



Une initiative de l'Union européenne

La diversité au travail

8 étapes pour les petites et moyennes entreprises



Pour la diversité



Contre les discriminations

Objectif de cette brochure

L'objectif de cette brochure est d'apporter une aide aux dirigeants et aux cadres de micro, petites et moyennes entreprises (ME, TPE, PME), qui ne sont pas familiers avec le concept de diversité, afin qu'ils entament une première démarche en ce sens. Elle s'adresse aussi à ceux qui se sont déjà impliqués afin de construire sur les fondations de ce qu'ils ont entrepris. Il s'agit d'un guide très souple et général, applicable à la majorité des ces entreprises, quels que soient leur secteur ou leur lieu d'activité. Les différentes suggestions sont présentées de façon à permettre aux entreprises de toutes tailles d'adopter tout ou partie de ces idées, afin d'élaborer une approche sur mesure de la diversité. Les micro-entreprises représentant plus de 90% de l'ensemble des PME, cette information est formatée pour être utilisée par ceux qui ne disposent que de ressources très réduites, ainsi que par ceux qui ont déjà mis en place une politique de diversité. Le guide est centré sur les éléments de base de la diversité : comment éviter les problèmes de personnel, générer du développement, libérer du temps et accroître les bénéfices. Les 8 points figurant dans la section « Comment procéder ? » peuvent ne pas être appliqués dans l'ordre, mais le premier point est une introduction naturelle à ceux qui suivent.



Introduction au management de la diversité

Le management de la diversité se réfère à un ensemble de pratiques conscientes visant à reconnaître, tolérer, et valoriser la différence. L'application de ces pratiques sur le lieu de travail est la capacité de reconnaître que les différences entre les personnes au sein de l'entreprise et du marché peuvent être facteurs de croissance.

Manager la diversité signifie : obtenir le meilleur de votre personnel sans négliger les talents des personnes qui pourraient travailler pour vous, optimiser les marchés existants, assurer un potentiel d'expansion vers de nouveaux marchés, et éviter les problèmes qui pourraient vous conduire à cesser votre activité.

Etude de cas générale : exemple de diversité au travail, pour planter le décor

Une petite manufacture peinait à recruter des artisans très qualifiés, et son marché traditionnel était sur le déclin. Après avoir élargi sa cible de recrutement, à l'aide de contacts avec les communautés locales et différents groupes ethniques, (en partenariat avec les autorités locales) l'entreprise diversifia son personnel en employant des professionnels compétents originaires de la communauté asiatique.

Ces nouvelles recrues permirent non seulement à l'entreprise de conserver ses clients existants, mais grâce à leur expérience culturelle et leurs connaissances linguistiques la société réussit à se développer au sein de la communauté asiatique, et à accroître son chiffre d'affaires de 200 %.

Comment procéder ?

1. Prenez le pouls de votre entreprise

Prenez le temps d'évaluer les forces, les faiblesses, les dangers et les opportunités qui entourent votre entreprise.

Faites cette analyse sous différents aspects :

- >> **Le personnel** – compétence, expérience, connaissances, culture, âge, origine ethnique ... Les idées et le talent s'expriment mieux au travers de la diversité !
- >> **Recrutement** – Comment éviter les erreurs dans ce domaine.
- >> **Formation** – Obtenez le maximum de votre équipe, et boostez son moral.
- >> **Communication** – comment les gens dans l'entreprise sont-ils conscients de ce qu'ils font, ont-ils la possibilité de proposer des idées, et comment se comportent-ils vis à vis de leurs collègues ou des clients ?
- >> **Style de management** – Comment déléguer les responsabilités et bien gérer le temps ?
- >> **Clients** – Comment construire une base plus large et plus diverse, et prendre en compte les réactions des clients ?
- >> **Législation et Code du Travail** – comment obtenir une assistance gratuite et remporter des contrats du secteur public grâce à un management proactif de la diversité ?

Les responsables de MPME peuvent passer le temps qu'ils jugent nécessaire à la réflexion sur ces différents points. Pour commencer, ils peuvent définir un nombre réduit d'objectifs simples correspondant aux premières procédures à introduire suite à ce travail de première analyse. Cela peut aller d'un seul objectif (par exemple améliorer le recrutement) jusqu'à la prise en compte de l'ensemble des métiers de l'entreprise. Si vous n'avez pas encore envisagé la question, commencez progressivement, mais si vous êtes déjà sur la bonne voie, continuez et définissez des objectifs plus ambitieux.

Une fois que vous avez défini un ou plusieurs objectifs, les points suivants vous aideront à les réaliser ou du moins à clarifier leur impact. Vous pourrez ensuite passer à l'action.

2. Le recrutement

Les études prouvent que le principal problème pour les PME est le recrutement, c'est à dire, soit ne pas pouvoir embaucher la bonne personne, soit employer la mauvaise personne. Cela est dû au fait que les dirigeants se fient au bouche à oreille, et font des choix de recrutement fondés sur leur intuition au sujet de la personne concernée.

Dégagez-vous des décisions de recrutement basées sur vos propres valeurs ou votre instinct. Vous pouvez en tenir compte, mais abordez le recrutement de nouveaux employés d'une façon plus rationnelle.

Les valeurs personnelles et une certaine attitude conduisent à des erreurs de recrutement fatales, et à la discrimination (que vous en soyez conscient ou non) ; les conséquences légales peuvent entraîner la fermeture de l'entreprise.

Par contre, si vous agissez de manière rationnelle, il est probable que vous recruterez une personne de confiance, compétente, qui apporte une vraie contribution à l'entreprise et vous offre un point de vue différent et parfois très appréciable. D'ailleurs, si vous voulez travailler pour des organisations importantes (particulièrement des administrations), il vous sera demandé une bonne approche de la diversité !

Comment faire ?

Déterminez les besoins requis par un poste spécifique en matière de compétences, de connaissance, et d'expérience. A partir de là :

- >> Elaborez une description de poste (avec des détails sur les tâches, les devoirs, les responsabilités) qui souligne les compétences et l'expérience nécessaires à la fonction (un profil). Si vous n'êtes pas sûr de vous, faites-vous aider (par votre Chambre de commerce, un consultant, d'autres membres du personnel, votre syndicat, l'administration locale, etc. Voir point 8).
- >> Vérifiez que la description du poste n'empêche personne de postuler parce que vous avez spécifié un certain milieu, la race, l'identité culturelle, l'adresse, l'âge, la religion, le sexe, ou l'absence de handicap. Cependant, vous pouvez avoir des exigences qui, selon la nature du poste, seront légales. Si vous n'êtes pas sûr de vous, faites-vous aider.

- >> Autant que possible, adaptez votre méthode de recrutement pour permettre (et encourager) le plus de gens possible à postuler (plusieurs langues, sites internet accessibles aux aveugles et aux mal voyants, souplesse d'horaire et de lieu d'entretien).
- >> Evitez le bouche à oreille comme méthode de recrutement. Pensez à plusieurs moyens de faire connaître votre offre : agence pour l'emploi, presse nationale, locale, ou communautaire, écoles, universités, organisations communautaires, agences de recrutement, affichettes chez les commerçants, sites internet, syndicats et organismes professionnels, relais institutionnels de l'emploi.
- >> Précisez que vous encouragez les candidatures issues de toutes les catégories de la communauté.
- >> Discutez du poste de façon informelle avec les candidats. Les personnes qui s'inquiéteraient à cause de leur âge, leur sexe et/ou de leur handicap, etc. se sentiront ainsi plus à l'aise.

Avantages :

Une meilleure adéquation entre les besoins de votre entreprise, la définition des postes et le profil de vos salariés. La fidélisation, la motivation et capacité d'innovation du personnel en seront également améliorées.

Etude de cas :

Une petite entreprise travaillant dans un secteur de haute technologie avait du mal à attirer du personnel de qualité face à des sociétés plus importantes et mieux connues. En réponse à ce problème, les dirigeants élargirent leurs circuits de recrutement, et renoncèrent au « bouche à oreille ». Ils formalisèrent les descriptions de fonctions pour les postes à pourvoir, (avec l'aide du personnel en place) et adoptèrent une procédure de sélection fondée sur un barème faisant correspondre les besoins du poste et les profils de candidats.

Grâce à cette approche rationnelle, ils furent en mesure de recruter dans des tranches d'âge beaucoup plus larges qu'auparavant, et d'exploiter l'expérience d'une force de travail plus mûre, négligée par leurs concurrents. En outre, ils réussirent à signer des contrats avec des administrations exigeant de leurs fournisseurs la mise en place d'un management de la diversité.



3. Clients et nouveaux marchés

Le management de la diversité va vous permettre d'explorer de nouveaux marchés, et d'améliorer votre offre aux clients existants.

Pour élargir la base de la clientèle, il faut pouvoir compter sur la diversité du personnel, ou du moins en comprendre la nécessité. Il peut s'agir d'âge, d'origine ethnique, et de capacité à comprendre l'évolution des aspirations et des styles de vie du marché, dans toutes ses formes. Les grandes entreprises ont intégré cela depuis longtemps, en ciblant différents marchés (minorités ethniques, par exemple), grâce à l'utilisation d'un personnel en affinité avec un type particulier de clientèle. De cette façon, ils ont également réussi à fidéliser leurs clients et à accroître leur chiffre d'affaires.

Cependant, les études démontrent que de nombreuses PME se limitent elles-mêmes en ne s'adressant qu'à leur marché existant. Cela les enferme dans un marché figé, bien connu, qui, même si leurs relations personnelles sont bonnes, les laisse vulnérables et incapables de profiter d'éventuelles opportunités plus larges.

Comment faire ?

- >> Reconnaître la diversité et l'étendue du marché auquel vous pouvez prétendre (comme la variété des groupes d'âge ou ethniques, les habitudes culturelles de différentes communautés) vos produits ou services pourraient-ils être adaptés à ces différents groupes ?
- >> Recherchez les besoins de nouveaux clients potentiels (sur des sites internet, par le biais de la diversité de votre propre personnel, de vos amis ou de votre famille possédant des connaissances spécifiques sur des cultures différentes.)
- >> Les micro-entreprises et les PME peuvent bénéficier d'une relation privilégiée avec leurs clients, davantage que les grandes entreprises. Tirez parti de cette relation, demandez leur avis à vos clients et adoptez une communication accessible et acceptable par tous.
- >> Identifiez les avantages que présente l'adéquation des personnalités, des âges, de l'expérience et du style de vos salariés avec ceux de vos clients. Ou pour le moins, approfondissez votre connaissance des personnes avec lesquelles vous traitez, afin d'avoir de bonnes relations avec elles et d'éviter de les offenser. Voilà le hameçon qui les attirera et les fera revenir.

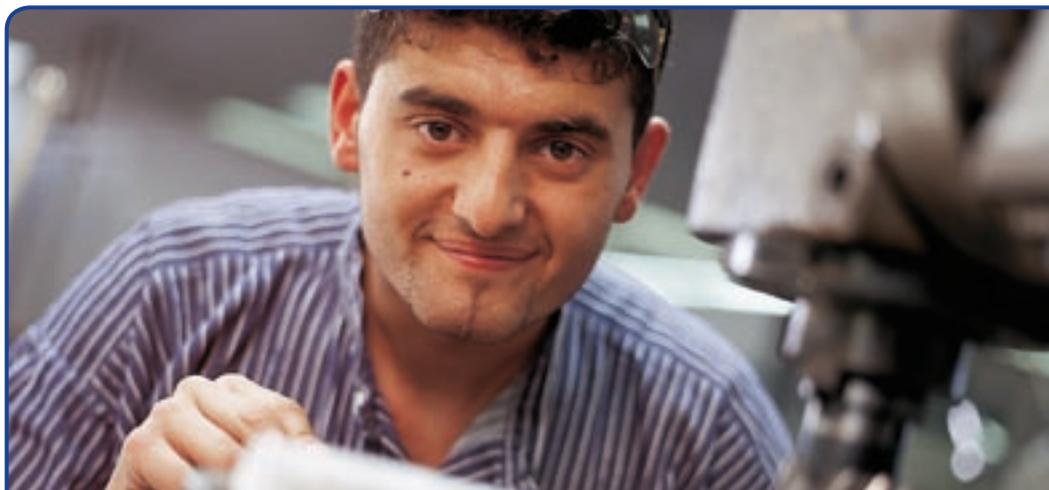
- >> Découvrez et utilisez les possibilités des nouveaux media (ex : pod casting, presse locale, radio, tribus) pour cibler votre approche marketing sur les groupes émergents. Dans le doute, faites vous aider.
- >> Une formation de base pour vous faciliter les relations avec une clientèle variée sera très utile pour vous et votre personnel. (pour comprendre les coutumes et activités de certains groupes, les qualifications et la reconnaissance requises pour traiter avec des groupes particuliers).

Avantages :

Accès plus facile à de nouveaux clients, fidélisation accrue des clients existants, et potentiel de développement de services ou produits et de diversification pour des marchés spécifiques.

Etude de cas :

Une société d'enquêtes ne parvenait pas à accéder à une partie importante du territoire de sa communauté pour évaluer les propriétés à vendre ou à louer. Après une enquête sur la culture des résidents au moyen de questions simples posées aux conseillers ethniques locaux et une recherche sur internet, ils réalisèrent que leurs employés masculins n'étaient pas autorisés à pénétrer dans les maisons où seules les femmes étaient présentes. Ils résolurent le problème en n'employant que des femmes dans les zones concernées.



4. Planification et conception stratégiques

Certaines entreprises parviennent à intégrer les informations sur leurs clients dans le mode opératoire de l'entreprise, en incorporant les besoins des clients dans la stratégie de développement, essentiellement en plaçant ces besoins au premier plan de la conception stratégique.

Ceci permet d'assurer que la diversité des besoins des clients se reflète dans tous les projets stratégiques visant à améliorer l'entreprise, en exigeant que celle-ci sache répondre à ces demandes (en termes de profil de salariés, de créativité du personnel, de son comportement, et de ses besoins en formation et en développement).

Tout ceci peut être aussi sophistiqué que le décidera le dirigeant, de la simple considération des souhaits des clients (connus grâce à de simples bonnes relations) à un meilleur accès à un produit ou service (par exemple pour des clients plus âgés ou à mobilité réduite) ou jusqu'à la conduite de l'étude structurée d'une base de donnée de clientèle pour apporter des informations nécessaires à la diversification d'un produit ou service, et à une stratégie de formation du personnel.

Comment faire ?

- >> Renseignez-vous, de façon informelle ou en menant des études plus structurées, pour trouver les moyens de satisfaire davantage les besoins d'une large variété de clientèle, existante et potentielle.
- >> Intégrez ces informations dans la planification de développement de votre entreprise : essayez d'offrir ce que les gens attendent, (dans les limites de la rentabilité) en adoptant différents points de vue afin que les changements dans votre organisation soient adaptés à un large éventail de demandes du marché, et n'excluent pas, quand c'est possible, de clients potentiels.
- >> Essayez d'intégrer ces informations régulièrement dans votre business plan au moyen d'un système professionnel de communication sur le net, ou bien en envoyant un questionnaire à vos clients tous les ans.
- >> Incorporez systématiquement ces données à votre stratégie d'entreprise ou examinez-les à l'occasion de revues régulières (comptes annuels, examens trimestriels de la trésorerie, etc.).

Avantages :

Une stratégie de développement (approche) en perpétuelle évolution qui correspond aux besoins (changeants) des clients, un chiffre d'affaires en hausse et une meilleure réputation.

Etude de cas :

Un cabinet comptable a développé sa base de clientèle au moyen d'une procédure stratégique de revue semestrielle, liée au business plan. La révision évaluait l'adéquation entre le plan et les résultats, et les changements qui devaient être apportés. Cette procédure commence par une enquête de satisfaction annuelle de la clientèle, et continue au long de l'année par le biais de discussions informelles avec chaque client.



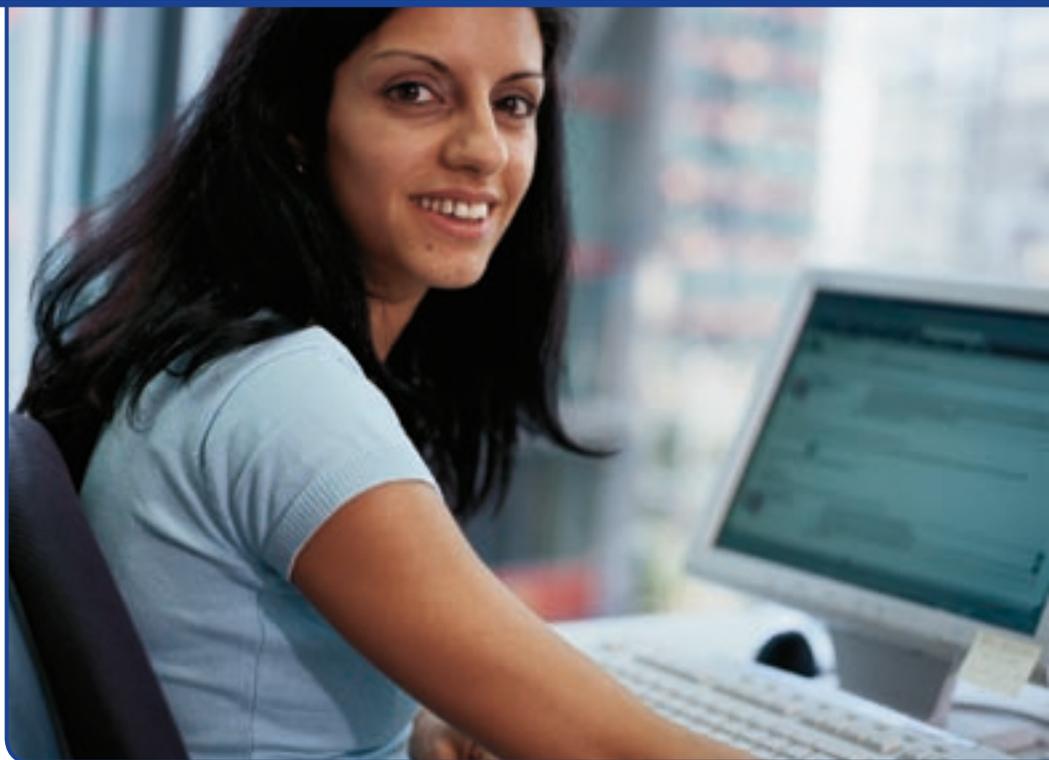
5. Communication interne

Les études montrent que, bien que les PME, et notamment les micro-entreprises, bénéficient d'une certaine souplesse dans le management du personnel et la conduite de l'activité, cette atmosphère informelle peut également être un problème pour certains employés, qui ne sauraient pas s'exprimer et pourraient se sentir exclus. Cette question doit être abordée d'une manière logique et structurée.

Bien que les dirigeants de PME aient en général l'occasion de communiquer avec leurs employés quotidiennement, il est prouvé qu'une approche structurée pour favoriser les échanges est indispensable : en effet, les moyens de communication fluides favorisent la libre circulation des idées des connaissances, de l'information et des solutions.

Comment faire

- >> Réunions internes régulières (que le sujet en soit commercial ou social) qui n'excluent personne pour des raisons d'horaires ou de lieu. Lorsque c'est possible, il est important que ces réunions soient structurées, avec un ordre du jour défini, et qu'elles permettent une égale et juste contribution de chacun. Si cela n'est pas possible, essayez de convenir d'une plage horaire régulière, même de courte durée, pendant laquelle les employés pourront se rencontrer et donner leur avis sur un point particulier.
- >> Lorsque les réunions formelles de personnel sont impossibles, encouragez les employés à suggérer des idées, si nécessaire anonymement (« boîtes à idées », tableaux, etc.).
- >> Assurez-vous toujours que, lorsqu'il s'agit de sujets sensibles, ou lorsqu'un salarié le demande, la confidentialité soit respectée.



Avantages :

La reconnaissance (et la mise en pratique) d'une large variété d'idées, de connaissances et de points de vue au sein de l'entreprise, l'implication et l'investissement personnel accrus des salariés, et un meilleur moral.

Etude de cas :

L'introduction d'un système de communication interne dans une manufacture ayant une culture masculine dominante a permis l'échange des idées et des préoccupations au sein de l'ensemble du personnel. Ce système consistait en une simple discussion informelle et anonyme sur l'intranet de la société, où la question des horaires flexibles pour les salariés déposant leurs enfants à l'école fut abordée, et une solution collective proposée pour les hommes et les femmes. Le résultat fut une réduction spectaculaire de l'absentéisme « officieux » et une productivité accrue.

Cette solution a été également adoptée dans des entreprises ne disposant pas d'un système informatique, grâce à l'utilisation d'une simple boîte à idées.

6. Image et réputation

Utilisez votre implication dans la promotion de la diversité comme un moyen d'acquérir une réputation et de gagner des parts de marché (plus particulièrement auprès des grandes entreprises et du secteur public). Pour les micro-entreprises, cela signifie montrer que vous êtes un bon employeur en mettant en évidence et par écrit vos procédures, ce qui aura pour effet de « booster » votre réputation dans votre milieu professionnel et au sein de votre communauté locale.

Les grandes entreprises du secteur privé et les administrations demandent de plus en plus aux micro-entreprises et aux PME de fournir de l'information sur leur politique de diversité lors de soumissions à des appels d'offre ; il est prouvé que cette information est un facteur adjuvant pour remporter des marchés.

Comment faire ?

- >> Au moyen du développement formel d'une politique de la diversité. Ce qui veut dire que, même si vous faites déjà la plupart des choses suggérées dans cette brochure, il est important d'en garder la trace. Il peut s'agir simplement de signaler par un logo votre implication en matière de dignité au travail, ou d'énumérer vos actions en matière de recrutement et de formation. Si vous avez des preuves, montrez-les.
- >> Si vous souhaitez aller plus loin, vous pouvez vous fixer des objectifs. Faites la liste des cibles que vous voulez atteindre au cours de la prochaine année, en vous aidant du personnel.
- >> Si vous ou vos employés doivent suivre une formation, montrez comment cette formation peut porter sur la diversité. (par exemple, comprendre les différentes habitudes culturelles de clients potentiels) et signalez-le dans vos documents.
- >> Si vous recrutez, notez par écrit comment vous avez suivi une approche de la diversité, pour le faire savoir, mais aussi pour vous remémorer ce qui a bien fonctionné et pouvoir le faire à nouveau par la suite.
- >> Certaines PME peuvent intégrer des déclarations sur la diversité dans leur manuel ou dans le guide de l'entreprise, exactement comme pour les questions de santé ou de sécurité. Les micro-entreprises peuvent rédiger une brève déclaration attestant du fait que la diversité et la promotion de la dignité au travail sont traitées sérieusement dans l'entreprise. Cela peut être mis en forme de façon adaptée au cadre de travail, et faire partie de votre plaquette de présentation. Dans le doute, prenez conseil.

- >> Pour certaines PME, il peut être très utile de recueillir et de surveiller les informations concernant le personnel et les clients, afin de visualiser l'éventail de personnes employées et servies. Ce traitement de l'information, assorti d'une revue annuelle pour constater et mettre en lumière l'évolution vers une diversité accrue, peut constituer le point de départ d'une stratégie. Cependant, si vous dirigez une micro-entreprise, il suffit de montrer votre connaissance des personnes avec lesquelles vous travaillez (en termes d'âge, de contexte social, de sexe, etc.) afin de prouver votre expérience et votre connaissance de vos différents contacts (avec un tableau de pourcentages, par exemple).
- >> Le recueil de données très spécifiques sur les gens est un sujet extrêmement délicat ; restez dans l'ordre général, et dans le doute, faites-vous aider.
- >> Il est possible pour certaines PME de démontrer que leur activité les implique directement dans des responsabilités sociales, afin d'utiliser ceci comme outil de prospection, d'attirer des clients, et d'acquérir un meilleur statut. Pour les micro-entreprises, essayez de lister tout ce qui, dans l'ensemble de vos activités, prouve votre investissement dans la vie communautaire (temps passé, ressources, finances) et votre implication dans la diversité.

Avantages :

Liens resserrés avec des fournisseurs locaux, nationaux, internationaux, et davantage d'occasions d'emporter des contrats. Une meilleure compréhension de ce que vous faites déjà, avec un recueil (officiel) de preuves.

Etude de cas :

Une société d'études s'est rendu compte lors d'une compétition que, pour espérer devenir l'un des fournisseurs réguliers d'une autorité locale, elle devait fournir un audit de son personnel et de ses clients. Cet audit n'existant pas encore, l'appel d'offres demanda beaucoup plus de temps que prévu. Cependant, une fois le travail effectué, la procédure était en place pour gagner de futurs contrats.

7. Evaluation

Pour tout ce que vous faites pour votre entreprise, il est important de penser à l'impact généré, et à son coût (en termes de temps, d'efforts, de ressources). C'est la même chose pour la diversité ; autrement, vous n'en verriez pas les avantages.

L'évaluation doit être une procédure commune, pour aider les dirigeants, les cadres et les employés à comprendre pourquoi on entreprend une telle action. Faire le constat de ce qui s'est passé est également motivant pour le personnel, et encourage toutes les approches futures.

Comment faire ?

- >> Avant et après l'adoption d'une ou plusieurs des mesures décrites dans cette brochure, définissez des objectifs pour votre entreprise. (meilleures relations sociales, productivité accrue, cadre de travail plus humain, élargissement de l'éventail de clients, etc.) Vous pouvez ensuite juger si l'impact a été un succès, en regard de vos espérances. Cela peut être très facile si les objectifs sont clairs, liés au chiffre d'affaires et aux aspects démographiques de votre marché, mais vous pouvez aussi tout simplement tenir compte des réactions de votre personnel.
- >> Pensez à ce que vous avez investi dans la procédure, en termes de temps et de ressources. Vous pouvez simplement décider de lire cette brochure et d'en discuter avec vos employés, ou bien mettre en place un ensemble complet de dispositions et de procédures favorisant la diversité au sein de l'entreprise.
- >> Faites un bilan des avantages obtenus en regard des ressources mobilisées, dans des domaines tels que le pourvoi d'un poste vacant, la suppression des problèmes humains comme le stress ou l'absentéisme, l'accès à de nouveaux marchés, à de nouveaux talents, l'optimisation du potentiel du personnel en place, l'amélioration de l'innovation et de la créativité, et une meilleure réputation.
- >> Décidez vous-même de ce qui justifie les ressources employées ; cette prise de décision prendra du temps, et doit être considérée comme un investissement pour l'entreprise. N'espérez pas des résultats du jour au lendemain : les changements peuvent prendre plusieurs mois, voire une année. Contentez vous de mesures simples et faciles à gérer, compte tenu de vos propres ressources et de votre implication.

Avantages :

Un bilan régulier de ce qui a été fait et obtenu en termes de mesures favorables à la diversité est indispensable pour juger de l'échelle et du niveau d'activité dans lequel vous êtes impliqué, pour montrer au personnel, aux clients et aux fournisseurs potentiels ce qui peut être réalisé et pour justifier tout investissement futur.

Etude de cas :

Le dirigeant d'une entreprise de pièces détachées automobiles fut encouragé à évaluer le temps et les ressources mobilisées pour s'assurer que les procédures nécessaires à la définition un protocole d'accord, au développement d'une stratégie de recrutement juste et ouverte, et à l'établissement d'un calendrier mensuel étaient en place. Le dirigeant réussit à évaluer les bénéfices potentiels (et à mesurer les avantages futurs) qui consistaient à venir à bout des problèmes de personnel nuisant à la rentabilité de l'entreprise. Un an plus tard, cette évaluation fut reconduite, et la justification de l'emploi des ressources, fondée sur la croissance de l'entreprise, s'avéra parfaitement claire.



8. Comment vous faire aider

Tout au long de cette brochure figurent un large panel de suggestions sur ce qui peut être fait pour entreprendre une approche de la diversité, mais évidemment, ce document ne peut apporter toutes les réponses, et si vous avez l'impression de vous battre pour comprendre ce que vous pourriez faire, ou si vous souhaitez aller plus loin, il est indispensable que vous recherchiez de l'aide.

La plupart des dirigeants font confiance à leur comptable, leur avocat, ou une relation personnelle. Il existe cependant plusieurs institutions publiques ou privées qui proposent une aide professionnelle, pratiquement gratuitement ou pour une rémunération raisonnable. (Dans le cas des services publics, les prestations sont subventionnées par l'Union européenne). Vous pourrez obtenir de l'information auprès des autorités locales.

Les associations professionnelles et commerciales, les chambres de commerce, les syndicats sont des sources d'information très utiles, particulièrement si vous rémunérez déjà leurs services et que vous avez des contacts réguliers, comme dans de nombreux pays de l'Union européenne.

Dans la plupart des cas, votre partenaire financier (banque) sera capable de vous orienter dans la bonne direction.

D'autres dirigeants et cadres d'entreprises sont également de bon conseil au sein d'une communauté pour les micro-entreprises et les PME.

Comment faire ?

- >> Commencez par quelqu'un en qui vous avez confiance, et recherchez la personne la mieux placée pour vous aider, ou parcourez les liens internet listés ci-dessous pour trouver le contact de votre association professionnelle, de votre chambre de commerce, ou autorité locale. Il existe une grande quantité d'information gratuite, à utiliser en priorité.
- >> Lors de réunions professionnelles locales ou d'autres événements, vous pouvez partager vos points de vue sur la diversité avec d'autres chefs d'entreprises ou cadres. Vous pouvez également discuter avec des fournisseurs, originaires d'autres régions, lors de salons et expositions. Recherchez les réseaux professionnels, ou votre réseau d'approvisionnement, pour apprendre des autres entreprises.
- >> Il peut être utile pour vous de discuter des besoins de votre entreprise avec une personne extérieure à votre réseau local, et qui pourrait voir votre société d'un œil neuf (et indépendant).

- >> Pour les micro-entreprises et celles qui n'ont pas de Direction des Ressources Humaines, assurez vous que l'aide que vous obtenez ne se limite pas à parler des approches de la diversité, mais fait bien le lien entre les mesures et les avantages que cela peut apporter à votre entreprise, grâce à des conseils pratiques et personnalisés.
- >> Si vous utilisez un consultant extérieur, demandez-lui de suivre le processus et la mise en place des changements et de produire un bilan sur le succès de la nouvelle approche.

Avantages :

Rechercher de l'aide va vous permettre d'acquérir la confiance nécessaire pour réaliser ce que d'autres vous transmettent, afin de ne pas vous laisser freiner par l'incertitude au moment de mettre en place les mesures décrites dans cette brochure.

Etude de cas :

Il est fréquent des micro-entreprises et des PME prennent déjà beaucoup de mesures en faveur de la diversité. Le problème est qu'elles ne les reconnaissent pas comme telles, qu'elles emploient un vocabulaire différent, ou qu'elles n'ont aucun moyen de montrer ce qu'elles font (preuve formelle). L'adoption de quelques unes des suggestions décrites ici et le recours à une assistance pour le faire résoudra ce problème et permettra à l'entreprise de bénéficier au maximum des mesures mises en place.



Ressources en ligne pour vous aider

Association européenne de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises (UEAPME)
www.ueapme.org

Campagne européenne de lutte contre la discrimination
« Pour la diversité. Contre les discriminations. »
www.stop-discrimination.info

Documents de l'UE sur la Diversité et l'Égalité
http://ec.europa.eu/employment_social/fundamental_rights/public/pubst_en.htm

Les gouvernements locaux à travers l'Europe
<http://www.lgib.gov.uk/index.html>

Eurochambres – Chambres de Commerce Européennes
<http://www.eurochambres.be/>

Confédération Européenne des Syndicats
<http://www.etuc.org/>

Informations diverses sur la lutte contre la discrimination en Europe
<http://www.socialeurope.com/mandiv/en/policy.html>

Rapport 2004 de la Commission Européenne sur les coûts et avantages de la diversité en Europe
<http://www.stop-discrimination.info/5322.0.html>

www.stop-discrimination.info