



# FICHE ACTION : LA MESURE DE LA DIVERSITÉ SOCIO-CULTURELLE

## Mode opératoire

Cette démarche est adaptée aux entreprises **de plus de 50 salariés**. Elle rassemble quelques conseils essentiels à ne pas oublier dans la mise en place d'un processus de mesure de la diversité socio-culturelle en entreprise.

Nous vous proposons 3 grandes étapes pour garantir la réussite de la démarche :

**Etape 1 - En amont** / Planifier la mise en place de la mesure D&I

**Etape 2 - Pendant** / Développer l'opération

**Etape 3 - Après** / Tirer les conclusions du processus et construire une stratégie

*Cette fiche action a été réalisée à partir du travail des membres du mouvement le 29 juin 2022.*



## Qu'est-ce qu'une mesure de la diversité socio-culturelle?

La mesure de la diversité s'attache à étudier la **représentativité de groupes de personnes au sein d'une organisation donnée et au regard des composantes de la société**. Elle vise, sur la base d'indicateurs, à dresser un **état des lieux des inégalités ou risques d'inégalités dans l'organisation** voire un état des lieux des perceptions et ressenties de ses collaborateurs et collaboratrices.

La mesure de la diversité doit nécessairement s'accompagner d'une mesure de la discrimination qui vise à se mettre en conformité avec la loi en rectifiant certaines pratiques et processus opératoire (logique juridique). Parmi les outils de mesure les plus souvent utilisés : **l'audit, le testing, l'analyse de process**.

Ici, nous nous intéressons à la diversité socio-culturelle, donc plus précisément à **l'évaluation de l'origine sociale et culturelle** des collaborateurs :

- **L'origine sociale** est définie par l'ensemble des éléments décrivant les conditions de vie et le niveau de revenus dont a bénéficié le collaborateur au début de sa vie. Des indicateurs RH peuvent aider à mesurer le milieu social dans lequel on a évolué, très orienté par la CSP de nos parents et le lieu où l'on a grandi : le diplôme, le recours à une bourse, le capital culturel et financier, etc.
- **L'origine culturelle** a trait à une ethnie et/ou à une culture commune, c'est-à-dire un groupe de personnes qui partage un ensemble d'éléments variés communs. On peut mentionner la langue, la ou les religions qu'il pratique, le lieu d'habitation, les coutumes, les habitudes alimentaires, mais aussi une certaine façon de voir le monde à travers des références partagées plus ou moins conscientes.

En France, ces deux notions peuvent se rejoindre notamment dans une **approche géographique** du territoire.

*Cette fiche action a été réalisée à partir du travail des membres du mouvement le 29 juin 2022.*



# EN AMONT : PLANIFIER LA MISE EN PLACE DE LA MESURE

## 1. Définir son pourquoi et le vulgariser

Objectif : Eclaircir et rendre explicite pour tous le but, la raison d'être et la stratégie long terme de cette action générale. C'est le levier qui permettra d'embarquer facilement les différentes parties prenantes de l'entreprise.

- Comprendre et concilier les différents leviers de motivation / savoir les vulgariser pour pouvoir les communiquer simplement et efficacement à vos équipes.

## 2. Définir la feuille de route du processus

Objectif : Sur 2 mois, planifier les différentes actions à mettre en place

- Définir un calendrier éditorial des relances à faire aux équipes /mail à tous, mails par métier, par région, etc.)
- Anticiper le traitement des données/ fixer la timeline et la date de restitution des résultats dès le lancement
  - Identifier des partenaires capables d'accompagner par la suite / cabinet de conseil en transformation RH, etc..

## 3. Embarquer les parties prenantes :

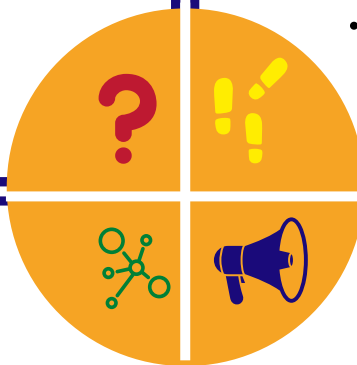
Objectif : engager le Comex, les RH, les collaborateurs, les partenaires sociaux, CSE, IT (sur les questions RGPD), service com.

- Engager le ComEx ou le dirigeant de l'entreprise / afin d'embarquer un maximum de collaborateurs, la démarche gagne à être lancée et soutenue par le top management et compris comme une priorité
- S'appuyer sur les managers / nommer des ambassadeurs du projet et transformer les managers en points de relai de l'action
- Dégager du temps aux personnes concernées / vous gagnerez à répéter le pourquoi et à engager vos collaborateurs dans des temps dédiés à partir de celui-ci

## 4. Mettre en place une action de communication efficace :

Objectif: informer, engager et rassurer les collaborateurs

- La sécurité des données et l'anonymat des répondants sont mis en avant / pour rassurer quant au caractère confidentielle de l'étude.
- La stratégie de communication est réalisée en amont du processus / elle fait l'objet d'une vraie préparation en amont
- Les supports de communication sont adaptés en fonction des spécificités de l'entreprise / personnes sur site ou non, niveau de langue, matériel à disposition en fonction des postes, etc.)





## Partage de quelques bonnes pratiques des membres :



Créer un **temps dédié**, une conférence par exemple avec un intervenant connu pour attirer les collaborateurs

*Ex : KPMG a fait intervenir Tony Parker pour promouvoir sa démarche mesure*



Nommer un ou plusieurs **"ambassadeurs"** du projet qui pourront répondre à toutes les questions et les doutes des collaborateurs.



Créer un **comité de pilotage** du projet (RH, salariés, managers, IRP, sponsor, etc.)



Créer un **site intranet** dédié et des vidéos inspirantes



Lancer une **campagne de communication** pour mettre en avant une récompense : 1 réponse = 1 repas resto du cœur, par exemple.



**Engager par échelons :** réunion manager dédié au projet.



Créer des **vidéos de micro-learning** pour expliquer le pourquoi et le comment du projet



Mettre en place des **QR codes** à des endroits stratégiques de pause et réunions.



# PENDANT : DÉVELOPPER L'OPÉRATION

Quelques conseils à garder en tête lors de la mise en place :

## Organiser un processus de réponses aux questions des collaborateurs :

Objectif : désamorcer les doutes et les réticences potentielles, être transparent

- S'appuyer sur les ambassadeurs du projet et les managers
- Créer des formats de réunions ludiques et faciles d'accès pour tous



## Quelques idées des membres :



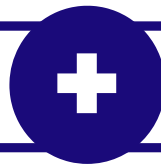
Créer une cellule dédiée



Créer des cafés informationnels



Créer un webinar



## Relancer régulièrement les collaborateurs :

Objectif : recueillir le maximum de réponses possibles pour que l'étude soit représentative et fiable

- Eviter les lundis et vendredi
- Indiquer dans les mails de relance le nombre de réponses déjà reçues, en motivant et challengeant les équipes en rappelant le timer du projet, en remerciant ceux qui ont déjà rempli le questionnaire.
- S'appuyer sur l'influence et l'audience des managers, ou des ambassadeurs nommés
- Passer dans les bureaux en off pour prendre la température vis-à-vis de l'étude pour savoir si les collaborateurs apprécient l'initiative



# APRÈS : TIRER LES CONCLUSIONS DU PROCESSUS ET CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE LONG-TERME



## Communication

Objectif : informer

- Communiquer rapidement et saluer les **taux de participation** et souligner peut-être les **2-3 chiffres clés de l'étude** / avant les résultats globaux et la présentation des plans d'action
- Organiser un **événement de présentation des résultats avec les premières pistes d'actions** à mettre en place.



## Analyse et restitution

Objectif : conclure

- Distinguer les **données factuelles** et les **données du ressenti**
- Organiser des **restitutions à 3 niveaux**, en cascade : Comex, managers et collaborateurs.
- **Mettre à disposition les résultats complets** sur l'intranet
- **Comparer** potentiellement ses résultats avec ceux d'autres organisations

Construction d'un plan d'action et d'une stratégie pour répondre aux problématiques soulevées :

Objectif : tirer profit des données récoltées

- Organiser une **méthode de co-construction** des solutions avec les managers les plus engagés / après avoir analysé les résultats avec les équipes du baromètre ou de la mesure, cette action permettra d'ancrer la dynamique de changement sur le long terme
- **Missionner le comité de pilotage** pour suivre et coordonner les évolutions internes



## S'engager et planifier dans le long terme :

Objectif : Ancrer la dynamique et en faire une priorité de l'entreprise

- Publier régulièrement sur les actions mises en œuvre à la suite de l'étude / ritualiser et définir une journée par mois ou trimestre pour partager les progrès internes
- Proposer un sondage pour définir les actions prioritaires du plan afin de favoriser l'appropriation par tous
- S'engager à réitérer l'exercice de la mesure 3 ans après pour statuer sur l'évolution interne auprès des salariés