



Version média
Sous embargo jusqu'au
12/05 à 06h00

Les jeunes LGBT et le monde professionnel

Eléments clés du baromètre auprès des étudiants et jeunes
professionnels LGBT

THE BOSTON CONSULTING GROUP

Méthodologie

Pour la troisième année consécutive, le réseau LGBT du Boston Consulting Group a conduit une enquête sur les attentes et les perceptions des LGBT vis à vis du monde professionnel

Entre mars et avril 2017, 1636 personnes ont été interrogées (étudiant-e-s ou jeunes diplômé-e-s), avec pour la première fois des répondants provenant de trois géographies européennes (France, Royaume-Uni / Irlande, Allemagne / Autriche), parmi lesquels

- Des répondants LGBT (Lesbiennes, Gays, Bisexuel-le-s et Transgenre)
- Des répondants hétérosexuels – l'étude ne concerne pas les attentes et perceptions du monde professionnel de la part les hétérosexuels; cette catégorie est utilisée comme échantillon de contrôle pour détecter les particularités importantes des étudiants et diplômés LGBT. Ces répondants ont reçu un questionnaire plus court que les répondants LGBT

Le questionnaire était auto-administré et disponible sur Internet

Son envoi a été exécuté avec le soutien de(s)

- Responsables des associations d'étudiants LGBT des principales écoles / universités
- La presse LGBT (par ex. : Têtu en France)
- Les réseaux sociaux du BCG (Facebook, LinkedIn, Twitter)

Synthèse et principaux résultats (1/2)

Tandis que <5% des LGBT demeurent "dans le placard" vis-à-vis de leurs amis, 1 LGBT sur 5 n'a pas fait son coming out au travail (la même proportion que vis-à-vis de leur famille)

- Cette proportion reste stable dans tous les pays de l'enquête

De fait, les répondants pensent que vivre pleinement leur homosexualité au travail peut être problématique

- Seuls 50% des répondants en France et en Allemagne répondraient tranquillement à une question de leur manager sur leur relation (jusqu'à 63% au Royaume-Uni)
- Même si la situation s'améliore, plus d'¼ des répondants français seraient mal à l'aise de refuser une mission dans un pays où l'homosexualité est criminalisée (soit en acceptant d'aller à l'étranger pour ne pas faire leur *coming out* au travail, soit en invoquant une autre raison que le fait d'être LGBT pour ne pas aller à l'étranger)

Généralement, être *out* dans un environnement professionnel est de plus en plus perçu comme un avantage potentiel au travail. Toutefois, la France est encore en retard sur d'autres pays

- Seuls 30% des LGBT français pensent que faire son *coming out* au travail peut être un désavantage, contre 50% il y a 2 ans
- Toutefois, seuls 25% des répondants français sont convaincus des avantages d'être pleinement eux-mêmes au travail, contre 40%+ au Royaume-Uni ou en Allemagne
- De plus, seuls 25% des répondants français pensent que les entreprises du pays sont avancées sur les sujets LGBT, contre 40%+ en Allemagne et 70% au Royaume-Uni

Synthèse et principaux résultats (2/2)

Les industries ont également des réputations très différenciées auprès des étudiants et jeunes diplômés LGBT

- Les médias/la communication, ainsi que le secteur public sont perçus comme davantage "gay-friendly"
- A l'inverse, l'industrie et le secteur financier (banque, assurance) confirment leur faible attractivité (comme pour les années précédentes) – 6 répondants sur 10 pense qu'y faire leur *coming out* n'est pas un avantage

Résoudre cette appréhension parmi les étudiants et jeunes diplômés LGBT est aujourd'hui essentiel pour les entreprises – mais leurs critères de sélection sont très différents de ceux de leurs collègues hétérosexuels, et ils accordent une importance particulière aux engagements de leurs employeurs

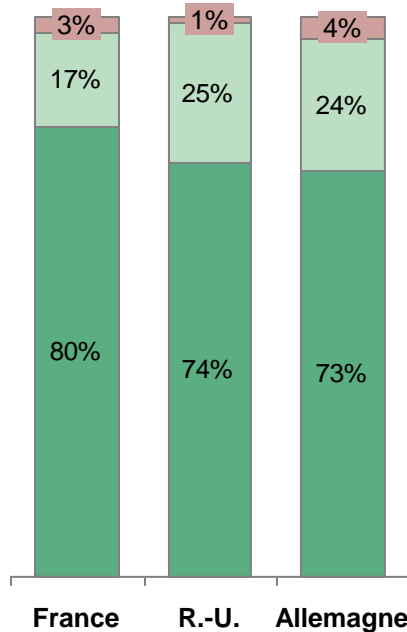
- Si le prestige de l'employeur reste un critère important, les LGBT tendent à le remplacer par une culture d'entreprise respectant la diversité (y compris des déclarations publiques possibles sur les sujets LGBT)

La mise en œuvre d'actions concrètes et spécifiques pour la communauté LGBT apparaît donc essentielle pour recruter des talents et les retenir sur le long terme en leur offrant un environnement de travail épanouissant

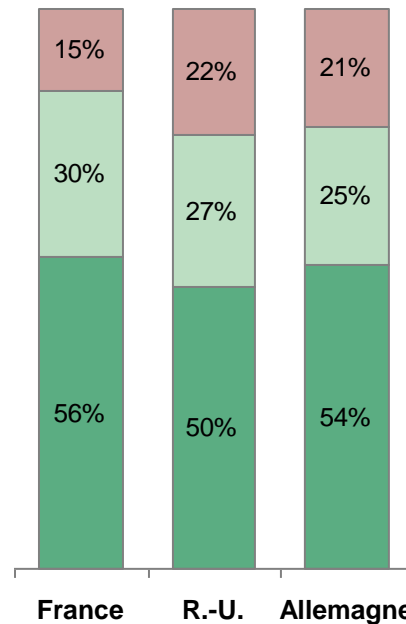
- L'inclusion de la non-discrimination concernant l'identité ou l'orientation sexuelle dans les valeurs ou les chartes de l'entreprise, considérée comme très importante par la majorité des répondants, apparaît désormais comme un prérequis
- La sensibilisation de l'ensemble du personnel et l'établissement d'un réseau LGBT proposant un programme de mentoring à ses membres sont également de plus en plus valorisés par les jeunes diplômés et étudiants LGBT

Tandis que <5% des LGBT ne sont pas *out* vis-à-vis de leurs amis, ~20% des LGBT n'ont pas fait leur *coming out* au travail ou auprès de leur famille

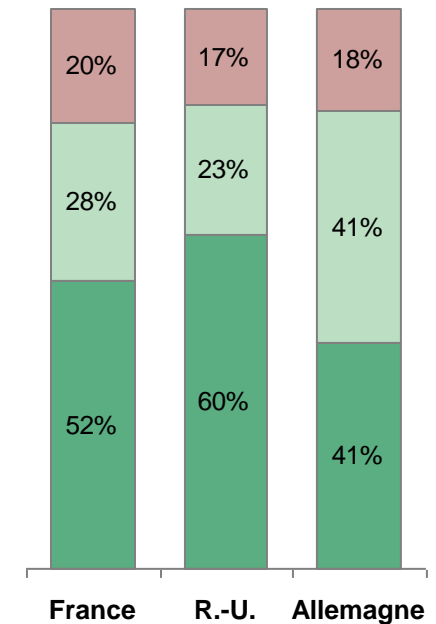
Auprès des amis



Auprès de la famille



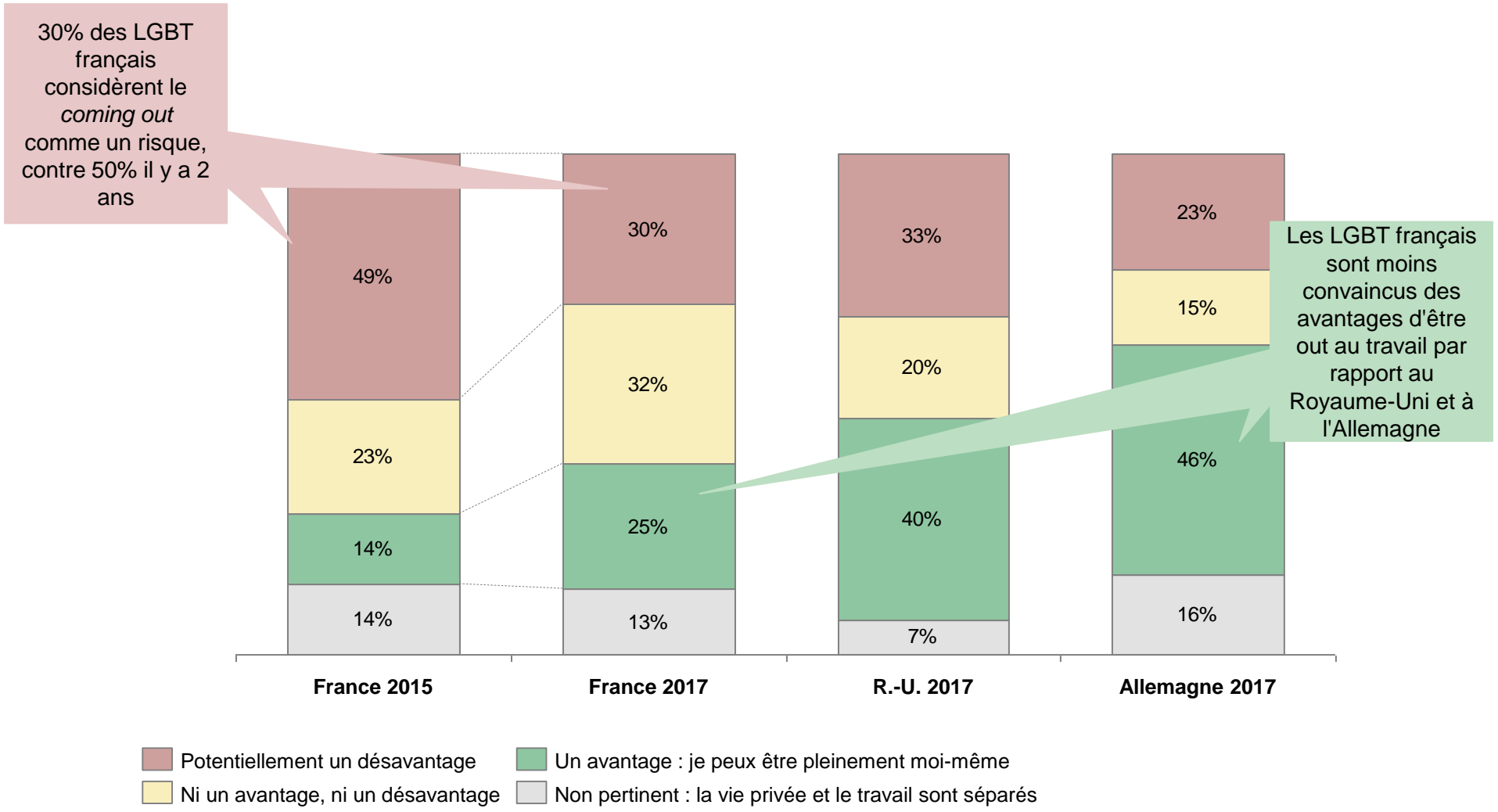
Au travail



- N'ont pas fait leur coming out
- Ont fait leur coming out auprès de quelques personnes
- Ont fait leur coming out auprès de tous

Etre out au travail est de moins en moins vu comme un risque

Toutefois, les répondants français peinent à considérer cela comme un avantage

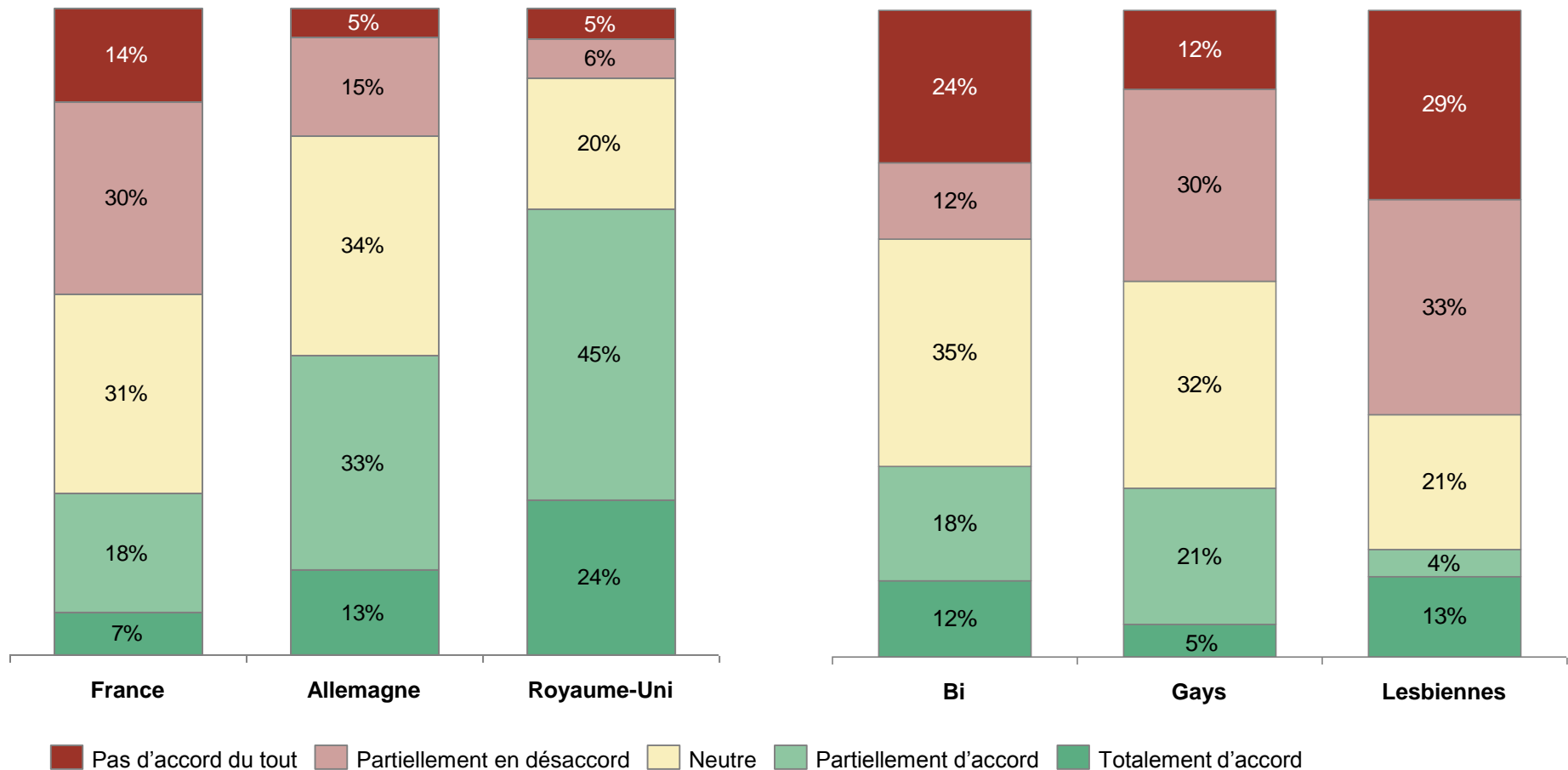


Seul ¼ des répondants français pensent que leur pays est en avance par rapport aux autres concernant les LGBT au travail

Question : Etes-vous d'accord avec la phrase suivante "Votre pays est en avance par rapport à d'autres pays dans la prise en compte de la diversité LGBT dans les entreprises" ?

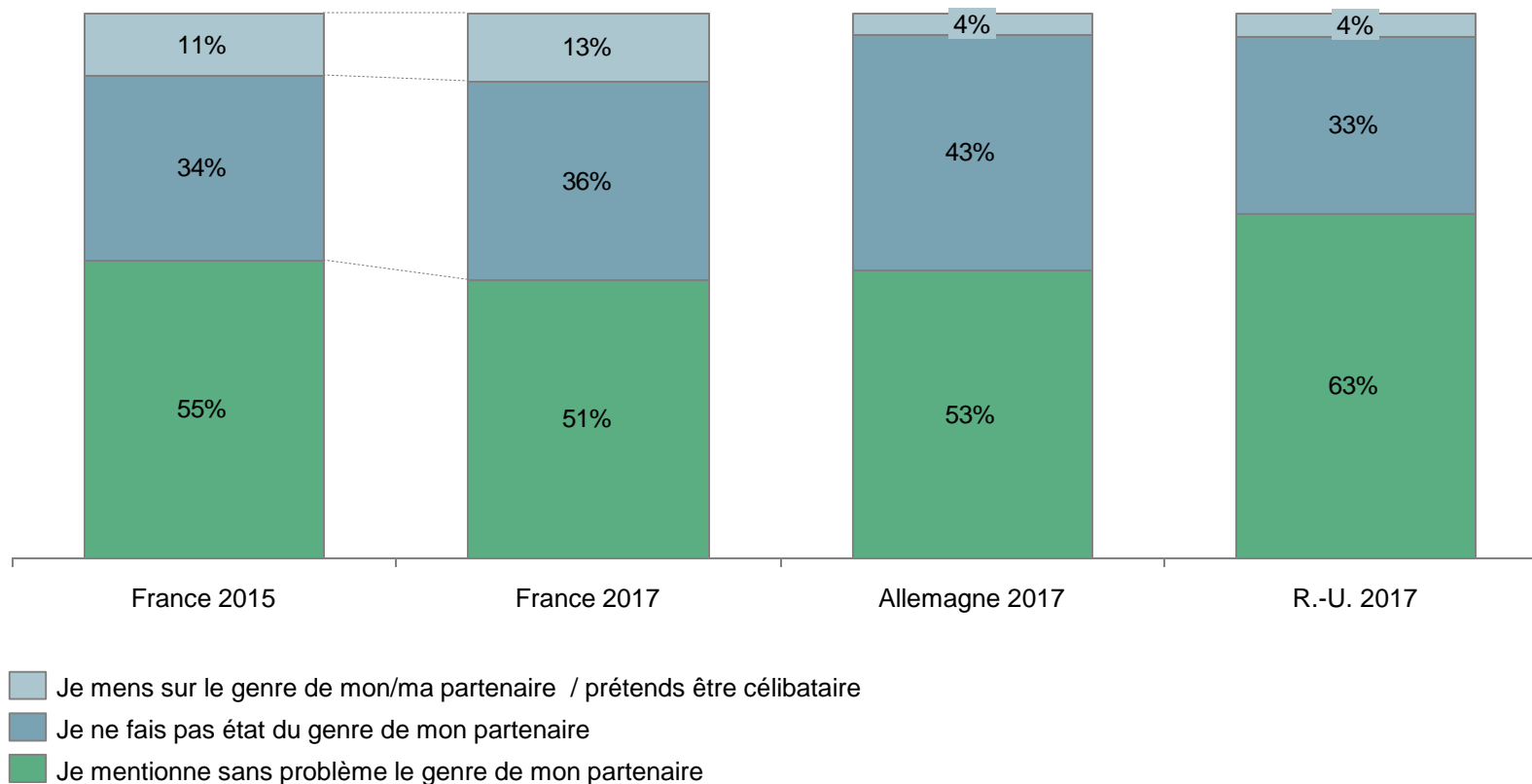
Les répondants britanniques et allemands plus positifs que les français sur la prise en compte de la diversité LGBT par les entreprises de leur pays

Focus sur la France : 2/3 des lesbiennes pensent que les entreprises françaises sont en retard sur les sujets LGBT (contre 35% des gays)



Dans un environnement professionnel, 50% des LGBT français ne répondraient pas sereinement à une question sur leur vie privée

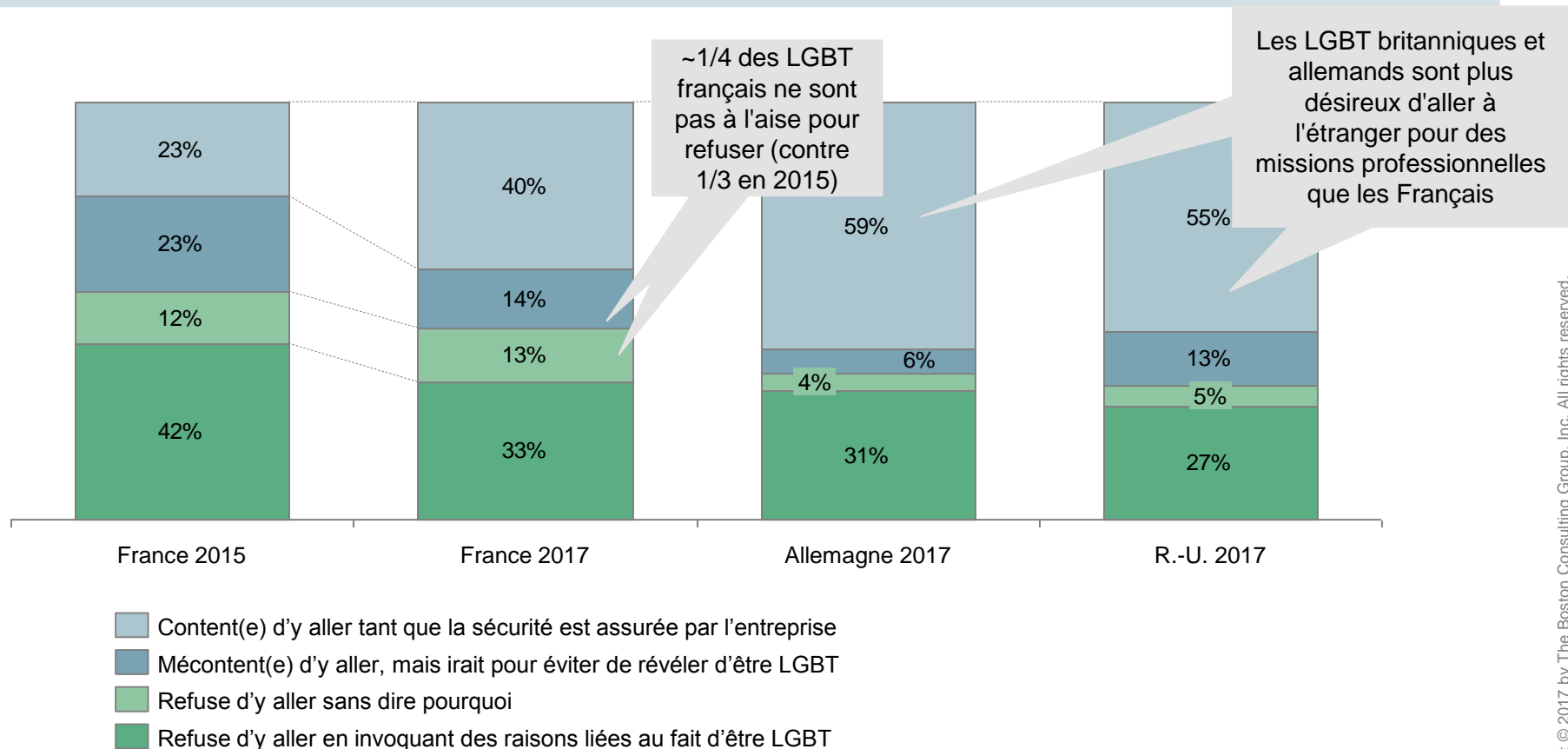
Question : Vous venez juste de rejoindre votre nouvel employeur et votre superviseur direct vous invite à déjeuner pour mieux vous connaître. Après une discussion professionnelle jusqu'à la fin du plat principal, la conversation devient plus personnelle et il/elle vous demande (sans arrière-pensée) si vous êtes en couple. Dans l'hypothèse où vous êtes réellement en couple, vous répondez :



Les professionnels français sont de plus en plus prêts à travailler dans des pays hostiles aux LGBT tant que leur sécurité est assurée

Question :

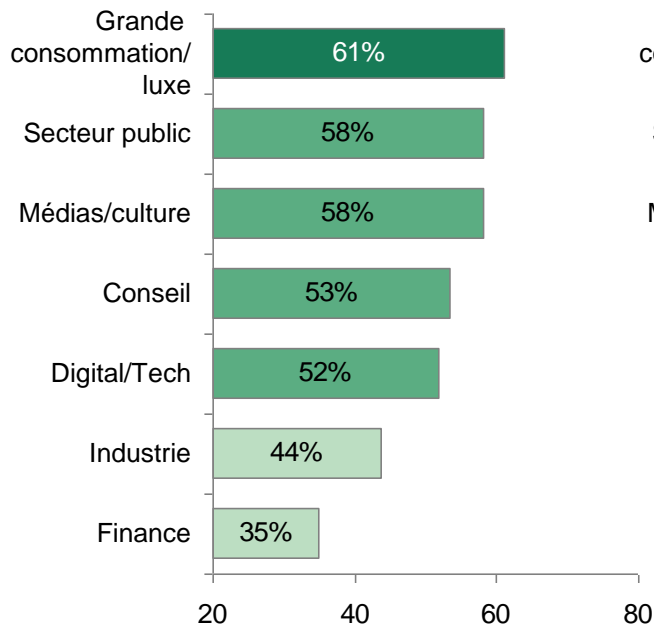
Votre employeur veut vous envoyer en mission pour plusieurs mois dans un pays qui criminalise l'homosexualité. Quelle est votre réaction ?



Les diplômés se sentent plus à l'aise de faire leur *coming out* dans les médias/la culture ou le secteur public que dans l'industrie et la finance

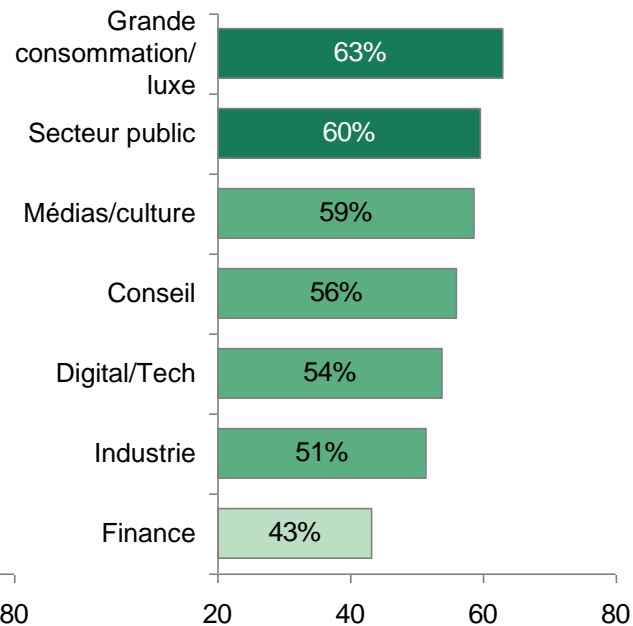
France

% des répondants ayant fait leur coming out au travail



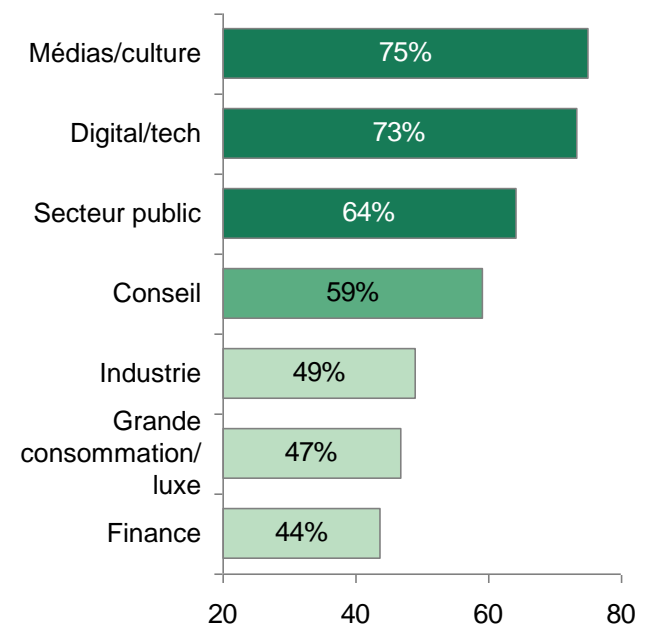
Allemagne

% des répondants ayant fait leur coming out au travail



Royaume-Uni

% des répondants ayant fait leur coming out au travail



Les LGBT sont plus sensibles à des critères spécifiques aux LGBT qu'à quelques critères traditionnels (ex. : prestige de l'employeur)

Importance des critères de différenciation entre 2 offres de travail similaires

Niveau de salaire

Prestige de l'employeur

Emplacement géographique

Opportunités de mobilité géographique

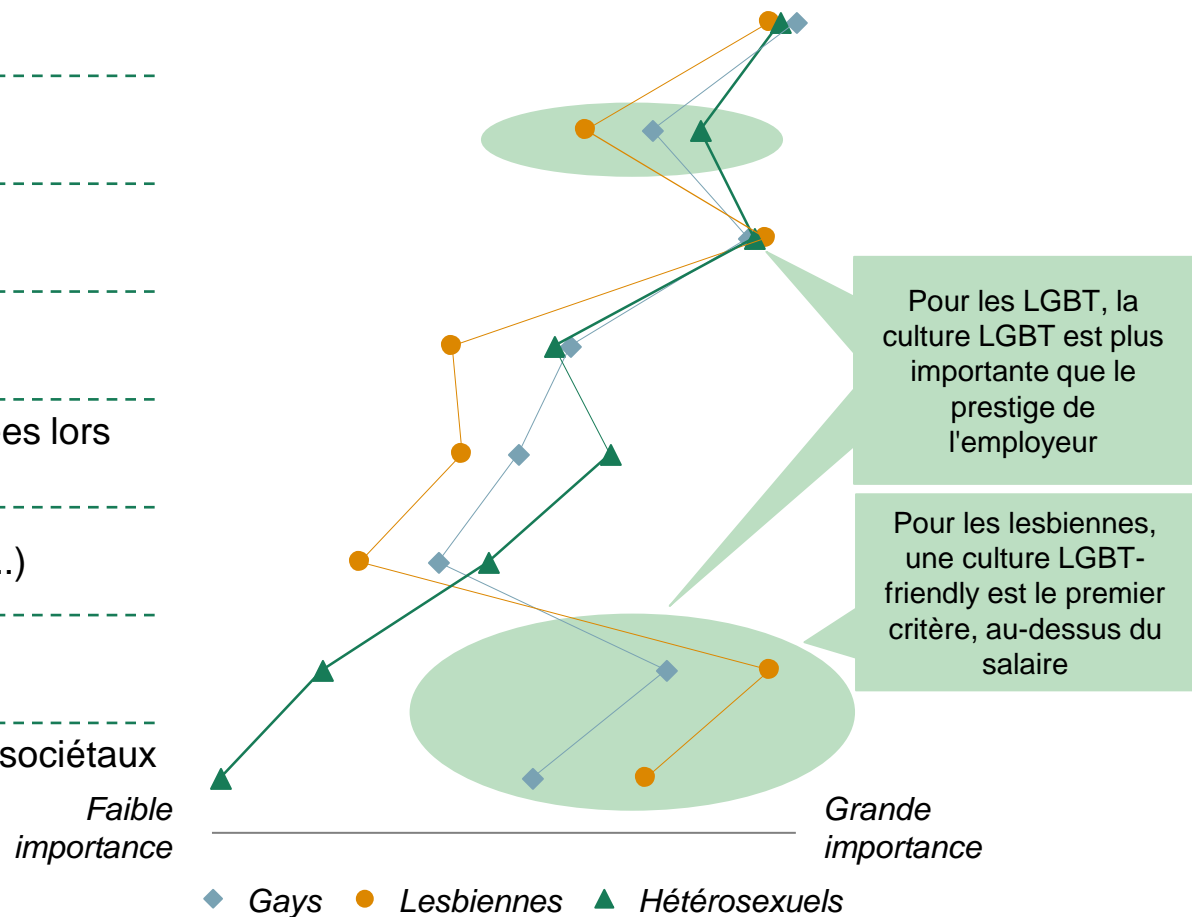
Bon contact avec les personnes rencontrées lors du processus de recrutement

Divertissement / vie sociale (événements...)

Culture d'entreprise « LGBT-friendly »

Déclaration publique en faveur des sujets sociétaux LGBT

Moyenne des réponses



Les entreprises peuvent lancer plusieurs actions importantes pour répondre à leurs attentes

Niveau d'importance pour les étudiants / jeunes diplômés LGBT

