

**BONNES PRATIQUES :
PREVENIR
L'HOMOPHOBIE
AU TRAVAIL ET CREER
UN CLIMAT INCLUSIF
POUR LES SALARIES
ET AGENTS LGBT**

- Première étape : le positionnement de l'employeur
- Deuxième étape : des actions concrètes pour prévenir l'homophobie
- Troisième étape : la pérennisation de l'engagement
- Les ressources

→ **Les employeurs privés et publics apparaissent peu sensibilisés et mobilisés pour mener des actions de prévention de l'homophobie au travail. Ainsi, seules 7% des entreprises ayant formalisé une politique de diversité mentionnent explicitement ce critère. Ce constat est confirmé concernant l'action des partenaires sociaux, puisque, selon une enquête réalisée par la CGT, 66,5% de ses syndiqués s'estiment insuffisamment informés sur les discriminations LGBT.**

L'engagement des employeurs contre l'homophobie tend pourtant à faire diminuer les actes et discriminations homophobes et facilite, lorsque tel est leur souhait, le dévoilement des salariés et agents LGBT (« coming out »).

Selon une récente étude canadienne, les personnes homosexuelles qui assument publiquement leur orientation sexuelle sont nettement moins stressées que celles qui ne le font pas, ce qui contribue à améliorer leurs performances au travail.

Pour favoriser l'égalité de traitement entre salariés, des bonnes pratiques peuvent être mises en place en commençant par l'engagement général de l'entreprise. Ensuite, les employeurs gagneront à traduire cet engagement en mesures concrètes de lutte contre l'homophobie. Enfin, pour une action efficace, il est nécessaire d'inscrire cet engagement dans la pérennité.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**LE DÉFENSEUR
DES DROITS**
defenseurdesdroits.fr



➔ Première étape : le positionnement de l'employeur

L'une des premières étapes pour prévenir l'homophobie au travail consiste **en l'affichage d'une politique d'engagement** en faveur de la lutte contre la discrimination à raison de l'orientation sexuelle.

Cet engagement ne peut intervenir sans une décision au plus haut niveau de la hiérarchie de l'organisation qui veillera à le faire connaître publiquement et à le diffuser auprès des équipes.

1- COMMUNIQUER SUR SON ENGAGEMENT

La volonté de l'entreprise d'inclure la lutte contre l'homophobie au travail dans sa politique de diversité doit être connue par le plus grand nombre. L'organisation doit communiquer sur son engagement contre l'homophobie en interne, auprès du management et de l'ensemble des collaborateurs, et en externe, auprès des clients ou des usagers et des fournisseurs.

- **En interne :** l'employeur peut mener des campagnes internes d'affichage sur la question LGBT et rappeler régulièrement son engagement dans les publications internes et les documents de référence ainsi que sur son site Intranet notamment dans le cadre d'une éventuelle rubrique consacrée à la lutte contre les discriminations ou à la politique d'égalité ou de diversité.



L'association *Homoboulot* propose aux entreprises et aux administrations [une campagne d'affichage interne sur la lutte contre l'homophobie.](#)

- La Confédération européenne des syndicats a adopté [des recommandations](#) visant « à promouvoir l'égalité des droits, le respect et la dignité pour tous les travailleurs quelles que soient leur orientation sexuelle ou identité de genre ».
- La CFDT de Loire-Atlantique a édité une affiche « Stop à l'homophobie au travail », destinée notamment aux entreprises du bâtiment
- *Air France KLM* s'engage à travers la publication de [son document de référence 2012](#) à lutter contre les discriminations à l'encontre des salariés LGBT. Le critère de l'orientation sexuelle y est explicitement mentionné.
- **À l'externe :** Il s'agit de faire connaître son engagement auprès du grand public, de ses partenaires à travers un communiqué de presse, un affichage sur Internet...
 - *Eau de Paris* a publié un communiqué de presse sur son engagement en faveur des salariés LGBT après sa signature de la charte de l'Autre Cercle.

2- FORMALISER SON ENGAGEMENT

Comment le positionnement de l'entreprise peut-il se traduire ? Voici quelques exemples de bonnes pratiques.

- **Signature d'une charte éthique**

Certaines organisations ont choisi de formaliser leur engagement contre l'homophobie en signant une charte.

- La [Convention « égalité entreprise » de FACE Hérault](#) (signée par 15 PME)
 - La [Charte d'engagement LGBT de L'Autre Cercle](#) signée par 14 entreprises. Elle invite les signataires à s'engager sur 4 points :
 - 1 - Favoriser l'intégration des collaboratrices et collaborateurs LGBT ;
 - 2 - Veiller à une égalité de droit et de traitement entre tou-te-s les collaboratrices et collaborateurs quelles que soient leur orientation sexuelle et identité sexuelle ou de genre ;
 - 3 - Soutenir les collaboratrices et collaborateurs victimes de propos ou d'actes discriminatoires ;
 - 4 - Mesurer les avancées et partager les bonnes pratiques pour faire évoluer l'environnement professionnel général.
 - [La Charte sociale et éthique d'Air France/KLM](#) s'engage à ne faire aucune discrimination sur le critère de l'orientation sexuelle.
- **Elaboration et diffusion d'un code de conduite** où l'orientation sexuelle figure comme critère de non-discrimination ([Groupe Volvo](#), [Orange](#)).
 - **Signature d'un accord cadre.** Ce type de formalisation indique un engagement plus ambitieux et pérenne car il a le mérite d'associer les organisations syndicales et de lier l'employeur.
 - Depuis 2005, *Casino* mentionne l'ensemble des critères de discrimination, dans son [accord cadre](#) portant sur la promotion de l'égalité des chances, la diversité et la lutte contre les discriminations en favorisant la cohésion sociale.



Les chartes ou autres engagements formels doivent se traduire par des mesures concrètes.

➔ **Deuxième étape : des actions concrètes pour prévenir l'homophobie**

1- ETABLIR UN DIAGNOSTIC

Le fait même d'interroger les salariés de l'entreprise sur leur ressenti quant aux discriminations liées à l'orientation sexuelle au travail contribue à les sensibiliser.

Les résultats de l'enquête sont ensuite un moyen de donner du crédit et de la légitimité au problème de l'invisibilité des salariés homosexuels et de l'homophobie.

La communication organisée autour des résultats complètera cette première démarche de sensibilisation.

→ Le Groupe *Casino* a constitué un **groupe de travail** afin de diagnostiquer sa situation au regard de l'orientation sexuelle, avec l'aide de l'*IMS Entreprendre pour la cité*.

Dans le cadre de ses actions de promotion de l'égalité, le Défenseur des droits a effectué en avril 2012 une enquête auprès de 225 grandes entreprises du secteur privé, afin de rendre compte de leurs actions en matière d'orientation sexuelle. Même si seules 35 d'entre elles ont répondu – ce qui souligne le peu d'investissement des entreprises sur cette problématique, cette enquête a constitué une première action de sensibilisation. Une enquête du même type a été réalisée auprès des correspondants « égalité » du Défenseur des droits dans la fonction publique.

→ [Voir l'enquête « Les entreprises et la prise en compte des droits des LGBT » du Défenseur des Droits, 2012](#)

→ [Voir l'enquête « La prise en compte des droits des LGBT dans la fonction publique d'Etat » du Défenseur des Droits, 2013.](#)



L'Institut Randstad et l'association l'Autre Cercle ont élaboré un outil d'auto-diagnostic nommé « QuickScan : votre entreprise est-elle gay friendly ? ».

Il s'agit d'**un questionnaire qui permet de s'assurer de la neutralité de ses pratiques de ressources humaines.**

Ce questionnaire a permis de réaliser une étude auprès de 26 organisations privées et publiques représentant 1,7 million de salariés.

2- METTRE EN PLACE DES DISPOSITIFS OBJECTIFS FAVORISANT L'INTÉGRATION DE TOUS LES SALARIÉS

L'employeur doit se montrer exemplaire dans sa politique de ressources humaines.

Utilisation d'un langage approprié

L'employeur doit veiller à l'utilisation de termes ne risquant pas d'exclure des salariés et des agents du fait de leur orientation sexuelle dans les documents relatifs au contrat de travail, aux conditions de travail à l'organisation du travail et dans les actes concernant la vie de l'entreprise (voyages, repas de Noël...).

- Le Groupe *Casino* utilise le terme « partenaire » plutôt que « conjoint » lorsque le salarié est invité à venir accompagné lors d'un événement organisé par l'entreprise.

Assurer une égalité de traitement pour tous les salariés

Le Pacs donne lieu à des droits et des avantages différents du mariage. Légalement, le salarié pacsé a droit à deux jours de congés payés en cas de décès du partenaire. Le salarié marié a droit, en plus, à des jours de congés payés pour la naissance, l'adoption, le mariage ou le décès d'un enfant (article L. 3142-1 du Code du travail).

Avant l'entrée en vigueur de la loi du 17 mai 2012 autorisant le mariage aux couples homosexuels, le Défenseur des Droits s'était prononcé en faveur de l'alignement des congés pour événements familiaux pour les salariés pacsés et mariés. En effet, de l'impossibilité pour les personnes homosexuelles de se marier résultait une discrimination indirecte fondée sur l'orientation sexuelle, pour accéder à ces congés.

→ [Voir la Décision n°MLD 2012-110](#)

Aujourd'hui, l'employeur doit tirer les conséquences de l'ouverture du mariage à tous les couples et ne pas traiter différemment les couples mariés homosexuels et hétérosexuels, notamment en garantissant la confidentialité au salarié ou agent qui demande le bénéfice d'un droit. En effet, c'est aussi à cette occasion que le salarié peut faire connaître son homosexualité en communiquant une attestation de son mariage ou de son Pacs ce qui révélera l'identité du conjoint ou partenaire. Les procédures RH doivent garantir la confidentialité de ces données et l'employeur doit sanctionner les manquements à cette obligation.

À l'instar de certains employeurs, il est conseillé d'assurer une égalité de traitement entre salariés pacsés et mariés, en leur accordant les mêmes droits et avantages sociaux :

- Prévoyance et santé (assurance décès/invalidité, accès à la mutuelle.)
- Gestion sociale (prime de Pacs, mesures facilitant la mobilité géographique, aides au logement, accès aux activités ou avantages du comité d'entreprise...)
- Jours de congé (pour signature d'un Pacs, pour maladie/décès du partenaire, pour décès des parents du partenaire...)
- Parentalité : chèque-cadeau, fête de Noël...

- Le groupe *Orange* accorde les mêmes droits aux congés pour les couples pacsés et mariés.
- *Randstad*, *Eau de Paris*, *IBM* et *SFR* accordent le congé de paternité dans les mêmes conditions à tous les salariés.
- *Air France* a étendu sa définition de la famille aux couples pacsés.
- *Le Comité des œuvres sociales du personnel du département de la Seine Maritime* prévoit une allocation pour événement familiaux qui peut être demandée en cas de naissance, adoption, mariage, Pacs.
- *Le Conseil général de l'Essonne* accorde des congés de parentalité aux partenaires de même sexe.

3- METTRE EN PLACE DES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET DE FORMATION

Parler de l'orientation sexuelle permet de **banaliser la question** au sein de l'entreprise et dès lors, de favoriser un climat égalitaire. Cette banalisation se traduit à deux niveaux, la sensibilisation et la formation, et doit toucher l'ensemble de l'environnement de travail.

Sensibiliser et former

Si la communication peut constituer une forme modeste de sensibilisation, celle-ci doit se traduire par l'organisation d'évènements spécifiques (matinée de sensibilisation, expositions...).



L'association *L'Autre Cercle* a participé à l'élaboration d'une bande-dessinée, qui constitue un bon support pédagogique pour sensibiliser le monde du travail.

→ Dans une [vidéo](#) disponible sur internet, une salariée lesbienne de *Sodexo* explique en quoi l'affichage ouvertement « gay-friendly » de l'entreprise a contribué à lui permettre de dévoiler sereinement son homosexualité à ses collègues.

La formation constitue une seconde étape et incarne un degré supérieur d'action. Elle permet de faire évoluer les mentalités et de remettre en question les pratiques du personnel à tout niveau de la hiérarchie.

La formation peut faire l'objet de plusieurs journées à la fois sur l'homophobie et sur les bonnes pratiques à adopter.

- La formation « *GLBT Reverse Mentoring Program* » sensibilise les dirigeants *IBM* aux problèmes rencontrés par les salariés LGBT.
- Le site Internet d'*Accenture* propose une formation en ligne (« *LGBT equality in the workplace* »).
- La *CFDT* a participé en juillet 2012 à la « *Conférence LGBT* » organisée à Londres par le TUC (Confédération des syndicats britanniques).
- Le *Collectif LGBT de la CGT* anime des journées de formation spécifiques et, au niveau national, a organisé une conférence européenne sur « *l'action syndicale contre l'homophobie et la transphobie et pour l'égalité effective des droits des LGBT* » le 30 mai 2013.

L'ensemble de l'environnement de travail doit être concerné

Afin d'intégrer au mieux les salariés LGBT, **toutes les parties prenantes** de l'activité de l'entreprise doivent être engagées dans la politique de lutte contre l'homophobie.

- L'équipe dirigeante
- Les managers et RH
- Les salariés
- Les syndicats et les délégués du personnel

La formation semble indispensable pour les postes de management ou RH.

La formation des responsables syndicaux s'impose aussi pour que la politique d'égalité soit impulsée, relayée et/ou soutenue par les organisations syndicales, notamment dans le cadre des instances représentatives du personnel.

4- FAVORISER LE DIALOGUE AVEC LES SALARIÉS ET LES AGENTS

Une politique de lutte contre l'homophobie ne peut se faire sans un dialogue avec les salariés/agents LGBT ou leurs représentants. A cet égard, les **syndicats sont des interlocuteurs à privilégier**.

Le dialogue peut aussi se traduire par le soutien à la création d'une **association ou d'un réseau LGBT** au sein de l'entreprise, notamment par des subventions, la mise à disposition d'un local et par leur intégration comme acteur de la politique de diversité. Elle permet de favoriser la mise en place de rencontres entre les collaborateurs LGBT et la Direction et ainsi de mieux connaître leurs éventuelles difficultés.

- Le réseau *LGBT EAGLE* du groupe *IBM* a été créé en 2002. A l'origine, il a été conçu pour traiter les discriminations liées à l'orientation sexuelle par la transmission des réclamations et doléances des salariés au groupe. Aujourd'hui, il a évolué de telle sorte qu'il est devenu une plateforme collaborative où les membres échangent aussi sur les bonnes pratiques.
- *GARE!* est un espace associatif mis en place au sein du groupe *SNCF* pour permettre aux salariés LGBT de faire respecter leurs droits.
- *FLAG!* est une association LGBT qui est chargée de promouvoir l'égalité des droits des personnes quelle que soit leur orientation sexuelle, au sein du *Ministère de l'Intérieur*.

5- METTRE EN PLACE DES DISPOSITIFS DE SANCTION

La sanction des auteurs de propos, de discriminations ou de violences homophobes s'impose. L'impunité participe, en effet, à l'invisibilité contrainte des LGBT et favorise la non-dénonciation. C'est donc un enjeu majeur pour rendre les engagements de l'employeur et des partenaires sociaux crédibles aux yeux de tous.

Les moyens de recours peuvent être aussi bien internes par le biais de la hiérarchie, des délégués du personnel, qu'externes à travers l'inspection du travail, la médecine du travail, les syndicats, le Défenseur des droits ou la justice. Ceci implique de former les acteurs susceptibles de porter assistance aux victimes d'homophobie.

Cour d'appel de Montpellier, ch. soc., 17 septembre 2008, n° juris-data 2008-376289 : les propos homophobes tenus par un salarié à l'encontre d'un collègue de travail constituent une cause réelle et sérieuse de licenciement.

Les dispositifs d'alerte et les recours internes, qui peuvent être mis en place dans de grandes entreprises et administrations, doivent être pilotés par une cellule indépendante de la DRH intégrant des représentants du personnel et l'information sur ces dispositifs largement diffusée. Les signalements recueillis relatifs aux propos et comportements homophobes doivent faire l'objet d'enquête et d'un réel suivi et emporter le cas échéant des conséquences pour les auteurs et les services concernés.

- *Areva* et *Casino* ont mis en place des cellules d'alerte qui leur permettent de remonter et traiter les cas de discrimination sur l'orientation sexuelle.
- Au sein du groupe *Randstad*, les blagues homophobes sont sanctionnées au même titre que les blagues sexistes.
- Dans le document « *Principes de conduite dans les affaires* » signé chaque année par les collaborateurs d'*IBM*, les voies de recours internes et les sanctions encourues sont explicitement sanctionnées en cas notamment de discrimination sur l'orientation sexuelle. De plus, le dispositif d'alerte à travers le réseau *EAGLE* fait remonter les informations à la hiérarchie.

➔ **Troisième étape : la pérennisation de l'engagement**

Une action efficace de prévention de l'homophobie implique un engagement de longue durée et la mise en œuvre combinée des bonnes pratiques, au sein même de l'organisation et à l'extérieur.

1- LA PÉRENNISATION EN INTERNE

Au niveau de l'entreprise ou de l'Administration, il est nécessaire de rappeler régulièrement son engagement contre l'homophobie lors des discours, des conventions annuelles, des courriers envoyés aux salariés... La création de structures dédiées à la lutte contre les discriminations ou de groupes spécifiques sur la question LGBT permet aussi de mieux s'assurer de la pérennité de l'engagement.

Créer des missions spécifiquement dédiées à la diversité et plus particulièrement à la lutte contre l'homophobie

- Le groupe *Sodexo* a créé un groupe de travail associant les syndicats et la DRH pour élaborer un programme d'action et l'évaluer sur la question de la lutte contre l'homophobie. Le directeur de la diversité est spécialement chargé de ce suivi.
- Le *Ministère de l'économie et des finances* a sensibilisé sa direction et diffusé des informations dans ses services à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre l'homophobie du 17 mai 2013. Il a aussi annoncé la mise en place d'un groupe de travail avec les syndicats et l'association LGBT interne.

Publier un guide sur les bonnes pratiques en matière de lutte contre l'homophobie

La publication d'un tel guide est un gage d'engagement réel. Il permet de détailler l'ensemble des mesures concrètes s'appliquant dans l'organisation et permettant de faire reculer l'homophobie.

- La *CGT* a publié un [guide inédit spécifiquement dédié à l'homophobie au travail](#) qu'elle diffuse auprès de ses adhérents.
- *Casino* a publié un guide de bonnes pratiques à destinations de ses managers.

2- LA PÉRENNISATION EN EXTERNE

La sensibilisation peut se faire également en externe auprès des pouvoirs publics, des fournisseurs et des clients, par le biais d'interventions en colloques, de campagnes publicitaires, de participation à des études, etc. Il s'agit de compléter la démarche en partenariat avec des acteurs extérieurs (économiques, politiques publiques, associations) en les incitant à adopter à leur tour un positionnement et des mesures concrètes de lutte contre l'homophobie.

- *EAGLE*, le réseau LGBT d'*IBM* a organisé en octobre 2007, une conférence européenne sur les problématiques LGBT au travail et en affaires avec ses partenaires extérieurs. Par ailleurs, *IBM* participe à l'organisation et la sponsorship de l'Euro-pride.
- *Eau de Paris* a participé au défilé de la marche de fiertés en 2011.
- *Sodexo* a passé un accord de partenariat avec *L'Autre Cercle*, association LGBT.

Les mesures générales de lutte contre les discriminations qui visent à garantir l'égalité de traitement bénéficient aussi aux salariés et agents LGBT. En effet, le fait de rendre plus transparents les décisions et les circuits de diffusion de l'information, d'assurer la traçabilité des décisions prises et surtout d'objectiver les critères et procédures contribue à faire reculer l'arbitraire.

Il ne s'agit donc pas tant d'adopter des politiques particulières que d'**intégrer dans les actions de lutte contre les discriminations et de prévention du harcèlement le critère LGBT au même titre que d'autres critères** (par exemple en formation) et ce sans oublier les spécificités de l'homophobie et de la transphobie.

➔ Les ressources

Pour en savoir plus

- ➔ [European Union lesbian, gay, bisexual and transgender survey, Result at a glance, European Union Agency For Fundamental Rights \(FRA\), mai 2013, 36 p](#)
- ➔ [Les expériences des personnes LGBT en matière de discrimination et de crimes de haines dans l'Union européenne et la Croatie, Agence des droits fondamentaux de l'Union européenne \(FRA\), mai 2013](#)

- L'enquête [« les entreprises et la prise en compte des droits des LGBT »](#) du Défenseur des Droits, 2012
- L'enquête « La prise en compte des droits des personnes LGBT dans la fonction publique d'Etat » du Défenseur des droits, 2013.
- L'étude [« Orientation sexuelle en entreprise : comprendre et agir »](#), IMS Entreprendre pour la cité, mai 2012, 48 p.
- [Gagner l'égalité des droits des LGBT dans le monde du travail](#), Guide d'action syndicale, CGT, 2013, 87 p.
- [Etat des lieux de la lutte pour l'égalité des droits et la non-discrimination des lesbiennes, Gays, Bi, Trans \(LGBT\) dans le monde du travail](#), CGT, 22 décembre 2010, p. 21-33.
- [Charte d'engagement LGBT](#) de L'Autre Cercle
- [Convention égalité entreprise](#) de FACE Hérault et la Lesbian and Gay Pride Montpellier Languedoc Roussillon
- [Le guide Casino](#)

Sites internet

- [La Confédération européenne des syndicats](#)
- [La journée internationale de lutte contre l'homophobie](#)
- [Le comité LGBT de la Confédération des Syndicats Nationaux du Québec \(CSN\)](#)
- [Le comité LGBT du Conseil Central du Montréal Métropolitain \(CCMM\)](#)
- [Le collectif CGT de lutte contre l'homophobie pour l'Egalité et la non-discrimination des lesbiennes, Gays, Bi et Trans](#)
- [Association Homoboulot](#) et les différents sites des associations LGBT d'entreprise ([Flag !](#) ; [Gare !](#) association des LGBT du groupe SNCF ; [Mobilisnoo](#), association nationale des salariés LGBT du Groupe France Télécom/ Orange....)
- [Accenture](#)
- [Le groupe Air France KLM](#)
- Le groupe [Casino](#)
- [Eau de Paris](#)
- Le groupe [Orange](#)
- Le groupe [IBM](#)
- Le groupe [Sodexo](#)
- Le groupe [Randstad](#)
- Le groupe [Renault Trucks](#) (groupe Volvo)