



Guide pour *le mois des Fiertés*

**Les meilleures initiatives à lancer en entreprise
pour soutenir la communauté LGBTQ+**



Table des *matières*

À propos des Fiertés 3

Agir pour les Fiertés ce mois-ci : comment les entreprises peuvent-elles soutenir la communauté LGBTQ+ en juin ? 5

- Soutenez une association caritative LGBTQ+ en faisant du bénévolat ou en collectant des fonds 6
- Invitez un conférencier ou organisez un déjeuner de travail 6
- Proposez à vos employés de prendre part à des groupes d'affinités 7
- Mobilisez vos employés avec des micro-actions sur le thème des fiertés 8
- Encouragez vos employés à se renseigner sur les droits LGBTQ+ et le langage inclusif 9
- Soutenez et sensibilisez à l'art et à la culture LGBTQ+ 9
- Mettez en place ou revoyez votre politique sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DÉI) 10
- Participez aux événements des Fiertés 10
- Incitez les employés à être des alliés de cette cause en juin (et toute l'année !) 11

Comment lancer votre campagne des Fiertés cette année ? 12

- Définissez les détails de votre campagne 13
- Impliquez vos équipes et obtenez leur adhésion 14
- Préparez et approuvez les communications internes 15
- Mesurez votre impact 17



Les Fiertés, c'est quoi ?

La Fierté promeut l'affirmation de soi, la dignité, l'égalité et la représentation accrue des personnes qui s'identifient comme lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres, intersexes, queers, et toutes les autres expressions sexuelles et de genre qui ne sont pas comprises dans le sigle LGBTQ+.

Tout a commencé en 1970, lorsque des marches de protestation ont été organisées pour commémorer l'**anniversaire des émeutes de Stonewall**.

La Fierté est l'occasion de soutenir la communauté LGBTQ+ en reconnaissant les progrès accomplis et en s'engageant à agir pour construire un monde plus inclusif. **Encore aujourd'hui, la communauté LGBTQ+ continue de faire face à de nombreux défis liés aux droits de l'Homme et aux inégalités.**

Que s'est-il passé à Stonewall?

"Les émeutes de Stonewall", également appelées "Révolte de Stonewall", ont commencé à l'aube du 28 juin 1969 lorsque la police de New-York a fait une descente au Stonewall Inn, un club gay situé dans Greenwich Village à New York. Cet événement a déclenché une émeute parmi les clients du bar et les habitants du quartier, la police ayant brutalement sorti les employés et les clients du bar. Cela a donné lieu à six jours de manifestations et d'affrontements violents avec les forces de l'ordre sur la rue Christopher, dans les rues voisines et dans le Parc Christopher non loin de là.

Les émeutes de Stonewall ont été un catalyseur du mouvement pour les droits des homosexuels aux États-Unis et dans le monde entier.

Source

Une étude de la Human Rights Campaign Foundation a montré que le fait de travailler dans un environnement qui n'est pas toujours favorable aux personnes LGBTQ+ conduit à :

25%

des employés LGBTQ+ qui se sentent distraits au travail

31%

qui se sentent malheureux ou déprimés au travail.

De plus, des études ont montré que les entreprises qui s'engagent à promouvoir des cultures et un leadership plus diversifiés sont plus performantes. Les entreprises attirent davantage les talents, répondent aux besoins et aux souhaits de leurs clients, ont des employés qui se sentent impliqués et constatent une amélioration dans la prise de décision.

Enfin, le soutien aux Droits de l'Homme s'inscrit également dans le cadre des objectifs de développement durable des Nations unies, et plus particulièrement l'objectif 10 : réduire les inégalités.



Agir pour les Fiertés ce mois-ci

Comment les entreprises peuvent-elles soutenir la communauté LGBTQ+ en juin ?

Votre entreprise peut agir de différentes manières ce mois-ci pour apporter son soutien à la communauté LGBTQ+. Pour vous aider, nous avons préparé une boîte à outils avec tout ce qu'il vous faut pour mener à bien votre campagne. Elle inclut des idées d'activités qui vous permettront d'impliquer vos employés et de mettre le sujet de l'inclusion au cœur des discussions.

Par ailleurs, il existe de nombreuses alternatives pour vous permettre de contribuer activement à la cause sur les LGBTQ+. Nous vous avons rassemblé quelques idées pour stimuler votre créativité.

Commencez par écouter

Les collègues et les managers ne sont parfois pas conscients des problèmes d'inclusion que rencontrent certains employés sur leur lieu de travail. Il est non seulement important de savoir comment vos employés perçoivent votre entreprise dans ce domaine, mais aussi de savoir comment ils font face à ces difficultés.

Vous pouvez préparer un sondage anonyme pour évaluer le degré d'inclusion au sein de votre entreprise et pour mieux comprendre votre personnel quant aux orientations sexuelles, identités de genre, expressions de genre représentés dans votre personnel et quant à leur volonté de partager ou non ces informations.

Il est important de vous demander comment votre entreprise, vos collègues et vos managers peuvent contribuer à faire du lieu de travail un endroit plus inclusif - et ensuite d'agir.



Soutenez une association caritative LGBTQ+ *en faisant du bénévolat ou en collectant des fonds*

La meilleure façon de soutenir activement la communauté LGBTQ+ pendant les Fiertés est de faire du bénévolat ou de collecter des fonds pour une organisation locale qui se bat pour ses droits fondamentaux.

Voici quelques organisations que vous pouvez soutenir en faisant du bénévolat sur le terrain ou en collectant des fonds :

- [ACCEPTESS-T](#)
- [Act Up - Paris](#)
- [Bi'Cause](#)
- [Fédération LGBTI+](#)
- [GayLib](#)
- [Le Refuge](#)
- [L'Inter-LGBT](#)
- [MAG Jeunes LGBTQ+](#)
- [SOS Homophobie](#)

Invitez un conférencier ou organisez un déjeuner de travail

Lancez le sujet par... une discussion ! Vous pouvez inviter un expert ou l'un de vos dirigeants (ou même des collègues) à partager son expérience ou à partager des informations d'utilité publique sur la diversité et l'inclusion. C'est également un excellent moyen d'encourager des discussions productives sur la façon de faire du lieu de travail (et de la société) un endroit plus inclusif.



Proposez à vos employés de prendre part à *des groupes d'affinités (ERG)*

L'existence de groupes de ressources pour les employés (ERG) ou de groupes d'affinités, aussi appelés communautés d'employés, démontrent l'engagement d'un employeur à générer un impact positif, tant au sein et en dehors de l'entreprise.

En permettant à vos communautés d'employés de proposer des idées, de partager des points de vue et de contribuer à l'élaboration de vos programmes, vous pourrez créer une véritable culture d'appartenance au sein de votre entreprise. La Pride est l'occasion idéale de s'associer à un groupe d'affinité LGBTQ+ au sein de votre entreprise. Voici quelques idées :

- Demandez à votre communauté LGBTQ+ de proposer des organisations à but non lucratif pour votre campagne des Fiertés. C'est non seulement un moyen efficace de trouver des organisations qui accomplissent un travail remarquable pour la société, mais aussi de susciter un plus grand engagement de la part des employés.
- Encouragez vos groupes d'affinités à organiser des sessions de sensibilisation tout au long des célébrations de la Fierté. Lorsque les informations proviennent d'employés LGBTQ+ passionnés par le sujet, le message est plus authentique.
- Travaillez avec une plateforme d'engagement solidaire telle que Benevity pour vous connecter plus facilement avec les ERG et diffuser les informations sur vos programmes à l'ensemble de vos employés.

"Du point de vue de la communication, la manière dont nous l'utilisons le plus [notre plateforme d'engagement solidaire] est lors des journées de sensibilisation. Nous avons des bannières et des activités liées à des journées de sensibilisation comme la Journée internationale des droits des femmes ou la Journée internationale de la fierté LGBTQI+, qui ont été un excellent moyen d'avoir une cadence fixe et de consacrer chaque mois à un groupe d'affinités différent.



HEATHER JIN
Responsable mondial de l'impact social

Medallia

Mobilisez vos employés avec des *micro-actions* sur le thème des fiertés

Pour montrer à vos équipes que de petites actions peuvent avoir un très grand impact, mettez vos employés au défi de prendre des mesures quotidiennes, faciles à réaliser, pour sensibiliser les autres et combattre les préjugés :

- Regarder un film ou écouter un podcast sur les préjugés, l'égalité ou l'inclusion.
- Participer à un séminaire interne sur les préjugés pour en savoir plus sur la façon dont nous contribuons tous à l'inégalité par certains comportements.
- Suivre cinq militants LGBTQ sur les réseaux sociaux pour mieux comprendre la communauté et ses combats.

Ces idées sont idéales pour les équipes qui travaillent à distance et qui cherchent de nouveaux moyens de mobiliser leurs employés partout dans le monde. Pour renforcer encore plus la participation, vous pouvez utiliser une plateforme d'engagement solidaire comme Benevity pour mesurer l'impact personnel et l'impact à l'échelle de l'entreprise.



Fiertés - Indiquez sur votre profil les pronoms que vous utilisez

126 participants



Fiertés - Soutenez des associations LGBTQ+

341 participants



Fiertés - Participez à la Marche des Fiertés à Paris

123 participants

Encouragez vos employés à se renseigner sur les droits LGBTQ+ et le langage inclusif

Le langage que nous utilisons est important. Nous utilisons des expressions qui étaient acceptées par la société dans le passé, mais une partie de ce vocabulaire désuet et offensant est encore utilisé dans notre vie quotidienne. Informez-vous en vous renseignant sur l'histoire, les droits et les problématiques de la communauté LGBTQ+ afin de susciter l'empathie au travail.

Voici quelques ressources pour commencer :

- RAINBOW project - [Glossaire des termes LGBT](#)
- SOS homophobie - [Le rapport sur les LGBTIphobies 2022](#)
- C'est comme ça - [Les grandes dates de l'histoire LGBTQ+ en France](#)
- AFMD - [Kit d'inclusion des personnes LGBTQ+ au travail](#)
- Coalition des familles LGBTQ+ (Québec) - [Vocabulaire inclusif au travail](#)

Soutenez et sensibilisez à l'art et à la culture LGBTQ+

Il existe de nombreux films et émissions de télévision LGBTQ+ qui nous immergent dans la réalité du quotidien et les problèmes auxquels cette communauté est confrontée. En organisant une soirée cinéma, vous donnez à vos employés l'occasion d'entrer en contact avec des personnages LGBTQ+ et d'engager un débat qui pousse à la réflexion.

Voici quelques bons exemples :

- La vie d'Adèle
- Paris is burning
- Boys Don't Cry
- Carol
- Moonlight
- Baisers cachés
- 120 battements par minute
- Dallas Buyers Club



Mettez en place ou revoyez votre politique sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DÉI)

Il est important d'instaurer une politique bienveillante pour montrer à vos employés que vous vous souciez d'eux et que vous avez l'intention de créer un environnement dans lequel ils peuvent se sentir en sécurité et protégés. Si vous avez déjà une politique en place, envisagez de la revoir pour vous assurer qu'elle encourage l'inclusion LGBTQ+. Des outils comme [celui-ci](#) peuvent vous permettre d'évaluer vos pratiques.

Plusieurs entreprises se démarquent dans ce domaine, comme Lenovo qui a obtenu le score parfait de 100 % sur l'indice des entreprises pour l'égalité LGBTQ+. Addepar a créé un groupe d'affinités AddePride, composé de 25 % de ses employés, dans le but de créer un environnement inclusif. L'ONU a également élaboré des normes de conduite pour les entreprises afin de lutter contre les discriminations à l'égard des personnes LGBTQ+.

Participez aux événements des Fiertés

Cette année, l'EuroPride se déroulera à La Valette, mais plusieurs autres événements auront lieu dans toutes les grandes villes du monde. Même si vous ne pouvez pas y être physiquement, il y a aussi des événements en ligne ! Consultez le [calendrier international de la Fierté](#) pour savoir ce qui se passe près de chez vous. Tout au long de l'année, vous pouvez aussi trouver des événements pour la communauté LGBTQ+ ! Jetez un coup d'œil [ici](#).

"Si nous voulons progresser plus rapidement à l'échelle mondiale en matière d'égalité pour les personnes LGBTQ+, les entreprises ne devront pas seulement assumer leurs responsabilités en matière de droits de l'Homme, elles devront devenir des acteurs du changement."

- Zeid Ra'ad Al Hussein - Haut Commissaire aux droits de l'Homme des Nations Unies. Source

Incitez les employés à *être des alliés de cette cause* en juin (et toute l'année)

Un allié est une *"personne qui soutient activement les personnes LGBTQ+. Ce terme englobe les alliés hétéros et cisgenres, ainsi que ceux qui, au sein de la communauté LGBTQ+, se soutiennent mutuellement (par exemple, une lesbienne qui est alliée à la communauté bisexuelle)"*.

Des associations comme **[l'Autre Cercle](#)** peuvent, par le biais de formations, outiller vos employés pour qu'ils deviennent des alliés.

C'est un bon moyen de s'assurer que vous ne vous contentez pas de brandir l'arc-en-ciel pendant le mois des Fiertés, mais que vous travaillez activement toute l'année pour soutenir la communauté LGBTQ+ par le biais de vos efforts de RSE.



Comment lancer votre *campagne des* *Fiertés* cette année ?



Définissez les détails de votre campagne

La fierté est célébrée tout le mois de juin, alors pourquoi ne pas préparer un calendrier des activités auxquelles vos employés peuvent participer ? Vous pourrez ainsi proposer différentes actions pour encourager vos employés à soutenir la communauté LGBTQ+.

Vous trouverez ci-dessous un exemple de ce à quoi ce calendrier pourrait ressembler. Partagez ce modèle avec vos employés ou inspirez-vous-en pour créer votre propre calendrier !

La première étape consiste à décider du calendrier : voulez-vous faire une semaine intensive ou répartir ces activités sur 2 semaines, 3 semaines ou le mois entier ? Déterminez le rythme qui vous convient et commencez à planifier !

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
<p>Soutenez la communauté</p> <p>Choisissez un drapeau de la communauté et brandissez-le pendant une semaine pour montrer votre soutien en tant qu'allié ou membre.</p>	<p>Experts / Conférencier</p> <p>Nous accueillons un panéliste qui se joindra à nous pour parler de la communauté LGBTQ+, du langage inclusif et de l'importance de l'inclusion.</p>	<p>Soirée Bingo pour une association LGBTQ+</p> <p>Soutenez une association caritative LGBTQ+ en organisant bénévolement une soirée de bingo dont les recettes seront reversées à l'association.</p>	<p>Suivez 5 figures LGBTQ+ sur les réseaux sociaux</p> <p>Suivez quelques influenceurs qui font partie de la communauté queer sur les réseaux sociaux pour en savoir plus sur la communauté et sur les problèmes auxquels elle est confrontée au quotidien.</p>	<p>Collectez des fonds pour une association queer</p> <p>Soirée quiz avec vos collègues ! Collectez de l'argent en vous amusant avec vos collègues. La somme peut être reversée à une association de votre choix qui soutient la cause.</p>	<p>Regardez un film sur la communauté LGBTQ+</p> <p>Il y a tellement de bons films qui mettent en valeur la communauté et qui font prendre conscience de la complexité qui entoure ces sujets. Organisez une soirée cinéma pour les regarder avec vos collègues.</p>	<p>Participez à un événement LGBTQ+ (en ligne ou en personne)</p> <p>Une façon de soutenir la communauté et d'apprendre d'elle est de participer à ses événements. Choisissez-en un ! Il y en a beaucoup <u>ici</u>.</p>

Impliquez vos équipes et obtenez leur adhésion

Commencez par le "Pourquoi ?"

Afin d'obtenir l'adhésion de votre équipe, vous devez expliquer le "pourquoi" de votre idée. La première étape consiste à déterminer et à expliquer le problème ou l'opportunité, à proposer votre campagne et à mettre en évidence les avantages pour l'entreprise et pour les employés.

Faites une proposition

Vous avez peut-être quelques idées en tête pour votre campagne. Peut-être voulez-vous essayer de la mener par vos propres moyens, ou peut-être souhaitez-vous faire appel à un partenaire pour maximiser l'impact et la participation. Dans tous les cas, vous pouvez proposer plusieurs options à vos collègues, avec des détails spécifiques sur chacune d'elles et sur le calendrier. Il est également important de souligner les avantages et les inconvénients de chacune d'entre elles pour montrer que vous avez effectué des recherches approfondies.

Décrivez la mise en œuvre de la campagne

Maintenant que vous avez partagé votre idée de campagne, il est temps d'expliquer comment vous allez la mettre en place : combien de temps cela prendra-t-il ? Qui doit être impliqué ? Quels sont les résultats attendus ?

Dernière étape : présentez le projet en interne

Rassemblez vos conclusions dans un document et partagez votre plan en plusieurs étapes :

- Un courriel à votre responsable pour lui faire part de l'idée
- Une présentation à adapter à l'image de marque de l'entreprise

Préparez et approuvez les communications internes

Faites savoir à vos employés que vous voulez les impliquer dans votre campagne pour le mois des Fiertés.

Voici un modèle d'email pour la communication interne :



Objet : *[Nom de l'entreprise] soutien les Fiertés*

Cette [semaine/mois], nous célébrons les Fiertés, afin de promouvoir un lieu de travail où chacun se sent accepté et se sent libre d'être complètement authentique au travail.

Le saviez-vous ? 35% des employés LGBTQ+ ont caché ou déguisé cette partie de leur identité au travail au cours de l'année écoulée par peur de la discrimination.

Chez [nom de l'entreprise], nous voulons que chacun chez ait le sentiment de pouvoir être vrai lorsqu'il franchit nos portes (en personne ou virtuellement).

C'est pourquoi nous vous invitons à participer à notre initiative "les Fiertés", du [X-Y] juin, sur [introduisez la plateforme de votre choix] par le biais de [notre calendrier de la fierté].

Comment pouvez-vous participer ?

Consultez notre calendrier des Fiertés pour découvrir tous les événements, collectes de fonds et sessions éducatives que nous proposerons tout au long de la [semaine/mois]. Il y aura différentes activités chaque jour. Nous vous encourageons donc à participer à autant d'activités que vous le souhaitez et qui conviennent à votre emploi du temps. Comme vous le verrez, tous les efforts seront consacrés à des organisations caritatives qui œuvrent pour la communauté LGBTQ+.

Nous sommes impatients de nous rassembler pour cette cause importante !

*Amicalement,
[Nom]*



Vous pouvez également sensibiliser sur ce sujet en communiquant les actions de votre entreprise auprès du grand public. C'est non seulement l'occasion de mettre en avant les valeurs de votre entreprise, mais aussi de montrer comment votre implication encourage d'autres personnes à s'engager également !

Voici un modèle de publication que vous pouvez utiliser sur vos réseaux sociaux :

Joyeux mois des Fiertés ! Pour marquer l'événement, nous entreprenons plusieurs actions pour soutenir la communauté LGBTQ+ et sensibiliser sur les problématiques auxquelles elle est confrontée chaque jour de cette semaine. Pour avoir un réel impact, nous soutiendrons également des organisations qui se consacrent à cette cause.

*#PrideMonth #Fiertés #MoisdesFiertés #Pride #LGBTQ+ #Égalité #RSE #RH
#Engagement #Loveislove*

Voici un autre modèle que vous pouvez utiliser lorsque vos employés sont déjà engagés dans des activités en soutien aux Fiertés :

Jour X de notre célébration des Fiertés et nous avons déjà :

- Réalisé [nom du défi]
- Accueilli [nom expert/conférencier] pour discuter des droits LGBTQ+
- Collecté X euros en équipe pour l'association X

*Merci à tous ceux qui ont participé jusqu'à présent. Nous sommes impatients de voir ce que nous serons encore capables de réaliser dans les prochains jours !
[Ajouter une photo d'employés participant à l'initiative].*

*#PrideMonth #Fiertés #MoisdesFiertés #Pride #LGBTQ+ #Égalité #RSE #RH
#Engagement #Loveislove*

[Inclure une photo des employés]

Mesurez votre *impact*

Une fois la campagne terminée, ce n'est pas encore fini ! Il est important de partager les résultats de la campagne avec vos partenaires et vos collègues. Non seulement vous serez en mesure d'analyser les données pour montrer le travail acharné que vous avez fourni collectivement, mais vous pourrez également démontrer l'impact que vous avez eu et comparer les résultats des campagnes passées et futures.

Voici quelques éléments qui vont vous permettre de mesurer le succès de votre campagne :

- Le nombre de personnes qui ont participé à vos événements
- Les sommes d'argent que vous avez collectées
- La satisfaction des participants : vous pouvez mener une enquête de satisfaction juste après la campagne et une autre quelques semaines plus tard pour voir si vos employés ont adhéré à votre programme et s'ils continuent d'appliquer les bonnes pratiques
- Vous pouvez aussi demander à certains employés de raconter leur expérience afin que vous puissiez la partager avec toute l'équipe.

Conseil d'expert:

Conseil de pro : Lorsque vous partagez des résultats, racontez une histoire et faites en sorte de la rendre visuelle. Plus vos rapports seront convaincants, plus les employés auront envie de se mobiliser pour la cause l'année prochaine !





En mesurant votre impact, vous serez en mesure de partager les résultats tangibles de votre campagne. Par exemple :

64%

des employés ont participé à la campagne

20%

des employés participaient pour la première fois à une campagne

Avec ce genre d'informations, vous pouvez réellement savoir si vos équipes ont été sensibilisées par votre campagne et si celle-ci reflétait les valeurs et les intérêts de chaque employé.

Bien sûr, nous sommes conscients des défis que représente le suivi manuel de ces indicateurs. Qui a besoin d'une autre feuille de calcul remplie de données incohérentes ? Les rapports automatisés peuvent faciliter le suivi en temps réel de l'engagement à l'égard de votre campagne, de sorte que vous disposiez toujours des informations dont vous avez besoin, au moment où vous en avez besoin.



Par où commencer ?

Il y a de multiples façons de mobiliser vos employés pendant le mois des Fiertés et cela peut être **un excellent point de départ pour que votre entreprise commence à engager régulièrement ses employés dans des causes importantes** comme celle-ci. Tout ce dont vous avez besoin, ce sont quelques idées (que vous avez ici !) et un peu de planification.

Voulez-vous être prêts pour célébrer d'autres journées de sensibilisation internationales comme les Fiertés ? **Plus vous vous y prenez tôt, plus vous suscitez l'engouement et la participation au sein de votre entreprise.** C'est pourquoi nous avons élaboré ce calendrier des principales journées de sensibilisation de l'année. Choisissez celles qui correspondent aux objectifs/intérêts de votre entreprise et planifiez-les à l'avance !

Dotez-vous d'une plateforme de RSE

Un partenaire comme Alaya by Benevity peut vous aider à gérer ces campagnes.

Une plateforme RSE comme celle-ci vous permet de :

- Quantifier le nombre de personnes qui participent et contribuent à votre campagne afin de documenter les futures et de mesurer votre impact
- Offrir à vos employés un choix de différentes organisations à but non lucratif à soutenir sur une seule plateforme
- Créer des liens entre les employés grâce à un tableau de bord convivial qui propose des défis pour adopter de saines habitudes et un espace pour échanger et reconnaître les efforts de ses collègues

Vous avez des *questions ?* Nous sommes là pour vous aider !

www.benevity.com

DEMANDEZ UNE DEMO



Benevity est une entreprise certifiée B Corporation et leader mondial des logiciels d'engagement solidaire des entreprises, offrant la seule suite intégrée d'appels à projets et d'engagement des employés, des clients et des organisations à but non lucratif. Reconnue comme l'une des 20 entreprises du classement du magazine Fortune, Benevity offre des solutions Cloud qui permettent à de nombreuses marques emblématiques d'attirer, de retenir et d'engager leurs collaborateurs, d'intégrer l'action sociale dans l'expérience de leurs clients et d'avoir un impact positif sur leurs communautés. Avec un logiciel disponible en 22 langues, Benevity a traité plus de 58 millions d'heures de volontariat et de mécénat, 12 milliards d'euros de dons des salariés pour soutenir 418 000 organisations à but non lucratif dans le monde. Les solutions de l'entreprise ont également facilité 900 000 actions positives et accordé 1,2 million de subventions d'une valeur de 18 milliards d'euros.