

#ManifesteInclusion

COMMENT CONSTRUIRE ET DÉPLOYER UNE POLITIQUE HANDICAP À L'INTERNATIONAL ?

- CONFERENCE A L'INCLUSIV'DAY, LE 10 MAI 2023 -

Intervenants

- Anne-Sophie BÉRAUD, SVP Group Diversity Inclusion & Social Care, Accor
- Laurent DORDAIN, Diversity & Inclusion Manager, ENGIE
- Anahi LAFON, Diversity Equity & Inclusion Impact Director, L'Oréal

Conférence animée par Christian SANCHEZ, Co-Président de Manifeste Inclusion

> Voir le replay sous-titré de la conférence : <https://www.youtube.com/watch?v=Zq4z0dRgFAk>

Synthèse des propos

1) Intégrer les différences de représentation culturelles

La définition même des personnes concernées varie selon les cultures, les sociétés et les pays. Certains pays mettent l'accent sur la compensation, d'autres sur l'intégration.

Quel est le panorama de l'intégration des personnes handicapées ? Quel est le rôle de la législation ?

- **Anne-Sophie BÉRAUD**
La France, le Brésil sont hyperactifs sur cette question. Accor est encouragé dans cette démarche par la législation, ses collaborateurs et clients.
- **Laurent DORDAIN**
Il faut s'intéresser à la situation concrète des personnes. Par exemple, les États-Unis ont un devoir moral et légal d'intégrer les vétérans. Nous avons formé 80 personnes *via* la Fresque de la Diversité à prendre en compte tous les biais de discrimination. Elles sont chargées de déployer la Fresque et de nous remonter les bonnes pratiques et ressentis du terrain.
- **Anahi LAFON**
L'inclusion des personnes handicapées est l'un des engagements historiques du Groupe depuis les années 1990. Depuis 2008, L'Oréal collabore avec des partenaires extérieurs pour concevoir une politique globale. La législation donne une impulsion. Dans les pays où il n'existe pas d'obligation légale, nous avons fixé un

#ManifesteInclusion

objectif de recrutement de travailleurs handicapés de 2 %. En matière d'emploi indirect, le programme *Solidarity Sourcing* embarque 2 800 partenaires et fournisseurs dans une démarche d'achats inclusifs.

2) Favoriser les initiatives locales

Quelles sont les expériences marquantes à l'étranger ?

- **Anne-Sophie BÉRAUD**
Aux États-Unis, l'*American Disability Act* impose l'établissement d'indicateurs pour informer les clients et collaborateurs de l'accessibilité des sites. Nous souhaitons exporter cette démarche. En Afrique, des ambassadeurs Diversité et Handicap mènent des actions de sensibilisation. De plus, nous avons créé des standards de marque D&I. Les chiens-guides sont ainsi acceptés dans tous nos hôtels sans hausse tarifaire.
- **Christian SANCHEZ**
L'image d'une entreprise ouverte, inclusive est un avantage concurrentiel décisif. Aux États-Unis, la discrimination est pénalement répréhensible. La France n'est peut-être pas assez sévère.
- **Anne-Sophie BÉRAUD**
Les personnes handicapées veulent avant tout être bien accueillies. Au-delà de la règle, il faut faire preuve de bon sens, d'empathie et entretenir le dialogue.
- **Laurent DORDAIN**
ENGIE Impact a construit un *Employee Resource Group* (ERG) dédié au handicap. Cette communauté, implantée aux États-Unis, en Asie et en Europe, encourage le partage des bonnes pratiques, notamment en matière d'accessibilité numérique/physique. Les solutions instaurées par New York ou Kuala Lumpur peuvent être utiles pour Paris et Marrakech. Les initiatives en faveur des personnes handicapées bénéficient à un public plus large et contribuent à changer le regard.
- **Anahi LAFON**
En Chine, la filiale a lancé un programme de recrutement et de formation de conseillères de beauté pour le e-commerce en 2020. Ce programme devrait être élargi à d'autres métiers. Aux États-Unis, L'Oréal a lancé une campagne de communication « Break the Silence » pour inciter les personnes à partager leur expérience. Cette initiative a depuis été déployée dans 20 pays. Nous avons d'ailleurs enregistré une hausse des déclarations.

Comment piloter les politiques en faveur du handicap ? Faut-il définir des indicateurs ?

- **Anahi LAFON**
Le groupe doit fixer un objectif pour toutes ses filiales et les accompagner. Nous organisons une compétition interne (*Beauty Inclusion Awards*) pour récompenser les meilleures initiatives.
- **Laurent DORDAIN**
Nous avons lancé une politique « *Be.U@ENGIE : Be Unique, Be You, Be United* » pour que chacun donne le meilleur de lui-même, dans sa singularité. Nous demandons aux entités de réaliser un bilan annuel de

#ManifesteInclusion

notre charte internationale. Bien que nous n'ayons pas défini d'indicateurs, chaque membre du Comex joue le rôle de sponsor pour inciter à la remontée d'informations cohérentes et homogènes.

- **Anne-Sophie BÉRAUD**

La gouvernance et l'homogénéité des indicateurs sont importantes. Notre président est extrêmement engagé en faveur du handicap.

Échanges avec le public

Par où commencer pour instaurer une stratégie Handicap ?

- **Anne-Sophie BÉRAUD**

Le Groupe doit définir une ambition, instaurer une gouvernance et désigner des ambassadeurs locaux.

- **Anahi LAFON**

Il est important de rechercher des partenaires locaux.

- **Laurent DORDAIN**

La désignation d'un sponsor est essentielle. Le handicap doit être inclus dans une politique D&I pour le dédramatiser et mettre l'accent sur les aptitudes.

- **Christian SANCHEZ**

J'ai le sentiment que les agences de notation extrafinancière accordent moins d'importance au handicap qu'à l'égalité hommes-femmes.

- **Anne-Sophie BÉRAUD**

La thématique ESG va gagner en importance.

Quels sont les critères de sélection des ambassadeurs ?

- **Laurent DORDAIN**

Nous les avons sélectionnés parmi le réseau D&I existant et les managers. Il ne faut pas se limiter à la filière RH, et faire appel au volontariat dans toutes les tranches d'âge.

- **Anne-Marie DURET, Orange**

Avez-vous intégré les achats inclusifs dans les politiques handicap à l'international ?

- **Anahi LAFON**

Notre programme *Solidarity Sourcing* est international. Il est déployé en parallèle de notre politique D&I.

#ManifesteInclusion

Accor a construit une politique en faveur de ses clients et collaborateurs. Qu'en est-il de L'Oréal et ENGIE ?

- **Laurent DORDAIN**

Les parties prenantes sont nos premiers interlocuteurs (candidats, fournisseurs, acheteurs). Le D&I est une histoire de *business*, et pas seulement de RH.

- **Anahi LAFON**

Nous veillons à avoir un impact sur tout l'écosystème, y compris les consommateurs. Nous avons ainsi développé une application de maquillage (Hapta) pour les consommateurs.

Avez-vous intégré la neurodiversité ?

- **Anne-Sophie BÉRAUD**

Nous en parlons en fonction des besoins.

Quels conseils donneriez-vous à une entreprise qui souhaiterait dynamiser sa politique Handicap ?

- **Anne-Sophie BÉRAUD**

Partager et échanger.

- **Anahi LAFON**

Créer un environnement inclusif en désignant des relais locaux.

- **Laurent DORDAIN**

Changer le regard en remontant toutes les bonnes idées.