

«Un choix rentable»

Par

Ahlam NAZIH

| Edition N°:4907 Le 29/11/2016 | Partager

AddThis Sharing Buttons

Share to Facebook  Share to Twitter  Share to Email  Share to Plus d'options... 

A condition que le management soit formé et sensibilisé

Le rôle de la réglementation est central



Jean-Marie Peretti, président de l'Institut international de l'audit social (IAS): «L'Etat pourrait imposer lors des appels d'offres que les entreprises démontrent leur engagement en matière de diversité (Ph. Khalifa)

- L'Economiste: Pour généraliser le management de la diversité, faudrait-il d'abord passer par la législation?

- Jean-Marie Peretti: Sur certains points, sans doute. Notamment sur les questions liées aux personnes en situation de handicap. Fixer un pourcentage obligatoire en entreprise permettra de mettre en place des politiques plus volontaristes. L'Etat, pour sa part, peut jouer un rôle important, à travers les achats publics. Il pourrait imposer lors des appels d'offres que les entreprises démontrent leur engagement en matière de diversité.

- Comment le concept s'est-il imposé en France?

- D'abord, par cette prise de conscience que la diversité est une richesse. Le deuxième facteur est lié

à la réglementation qui a imposé le traitement de cet aspect. Des négociations d'accords sur l'égalité entre les sexes, sur les seniors et sur les jeunes ont été rendues obligatoires dans les différentes branches. Des règles très strictes sur le recrutement de personnes en situation de handicap ont également été introduites. Par ailleurs, il y a eu des initiatives des entreprises elles-mêmes. Depuis 2004, par exemple, plus de 3.000 sociétés ont signé la charte de la diversité.

PUBLICITÉ

[inRead invented by Teads](#)

- Des études ont-elles pu quantifier le plus que les entreprises pourraient gagner grâce à la diversité?

- Plusieurs études ont démontré que la diversité est un choix économiquement et financièrement rentable. Nous avons vu combien il est fructueux de compter plusieurs nationalités dans les équipes de R&D et dans les études marketing. Combien avoir des forces de vente qui ressemblent à la clientèle améliore la performance, ou encore, comment la diversité au sein des directions permet de prendre de meilleures décisions. A condition, cela dit, de gérer cette diversité convenablement. C'est-à-dire, faire en sorte qu'elle soit une source de création de valeur, que le management y soit formé et que la lutte contre les stéréotypes soit totale. Dans ce processus, le rôle du top management est capital. L'on remarque souvent que dans les entreprises qui ont le plus réussi à gérer la diversité, il y a une forte volonté de la direction générale.

Propos recueillis par Ahlam NAZIH