

BCG

THE BOSTON CONSULTING GROUP

× TÊTU

Out @ Work Barometer

Le Paradoxe des Talents LGBT+

Edition 2018

Méthodologie

Pour la quatrième année consécutive, le réseau LGBT+ du Boston Consulting Group a conduit une **enquête sur les attentes et les perceptions des jeunes LGBT+ vis à vis du monde professionnel**. Cette étude bénéficie pour la première fois du soutien de TÊTU pour la partie française.

De juillet à septembre 2018, **plus de 4 000 personnes ont été interrogées** :

- **Pour la première fois dans plus de 10 pays** :
 - Enquête diffusée notamment en France, Allemagne, Pays-Bas, Royaume-Uni, Espagne, Italie, Brésil, Etats-Unis, Mexique...
 - Plus de 60 nationalités représentées : Suisse, Australie, Colombie, Chine,...
- **Questionnaire ciblant les jeunes talents** :
 - Education supérieure : Licence, Master, Doctorat
 - Etudiants et jeunes actifs de moins de 35 ans
- **Répondants LGBT+** (y compris non binaires, transgenres,...) et non-LGBT+, dont les réponses sont utilisées à titre de comparaison

Le questionnaire était auto-administré et disponible sur Internet

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

- La presse et les médias LGBT+ (Têtu en France, PinkNews au Royaume-Uni, Soy Homosensual au Mexique,...)
- Responsables des associations d'étudiants LGBT+ des principales écoles / universités
- Les réseaux sociaux du BCG (Facebook, LinkedIn, Twitter)

Les conclusions de l'étude sont centrées sur les jeunes talents LGBT+ et ne reflètent donc pas nécessairement les LGBT+ dans leur globalité

Synthèse et principaux résultats (1/2)

Les talents LGBT+ se sentent globalement à l'aise dans leur environnement professionnel : 4 sur 5 seraient prêts à révéler leur orientation sexuelle au travail si besoin

Paradoxalement, seul 1 sur 2 a réellement fait son *coming out* à l'ensemble de ses collègues

Ce constat est révélateur des tensions et des ambiguïtés que les LGBT+ vivent au quotidien :

- 35% des talents LGBT+ pensent qu'être *out* au travail peut être un risque pour leur carrière
- 46% mentiraient (ouvertement ou par omission) sur leur orientation sexuelle lors d'une discussion informelle avec leur manager
- 13% privilégieraient leur ambition professionnelle et accepteraient à contre cœur de travailler pour un projet dans un pays criminalisant l'homosexualité

On distingue 3 niveaux de maturité en termes d'inclusion des LGBT+ parmi les pays :

- Le Royaume-Uni et les Pays-Bas sont pionniers, avec plus de 90% des LGBT+ à l'aise au travail
- L'Italie et l'Espagne ferment la marche avec plus d'1 sur 3 LGBT+ qui n'est pas à l'aise au travail
- Avec plus de 3 sur 4 LGBT+ à l'aise au travail, la France, l'Allemagne/Autriche/Suisse, les Etats-Unis/Canada, le Mexique et le Brésil se mettent au niveau

Synthèse et principaux résultats (2/2)

La France se positionne 7ème des 9 groupes pays étudiés et progresse depuis 2015 (en passant de 65% à 76% de LGBT+ à l'aise au travail)

- Les Français peinent à percevoir qu'être out au travail peut être une force (seulement 25% vs. 30% qui perçoivent que c'est un risque pour leur carrière)

Côté entreprises, le secteur privé (multinationales, PME, start-ups) est perçu comme moins attractif pour les LGBT+ que le secteur public ou les entreprises à but non lucratif

- Seuls 58% des LGBT+ aimeraient travailler dans une multinationale, soit 11 points de moins que pour les non-LGBT+

Au moment de choisir entre deux offres, les talents LGBT+ estiment qu'une culture inclusive (*LGBT+ friendly*) est primordiale et plus importante que le prestige de l'employeur

- Pour les candidats LGBT+, une culture inclusive se traduit en priorité par la non-discrimination et la garantie de ne pas avoir à travailler dans un pays hostile aux LGBT+
- Ces garanties étant des obligations légales dans de nombreux pays, les entreprises devront aller plus loin pour se différencier et attirer les talents : développer un réseau LGBT+ au sein de l'entreprise, s'assurer que les avantages sociaux soient inclusifs des LGBT+,...

Certaines entreprises ont déjà mis en place des actions concrètes. Afin d'aller plus loin, une stratégie réussie d'inclusion des LGBT+ consistera en une approche intégrée et au dimensionnement des efforts selon la hauteur des enjeux pour chaque employeur.

Une enquête
globale sur
l'inclusion des
jeunes LGBT+ en
entreprise
lancée par le
réseau LGBT+ du
BCG, avec le
soutien de TÊTU
en France

4^{ème} édition

4 000+ répondants

10+ pays

60+ nationalités

Une large représentativité
des différents profils LGBT+

(gays, lesbiennes, bisexuels, transgenres,
non-binaires,...)

Qui sont les
talents LGBT+ ?



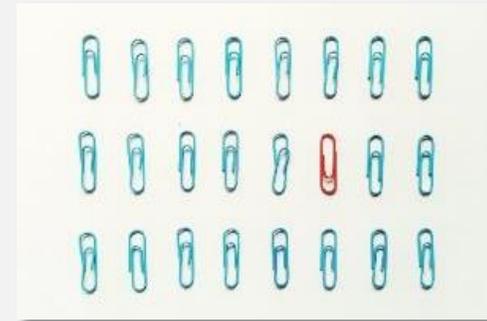
On observe 4 archétypes de talents LGBT+ au travail

Out & Proud¹



“ Je suis content d'être out au travail car je peux être qui je suis ”

Out & Uncomfortable³



“ Je regrette d'avoir dit à mes collègues que je suis LGBT+ ”

Silent & Comfortable²



“ Mon orientation sexuelle ne me définit pas ”

Silent & Troubled⁴



“ Je dois cacher que je suis LGBT+, c'est usant ”

1. Confortable et fier d'avoir révélé le fait d'être LGBT+ 2. Inconfortable malgré le fait d'avoir révélé être LGBT+ 3. Confortable avec le fait de ne pas avoir révélé le fait d'être LGBT+ 4. Mal à l'aise et n'osant pas révéler le fait d'être LGBT+ au travail

Le paradoxe des talents LGBT+ : alors que 4/5 LGBT+ sont prêts à faire leur *coming out* au travail, seul 1/2 le fait

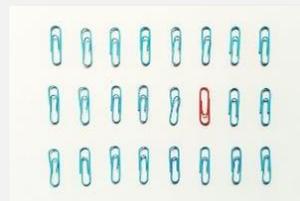
Out & Proud¹

44%



Out & Uncomfortable³

8%



Silent & Comfortable²

35%



Silent & Troubled⁴

13%



1/2
a fait son
coming out

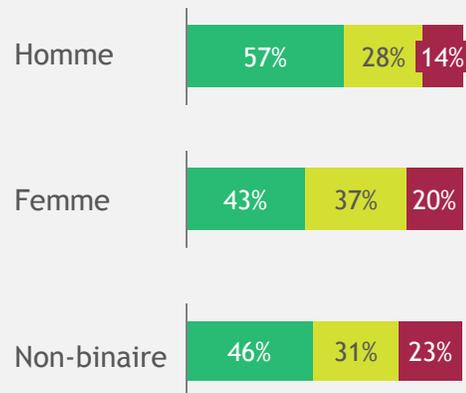
4/5 LGBT+ sont prêts à
faire leur *coming out*

1. Confortable et fier d'avoir révélé le fait d'être LGBT+ 2. Inconfortable malgré avoir révélé le fait d'être LGBT+ 3. Confortable avec le fait de ne pas avoir révélé le fait d'être LGBT+ 4. Mal à l'aise n'osant pas révéler le fait d'être LGBT+ au travail

Les non-binaires, transgenres et bisexuels sont les moins *out* au travail

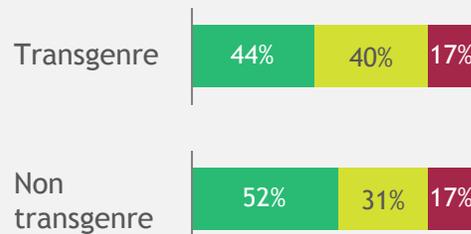
Genre

Les femmes et non-binaires moins out que les hommes



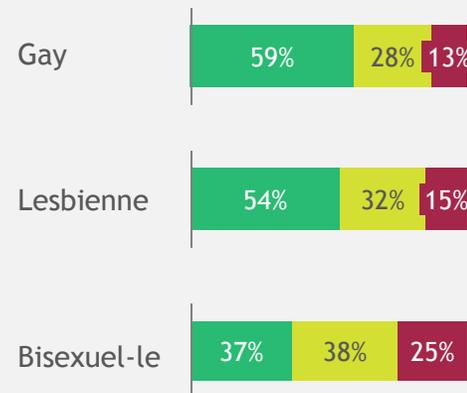
Transgenre

Les transgenres moins out que les autres LGBT+



Orientation sexuelle

Les bisexuels sont moins out que les homosexuels



Au travail, je suis out..

■ Après de tous (ou presque) mes collègues ■ Après de certains collègues ■ Après de personne

Genre

Seuls 43% des femmes et 46% des non-binaires sont out auprès tous leurs collègues (ou presque) contre 57% pour les hommes

Transgenre

Seuls 44% des transgenres sont out auprès tous leurs collègues (ou presque) contre 52% des LGBT+ non-transgenres

Orientation sexuelle

Seuls 37% des bisexuel.le.s sont out auprès tous leurs collègues (ou presque) contre 54% des lesbiennes et 59% des gays. 25% des bisexuel.le.s ne sont pas out du tout au travail

Ce paradoxe est révélateur des tensions que les LGBT+ vivent au quotidien

35%

pensent qu'être out pourrait être un risque pour leur carrière

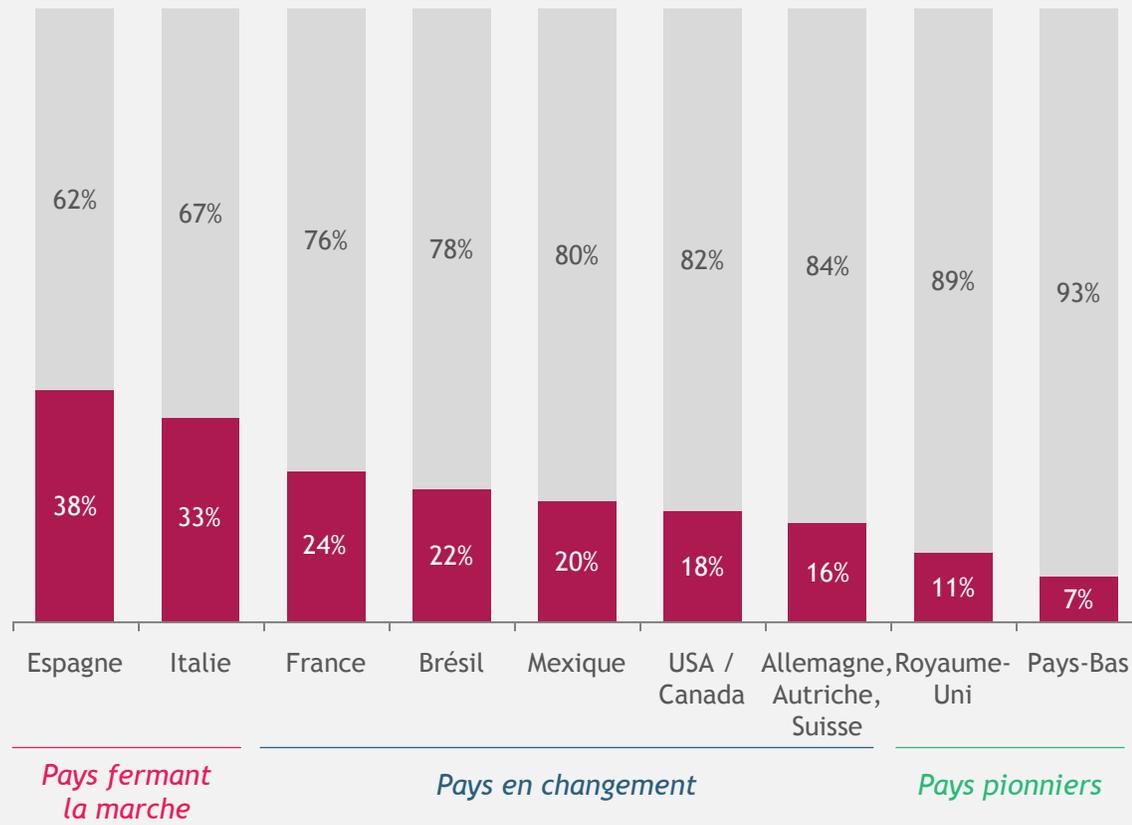
46%

mentiraient sur leur orientation sexuelle lors d'une discussion informelle avec leur manager

13%

accepteraient à contre cœur de travailler pour un projet dans un pays hostile aux LGBT+

3 niveaux de maturité entre les pays



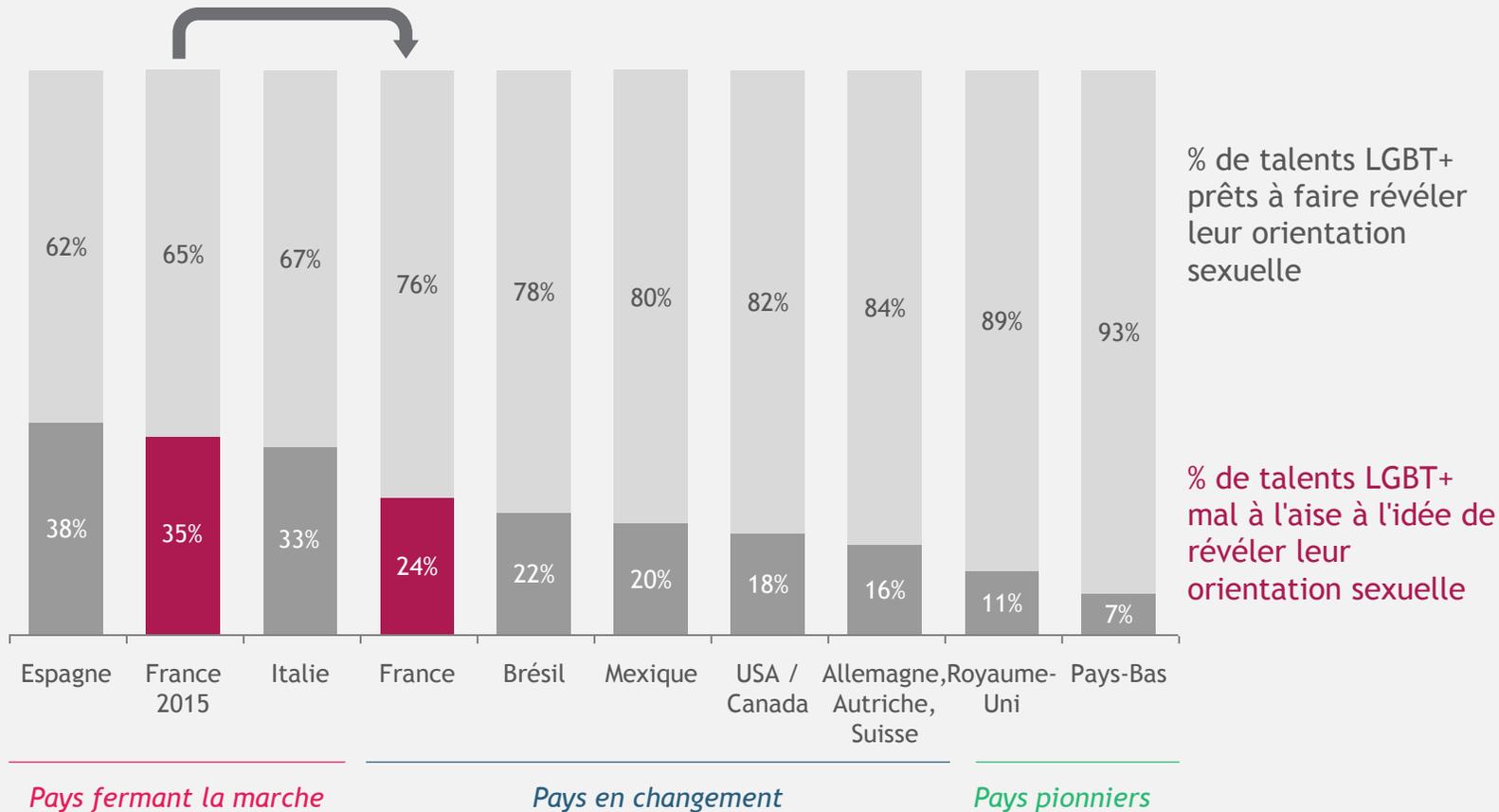
% de talents LGBT+ prêts à faire révéler leur orientation sexuelle

% de talents LGBT+ mal à l'aise à l'idée de révéler leur orientation sexuelle

On distingue 3 niveaux de maturité en termes d'inclusion des LGBT+ parmi les pays :

- Le Royaume-Uni et les Pays-Bas sont pionniers, avec plus de 90% des LGBT+ à l'aise au travail
- L'Italie et l'Espagne ferment la marche avec plus d'1 sur 3 LGBT+ qui n'est pas à l'aise au travail
- Avec plus de 3 sur 4 LGBT+ à l'aise au travail, la France, l'Allemagne / Autriche / Suisse, les Etats-Unis / Canada, le Mexique et le Brésil se mettent au niveau

La France se positionne 7^{ème} des 9 groupes de pays étudiés, en amélioration par rapport à 2015

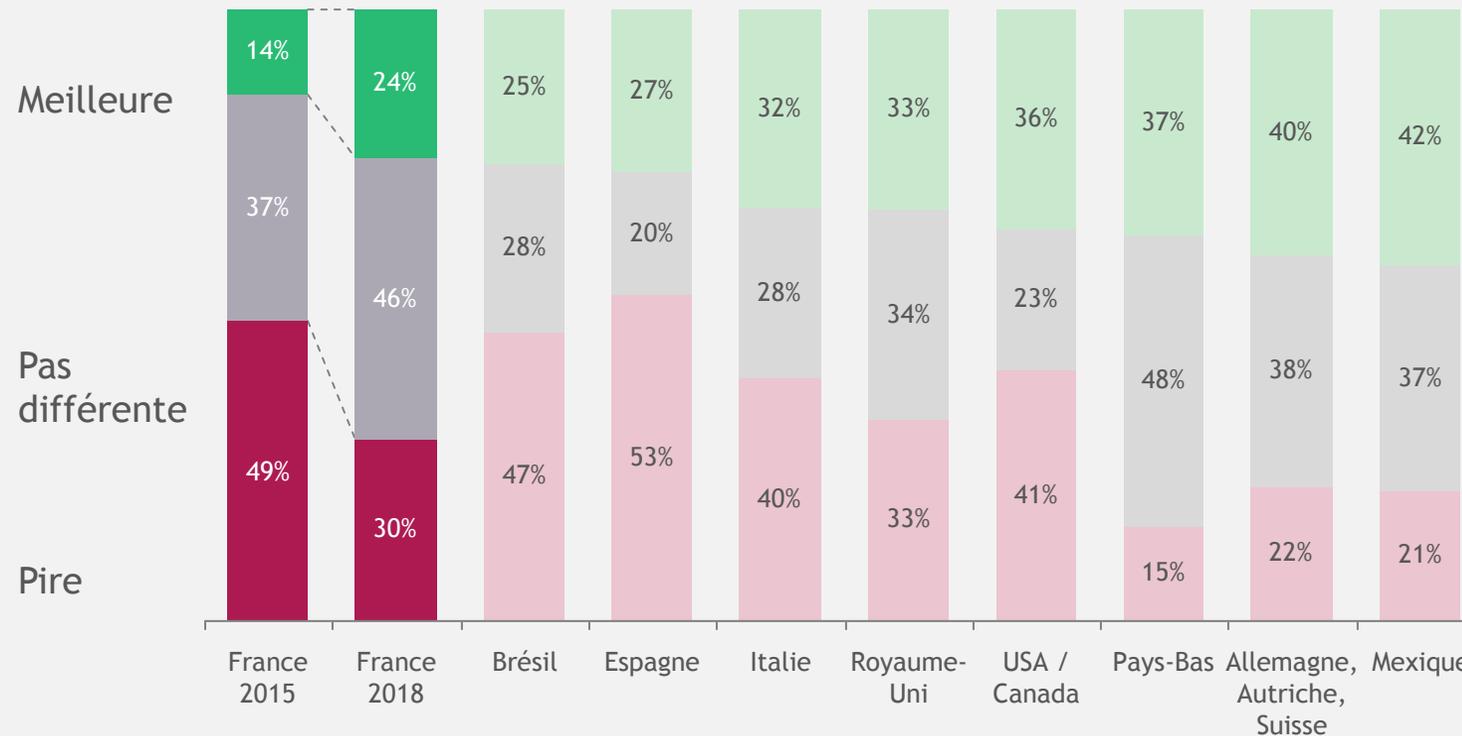


La position de la France a progressé depuis 2015 : en passant de 65% à 76% de LGBT+ à l'aise au travail

Mais la France se positionne seulement 7^{ème} des 9 groupes pays étudiés. Des efforts restent donc à faire pour atteindre le niveau des Pays-Bas ou du Royaume-Uni où 90%+ des LGBT+ sont à l'aise au travail

En France, les talents LGBT+ peinent à penser qu'être out au travail peut être une force

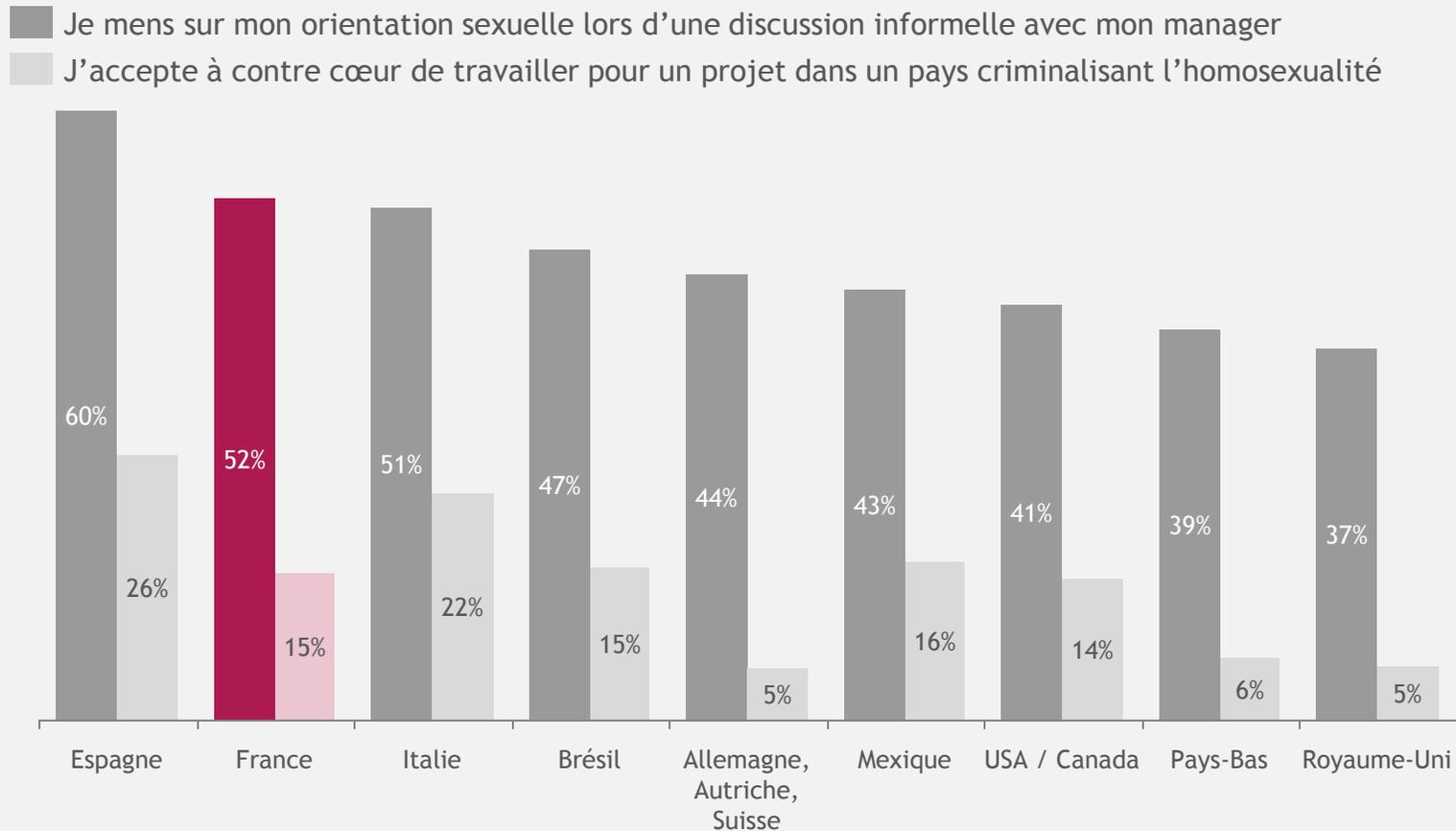
En général, je pense qu'être out au travail pourrait me rendre la vie :



En France, être out au travail est de moins en moins perçu comme un risque : de 49% des répondants en 2015 à 30% en 2018

Toutefois les Français peinent à penser qu'être out au travail peut être une force : seuls 24% pense qu'être *out* peut améliorer leur vie contre 40% des Allemands et 36% des Nord-Américains

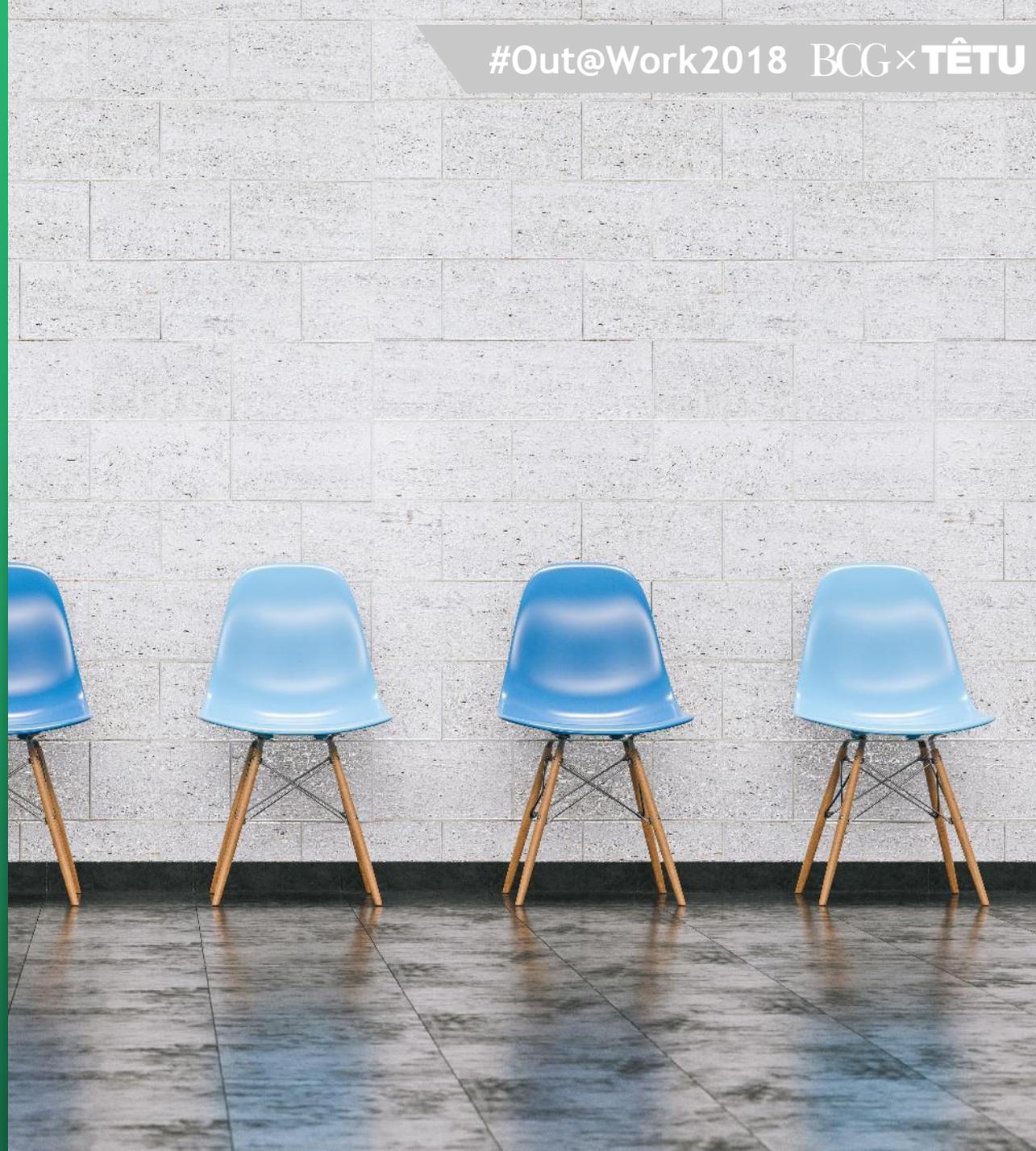
Les Français sont parmi les moins à l'aise pour évoquer leur orientation sexuelle lors d'une conversion informelle au travail



En France, 52% des talents mentiraient sur leur orientation sexuelle lors d'une conversation informelle avec leur manager, contre seulement 37% au Royaume-Uni et 39% aux Pays-Bas

En France, 15% des LGBT+ n'oseraient pas parler et accepterait à contre cœur une mission dans un pays hostile aux LGBT+, contre 5% en Allemagne ou au Royaume-Uni et ~25% en Italie et Espagne

Quelles sont
leurs attentes ?



Le secteur privé souffre d'un déficit d'attractivité auprès des talents LGBT+

| <i>Mon type d'entreprise préféré serait :</i> | | LGBT+ | Non LGBT+ | Ecart LGBT+ vs. non LGBT+ |
|---|----------------|-------|-----------|---------------------------|
| Secteur privé | Multinationale | 58% | 69% | -11pt |
| | PME | 28% | 30% | -2pt |
| | Start-up | 19% | 26% | -7pt |
| Secteur public | | 40% | 34% | +6pt |
| Entreprise à but non lucratif | | 29% | 19% | +10pt |

Alors que 69% des talents non-LGBT+ déclarent vouloir travailler dans une multinationale, ils ne sont que 58% des talents LGBT+ à le vouloir. Un écart de 11 points qui démontre un manque d'attractivité des grandes entreprises pour les LGBT+

En revanche, le secteur public et les entreprises à but non lucratifs semblent plus attractives pour les LGBT+ que pour les non-LGBT+, avec respectivement un écart de 6 et 10 points

La culture d'entreprise LGBT+ et l'engagement public pour la cause LGBT+ attirent les talents

Critères les plus importants pour choisir votre entreprise

| | LGBT+ | Non LGBT+ |
|---------------------------------------|-------|-----------|
| Niveau de salaire | 1 | 1 |
| Culture d'entreprise "LGBT-friendly" | 2 | 7 |
| Emplacement géographique | 3 | 2 |
| Prestige de l'employeur | 4 | 3 |
| Déclaration publique sur LGBT+ | 5 | 8 |
| Opportunités de mobilité géographique | 6 | 5 |
| Rencontres lors du recrutement | 7 | 4 |
| Vie sociale (événements...) | 8 | 6 |

Au moment de choisir une entreprise, une culture "LGBT+ friendly" est le 2^{ème} critère de choix pour les candidats LGBT+, après le salaire mais avant le prestige de l'employeur

Le fait que l'entreprise ait publiquement pris position sur les sujets LGBT+ est leur 5^e critère de choix

Cela souligne l'importance à accorder à ces aspects de la vie de l'entreprise pour attirer les talents LGBT+

Une culture inclusive des LGBT+ fait partie des 3 principaux critères de choix en France et prend de plus en plus d'importance

| Principaux critères par pays | Pays-Bas | R-U | Alle., Suisse, Autriche | USA / Canada | Mexique | Brésil | France 2018 | France 2015 | Italie | Espagne |
|-----------------------------------|----------|-----|-------------------------|--------------|---------|--------|-------------|-------------|--------|---------|
| Niveau de salaire | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Culture d'entrep. "LGBT-friendly" | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| Emplacement géographique | 2 | 1 | 3 | 2 | 6 | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 |
| Prestige de l'employeur | 6 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 6 | 2 | 4 |
| Déclaration publique sur LGBT+ | 7 | 7 | 5 | 6 | 4 | 4 | 6 | 8 | 6 | 3 |
| Opportunités de mobilité géo. | 8 | 6 | 6 | 8 | 7 | 6 | 8 | 7 | 4 | 7 |
| Rencontres lors du recrutement | 4 | 5 | 8 | 4 | 5 | 8 | 4 | 3 | 7 | 6 |
| Vie sociale (événements...) | 5 | 8 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 5 | 8 | 8 |

■ Top 3 ■ Top 3 et lié au sujet LGBT+

La culture "LGBT+ friendly" s'observe dans le top 3 des critères des talents LGBT+ dans tous les pays étudiés.

En France, les critères liés aux LGBT+ prennent de plus en plus d'importance depuis 2015 :

- La culture "LGBT+ friendly" passe de 4^{ème} à 3^{ème} critère
- Les déclarations publiques sur les LGBT+ passent de 8^{ème} à 6^{ème} critère

Les LGBT+ attendent des entreprises des garanties légales mais il faudra aller au-delà pour se différencier

Quelle importance accordez-vous à ces attributs pour qualifier une entreprise d'ayant une culture LGBT+ ? (de 1 à 10)

Non discrimination des LGBT+ explicitement écrite dans les règles de l'entreprise

Garantie de ne pas travailler dans des pays "hostiles" aux LGBT

Avantages sociaux inclusifs des LGBT+

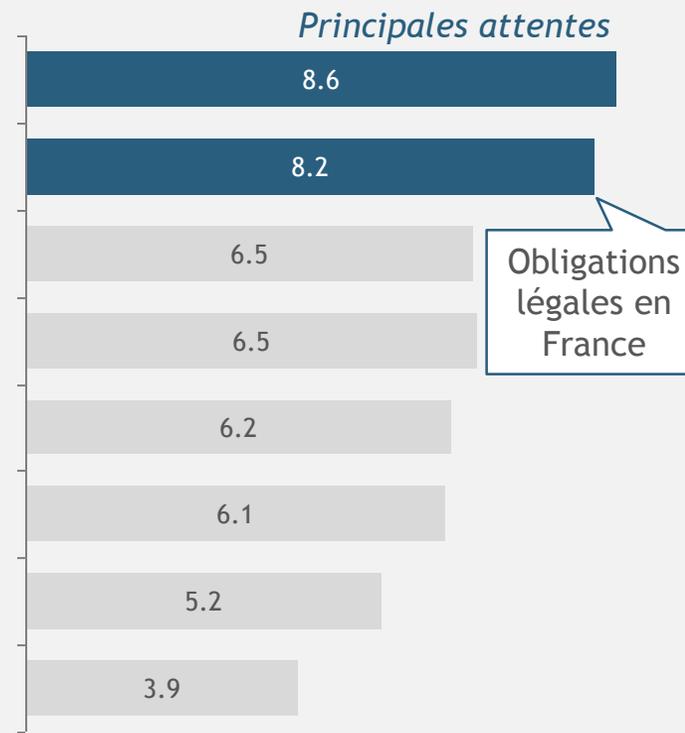
Réseau LGBT

Formations obligatoires sur la diversité

Charte LGBT signée par l'entreprise

Programme de mentoring dédié

Marque représentée dans des événements LGBT (ex. : Gay Pride)



Pour les talents LGBT+, une culture LGBT+ friendly se caractérise en premier lieu par :

- La non-discrimination
- La garantie de ne pas travailler dans des pays hostiles aux LGBT+

Ces attributs étant des obligations légales dans de nombreux pays, les entreprises devront aller plus loin pour se différencier et attirer les talents, par exemple :

- S'assurer que les avantages sociaux soient inclusifs des LGBT+
- Développer un réseau LGBT+

Les principaux attributs pour les LGBT+ sont des garanties légales : il faudra aller au-delà pour se différencier

| Principaux attributs d'une entreprise LGBT+ | Pays-Bas | R-U | Alle., Suisse, Autriche | USA / Canada | Mexique | Brésil | France 2018 | France 2015 | Italie | Espagne |
|---|----------|-----|-------------------------|--------------|---------|--------|-------------|-------------|--------|---------|
| Non discrimination des LGBT+ | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| Garantie de ne pas travailler dans des pays "hostiles" aux LGBT | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 |
| Réseau LGBT | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 8 | 4 | 4 |
| Avantages sociaux inclusifs des LGBT+ | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 6 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| Charte LGBT signée par l'entreprise | 6 | 5 | 5 | 7 | 6 | 5 | 4 | 2 | 5 | 6 |
| Formations obligatoires sur la diversité | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 3 | 6 | 4 | 6 | 5 |
| Programme de mentoring dédié | 7 | 7 | 8 | 6 | 7 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 |
| Marque représentée dans des événements LGBT (ex. : Gay Pride) | 8 | 8 | 7 | 8 | 8 | 8 | 8 | 6 | 7 | 8 |

■ Top 3

On retrouve dans tous les pays étudiés les 2 principaux attributs d'une entreprise LGBT+ friendly :

- La non-discrimination
- La garantie de ne pas travailler dans des pays hostiles aux LGBT+

En France, les autres attributs sont, par ordre importance :

- Des avantages sociaux inclusifs des LGBT+
- La signature d'une charte LGBT+
- L'existence d'un réseau LGBT+

On observe 4 niveaux de maturité des entreprises


1 Extérieur au sujet
Pas d'actions spécifiques pour les LGBT+


2 Solidaire à la cause
Intérêt prononcé mais peu d'actions concrètes


3 Aligné sur les standards
Actions concrètes et suivi des bonnes pratiques du marché


4 Avant-gardiste
Premier de la classe, sensibilise aussi des acteurs externes