



Thomas Chardin

DIRIGEANT FONDATEUR DE PARLONS RH

Apparence physique, tenue vestimentaire, origine, âge, orientation sexuelle, identité de genre, sensibilité religieuse... **Qui n'a jamais subi ou assisté à des discriminations en entreprise, fussent-elles guidées par la bêtise ou la maladresse ?**

Une récente étude menée par OpinionWay pour le compte d'Apicil¹ révélait que « si deux salariés sur trois (65 %) jugent leur entreprise inclusive, des inégalités persistent ». En fait, 25 % des salariés déclarent avoir déjà subi ces discriminations, et 28 % affirment en avoir été témoins. Pourtant, 56 % des Français estiment que notre société est inclusive. Si chacun s'accorde sur le rôle clé de l'école en matière d'inclusion, c'est bien à l'entreprise qu'incombe la responsabilité de faire une place à la différence.

Sommes-nous à la hauteur de l'enjeu ?

On se demande souvent si les dirigeants, et les DRH en particulier, en font suffisamment. Lorsque les annonces se multiplient, lorsque les mesures s'enchaînent, traduisent-elles vraiment une volonté de faire une place à chacun, quelle que soit sa différence ? Pas si sûr.

Dans un monde frappé par le diktat des apparences et des postures,

¹ Baromètre Apicil « Les Français et l'inclusion », 3e édition, mars 2023.

“
**Et si on passait
 (vraiment) à
 l'action ?**
 ”

la limite entre action et gesticulation communicationnelle est souvent ténue. Dès lors, l'enjeu de l'inclusion peut-il se contenter du saupoudrage-alibi auquel nous nous sommes si complaisamment accoutumés ?

Je suis persuadé du contraire. **À l'évidence, faire de l'inclusion pour de l'inclusion est un non-sens.**

Tant que nous n'aurons pas admis, au plus profond de nous-mêmes, que la diversité des profils, des origines, des pratiques, des modes de vie, des croyances, est le premier moteur de la créativité et de la croissance de l'entreprise, nous passerons à côté de l'essentiel.

Il n'y a qu'à considérer les tendances de l'égalité femmes-hommes ou encore la place des seniors dans l'entreprise pour comprendre à quel

point toutes les autres différences sont négligées, oubliées, parfois même barrées d'un trait de plume, comme si l'autre nous mettait en danger.

Observons l'actualité et l'incroyable débat sur l'écriture inclusive pour comprendre à quel point la forme dépasse le fond. Sacha Guitry, en grand misogyne, écrivait : « Je veux bien concéder aux femmes qu'elles nous sont supérieures, si cela peut les dissuader de se prétendre nos égales. » Ne faisons-nous pas tous preuve de ce même cynisme en appliquant des quotas, en fixant des index ?

Quand comprendrons-nous enfin que ce qui prime pour faire avancer l'entreprise sur le chemin de la croissance et des succès, c'est la compétence ? Une compétence magnifiée, glorifiée pas uniquement dans les discours, mais dans les faits.

L'aversion, la peur panique même, des entreprises pour le risque, se résume trop souvent à une aversion pour la différence. Mais, sans culture de la différence, point d'innovation, point d'émulation. Il ne s'agit plus d'avoir une approche marketingo-sociale mais de nourrir et d'incarner la conviction que le développement de l'altérité est d'abord et avant tout un levier business. L'économique et le sociétal ne s'opposent pas, ils se complètent. ●