

Les personnes LGBTQ+ se disent de plus en plus mal à l'aise en entreprise

Il y a encore du travail en France pour que les personnes gays, lesbiennes, bisexuel·le·s, queers, non-binaires, trans se sentent à leur aise en entreprise. Exemple, selon une enquête, près de la moitié des LGBTQ+ sont prêt·e·s à mentir sur leur orientation sexuelle et / ou identité de genre lors d'une discussion informelle avec leur supérieur·e.

Temps de lecture : minute

9 octobre 2020

Une régression. La part des personnes LGBTQ+ (lesbiennes, gays, bisexuel.les, trans, queers, non-binaires ...) qui pensent que le fait de révéler leur orientation sexuelle et/ou identité de genre en entreprise est un désavantage est en hausse de 8 points depuis 2018, selon la cinquième édition du baromètre du Boston Consulting Group sur les perceptions et attentes des LGBTQ+ dans le monde professionnel, réalisé en partenariat avec le magazine Têtu. C'est la première fois que ce chiffre monte depuis 2014. Elles étaient 30% des personnes à le dire en 2018, et sont aujourd'hui 38%. Pour corroborer ce malaise, 43% des LGBTQ+ se déclarent complètement "out" au travail contre 54% en 2018.

Autre chiffre marquant, près de la moitié des LGBTQ+ (47%) ayant répondu sont prêt·e·s à mentir sur leur orientation sexuelle et / ou identité de genre lors d'une discussion informelle avec leur supérieur·e. Une forte propension (43%) craint que cette divulgation nuise à leur carrière.

Les auteurs de l'enquête estiment que cette peur s'explique par une

conjonction de facteurs : l'émergence de sujets clivants dans le débat public et la multiplication de prise de paroles conservatrices ; l'augmentation de 74% du nombre de répondant·e·s non-gays (lesbiennes, bisexuel-le-s, trans, queers, nonbinaires ...), "historiquement moins enclin-e-s à faire leur coming out" selon les auteurs ; et enfin la crise actuelle.

"Le travail à distance imposé par la crise de la COVID-19 rend encore plus difficile l'intégration des employé-e-s et particulièrement des talents LGBTQ+. Le télétravail a déshumanisé en partie nos interactions professionnelles : on ne s'attarde plus pour échanger sur qui nous sommes, mais seulement sur ce que nous faisons et produisons" , explique Thomas Delano, Partner au BCG et l'un des responsables monde du réseau Pride@BCG, cité dans un communiqué.

Une exigence accrue vis-à-vis des entreprises

On note une forte appréhension notamment chez les plus jeunes, "et les non-gays (c'est-à-dire les lesbiennes, bi, trans)", quand il s'agit d'évoquer leur orientation sexuelle / identité de genre en entreprise. Ainsi, 47% des étudiant-e-s interrogé·e·s le perçoivent comme un désavantage, soit dix points de plus que les employé·e·s. C'est également le cas pour 40% des 18-34 ans, contre 29% des 45-54 ans et 20% des 55-64 ans. Et ces chiffres alarmants se retrouvent dans la perception des actions des entreprises par rapport aux répondant-e-s non-LGBTQ+. Notons que l'étude auprès de 1053 personnes inclue des personnes se déclarant LBTQ+ et non-LGBTQ+ "afin de réaliser des mesures comparatives entre les deux échantillons".

Une personne se définissant comme LGBTQ+ sur trois seulement perçoit des actions concrètes de son entreprise en faveur de l'inclusion, alors que deux non-LGBTQ+ sur trois déclarent pourtant percevoir ces actions. Et si

seul·e·s 22% des LGBTQ+ estiment que leurs dirigeant·e·s communiquent activement sur la diversité et l'inclusion, ce chiffre bondit de 42 points pour les nonLGBTQ+. Un gouffre. Pour les auteurs de l'étude, "les talents LGBTQ+ deviennent donc plus exigeants vis-à-vis des entreprises, dont les seules déclarations d'intention ne suffisent plus : 69% des non-out au travail attendent des actions concrètes de la part leur organisation avant de dévoiler leur orientation sexuelle / identité de genre" .

Si les chartes sont un prérequis, elles ne suffisent plus. Les LGBTQ+ attendent le soutien de leur entreprise : en effet, pour 77% des personnes qui n'ont pas dévoilé leur orientation sexuelle, d'identité ou de genre, les collègues et le réseau LGBTQ+ de leur entreprise sont cruciaux dans leur décision de se dévoiler ou non.

Article écrit par Thomas Giraudet