplômés, qui ont su développer des connaissances, des capacités d'autogestion et un réseau de contacts, et apportent un regard neuf à leur organisation et ce, pour le plus grand bénéfice de l'entreprise.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



**Le
handicap**



L'orientation
sexuelle

7. Le handicap

Une personne sur quatre parmi la population européenne souffre d'un handicap ou s'occupe d'une personne handicapée.

De nombreux membres de l'ETNO veillent à ce que leurs entreprises intègrent les personnes handicapées et reconnaissent que celles-ci sont sous-représentées dans le monde du travail au sein de l'UE. Pour encourager l'insertion des personnes handicapées en milieu professionnel, Telenor a élaboré, en 1996, un programme de stages. Ces stages procurent à ces personnes une expérience professionnelle précieuse et constituent un tremplin vers des postes permanents, ce que confirme le taux de réussite de 75 %. Telekomunikacja Polska aménage actuellement tous ses établissements afin qu'ils soient accessibles aux personnes handicapées. Par ailleurs, le programme HEFOP de Magyar Telekom offre des possibilités de formation et d'emploi pour les personnes handicapées.

7.1 Étude de cas: les communications accessibles d'Orange UK

Orange UK exploite les opportunités commerciales que représentent les produits et services accessibles aux personnes souffrant d'un handicap. Les visites mystères, organisées par Orange et réalisées par deux clients souffrant d'une déficience visuelle, ont révélé que des améliorations étaient nécessaires au niveau de la formation, de l'orientation, des informations, des produits et des logiciels pour mieux répondre aux différents besoins des clients souffrant d'un handicap.





Accueil



Introduction



Sensibiliser les différents acteurs



L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée



Les femmes



L'égalité raciale et religieuse



L'âge



Le handicap



L'orientation sexuelle

7. Le handicap

À cet effet, Orange UK a créé le forum de consultation TACT (Accessible Communications Team). Ce forum compte 20 membres, dont des employés et clients handicapés et des spécialistes internes et externes, qui se réunissent deux fois par an. Orange UK travaille actuellement avec des clients à l'élaboration d'un guide expliquant comment accéder facilement à ses produits et services et destiné à servir d'aide pour le marketing, ainsi qu'au lancement du logiciel Talks pour les clients déficients visuels, prévu début 2007.

Orange UK contrôle et évalue la qualité de service à chaque point de contact clé avec la clientèle (par exemple: boutiques, centres commerciaux) au moyen de visites mystères et d'enquêtes de satisfaction clientèle. La consultation par Orange UK des personnes handicapées par le biais de ce forum est une preuve concrète de son engagement en faveur de la diversité et lui permet de se distinguer de la concurrence dans les offres que la compagnie propose au client du secteur public et aux associations caritatives. Orange sait que manifester son engagement à l'égard de produits et services visant l'intégration des personnes handicapées l'aide à gagner du terrain sur le marché.

7.2 Étude de cas: valoriser les capacités au sein de BT

Consciente de l'importance pour l'entreprise que tous les employés exploitent pleinement leur potentiel, BT veille à ce que les personnes souffrant d'un handicap bénéficient d'un soutien au travail. L'ensemble du personnel de BT reçoit ainsi une formation de sensibilisation au handicap via des cours classiques ou en ligne. Able2, le réseau de BT consacré au handicap, propose également une aide et des conseils d'experts sur des sujets liés au handicap, notamment sur les possibilités d'aménagement du lieu de travail par BT.

Able2 réalise une série de présentations itinérantes visant à promouvoir les capacités, et non le handicap, à lutter contre les stéréotypes et à expliquer les différentes manières de faire tomber les barrières rencontrées par les personnes souffrant d'un handicap. BT a par ailleurs lancé le programme Enable, dont l'ambition est d'améliorer les conditions de travail de tous les employés de BT souffrant d'un handicap ou aux capacités réduites. Par le biais de ce programme, des experts externes, spécialisés dans le handicap, prodiguent des conseils sur les types d'aménagements à apporter au lieu de travail et sur les équipements disponibles, par exemple les logiciels à commande vocale, les claviers ergonomiques ou les adaptations des bâtiments.

BT a par ailleurs élaboré une série de fiches d'information sur le handicap afin d'encourager les collaborateurs à gérer les handicaps les plus courants au sein de BT. Ces fiches, élaborées à partir de témoignages d'employés, relatent des expériences personnelles de handicap, par exemple l'arthrite, la sclérose en plaques, l'épilepsie ou encore les déficiences auditives et visuelles. En 2005 et 2006, BT a parrainé un atelier sur le développement personnel, en coopération avec Able2 et des consultants externes de Mind Gym, dans l'optique d'ouvrir des opportunités de développement personnel et de constitution de réseaux de contacts aux employés de BT souffrant d'un handicap.



Accueil



Introduction



Sensibiliser
les différents
acteurs



L'équilibre
entre la vie
professionnelle
et la vie privée



Les
femmes



L'égalité
raciale et
religieuse



L'âge



**Le
handicap**



L'orientation
sexuelle

7. Le handicap

7.3 Étude de cas: *Specialisterne* -

Une entreprise pour les personnes autistes, en partenariat avec TDC

Specialisterne est un exemple vibrant d'ouverture du marché du travail, soutenue par une grande entreprise, à des groupes minoritaires, grâce à la mise en place de partenariats avec des fournisseurs exclusifs. *Specialisterne* est la première entreprise du monde créée pour répondre aux besoins de personnes autistes et pour transformer les caractéristiques associées à cette maladie – sous toutes ses formes: syndrome d'Asperger, troubles d'apprentissage non-verbaux (NLD), autisme atypique ou infantile – en un avantage compétitif. Fondée en 2004, la société a été constituée sur la base d'un contrat avec TDC.

TDC a ainsi contracté et payé par anticipation un important volume de travaux à réaliser par *Specialisterne* – principalement dans le cadre de tests de logiciels, afin de permettre au fondateur de *Specialisterne* de créer l'entreprise. *Specialisterne* réalise des travaux nécessitant concentration, persévérance, répétition, recherche d'erreurs et systématisation. Elle apporte une précieuse contribution à la phase de développement, assure la qualité et la réalisation des tests avec un sens aigu du détail et enrichit l'optique commerciale et marketing des consultants et des employés des clients.

Les employés de cette entreprise proposent un service de haute qualité, dans ses locaux comme dans ceux des clients, dans les domaines suivants:

- Opération et maintenance: saisie, conversion et tri de données,
- Tests : tous types de tests, préparation de la documentation des tests, révision, relecture
- Construction de réseaux : conception, programmation et mise en place de réseaux et de serveurs

Specialisterne emploie actuellement 23 personnes autistes, dont la plupart n'avaient auparavant aucune expérience professionnelle. Pendant leur période d'essai, les employés continuent de percevoir les allocations versées par l'État. *Specialisterne* souhaite créer pour ces personnes plus de 100 emplois au Danemark et plus de 1000 emplois au niveau international. *Specialisterne* a prouvé qu'en se focalisant sur les aspects positifs de l'autisme, il était possible de créer une situation gagnant-gagnant pour les employés et les entreprises.

7.4 Étude de cas:

signature d'un accord avec les organisations syndicales au sein de Telecom Italia

En 2004, Telecom Italia a signé un accord avec les syndicats définissant un cadre relatif à l'emploi et au travail. Cet accord spécifiait notamment le nombre de personnes handicapées à recruter (200), le temps supplémentaire nécessaire à leur insertion et leur répartition géographique.



Accueil



Introduction



Sensibiliser les différents acteurs



L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée



Les femmes



L'égalité raciale et religieuse



L'âge



Le handicap



L'orientation sexuelle

8. L'orientation sexuelle

De nombreux Européens se déclarent gays, lesbiennes ou bisexuels. Le cadre relatif à l'égalité de traitement prohibe toute discrimination ayant trait à l'orientation sexuelle.

Les environnements professionnels traitant équitablement l'ensemble des employés, quelle que soit leur orientation sexuelle, offrent par ailleurs un meilleur cadre de travail et sont plus productifs. De nombreux membres de l'ETNO s'emploient à démontrer qu'ils valorisent la contribution de tous leurs employés, quelle que soit leur orientation sexuelle. Prenons l'exemple de TDC.

En coopération avec l'Association nationale des gays et lesbiennes, TDC a analysé, afin d'en avoir une meilleure compréhension, l'impact de la discrimination directe et indirecte au travail à l'égard des personnes lesbiennes, gays ou bisexuelles. TDC a adopté une approche proactive de l'orientation sexuelle, notamment en accordant un congé parental aux employés vivant avec une personne du même sexe.

8.1 Étude de cas:

BT Kaleidoscope: le réseau d'employés homosexuels et bisexuels

Environ 7 % de la population du Royaume-Uni est homosexuelle ou bisexuelle. BT Kaleidoscope, le réseau d'employés(ées) gays, lesbiennes et bisexuels(les) de BT, apporte une aide à ses membres et fournit à BT informations et analyses sur un marché potentiellement important. BT Kaleidoscope s'est donné pour mission de veiller à ce que toute personne lesbienne, gay ou bisexuelle soit traitée avec respect et équité et qu'elles puissent bénéficier des meilleurs services possibles en matière de technologies d'information et de communication. D'après une enquête menée par le journal Pink Paper, BT serait la deuxième entreprise la plus respectueuse de la communauté gay au Royaume-Uni.

Ben Verwaayen, directeur général de BT, a déclaré : «Ces gratifications sont la reconnaissance que nous intégrons effectivement les besoins des personnes lesbiennes, gays et bisexuelles - qu'il s'agisse de nos employés comme de nos clients - au sein de notre entreprise et sur nos marchés.» Élaborée en partenariat avec BT Kaleidoscope, la formation de sensibilisation à l'orientation sexuelle, proposée en ligne par BT, permet de mieux comprendre la législation européenne. Elle met également en lumière les problèmes rencontrés quotidiennement par les personnes lesbiennes, gays et bisexuelles sur leur lieu de travail, remet en cause les différents comportements et attitudes et explique également les différences entre stéréotype, préjudice et discrimination.



DIVERSITY AT WORK



La large palette d'études de cas présentées dans cette brochure décrit certaines approches de la diversité adoptées par des entreprises de télécommunications en Europe.



Trois enseignements peuvent en être tirés :

1. **La diversité est toujours bénéfique pour l'entreprise, les employés et la société civile ;**
2. **Des approches pratiques et simples sont souvent les moyens les plus efficaces pour promouvoir la diversité ;**
3. **La diversité doit être placée au cœur de l'entreprise afin de permettre le plein épanouissement de son potentiel.**



Plus d'information:

www.etno.eu

www.union-network.org

