

Sommaire

Introduction	9
I – La diversité ou l’autre nom de la réalité	17
La diversité au cœur des discussions publiques	17
Une notion valorisée	18
Pourquoi cette actualité ?	20
Une prise de conscience des dysfonctionnements	21
<i>Le problème des discriminations</i>	21
<i>Le problème de la formation</i>	26
Les entreprises pénalisées en France mais aussi à l’Étranger	30
La diversité est un enjeu économique et stratégique capital	30
Où commence la diversité, où s’arrête-t-elle ?	31
Les deux ennemis de la diversité	33
II – L’intérêt de la diversité pour l’entreprise	35
Les pragmatiques, les citoyens, les prudents	35
<i>Inutile parfois, une politique de la diversité est-elle même possible ?</i>	39
<i>Un intérêt économique certain</i>	41
Un atout dans le processus de recrutement	43
<i>Contourner le critère du diplôme remis en cause</i>	43
<i>Remédier à la pénurie</i>	45
<i>Renforcer l’attachement et la fidélité à l’entreprise</i>	46
<i>Détecter les candidats motivés</i>	47
<i>Assurer la pérennité du recrutement</i>	47
Un atout pour la productivité et l’innovation	50
<i>La diversité comme antidote possible à l’erreur</i>	51
<i>La diversité comme un accélérateur possible d’innovation</i>	52
<i>La diversité comme impératif de survie pour l’entreprise</i>	52
Un atout pour la cohésion de l’entreprise	54
<i>La spécialisation des tâches est destructrice pour la cohésion</i>	54
<i>L’uniformité des équipes est aussi potentiellement néfaste</i>	55

L'entreprise ne peut être en décalage avec son environnement	57
<i>La diversité améliore la compréhension</i>	
<i>des marchés et le contact client</i>	57
<i>Une question de légitimité</i>	58
La diversité et la performance	61
III – Les moyens d'action au sein de l'entreprise	63
Les accords internes et les négociations collectives	63
Les actions de sensibilisation	65
<i>Le rappel de la loi et des conventions</i>	66
<i>Diagnostic interne et modules de formation</i>	69
L'importance du management	84
<i>La diversité au sein du management</i>	85
<i>Les prises de position du management</i>	86
La révision des méthodes de recrutement	89
<i>Le recrutement des cadres</i>	95
<i>Le recrutement des non-cadres</i>	98
Plafonds de verre et parois de verre... ..	99
<i>Promotion et évolution de carrières</i>	100
<i>La circulation de l'information</i>	102
<i>Rythmes de vie et organisation du travail</i>	105
IV – Les moyens d'action autour de l'entreprise	111
Une logique de partenariats	111
Le rôle de la notation sociale	113
<i>Les critères de notation sociale</i>	114
<i>L'attribution de normes et de labels</i>	120
<i>La généralisation du test en discrimination</i>	128
Les actions de sensibilisation	129
<i>Le rôle des entreprises de médias</i>	129
<i>Les partenariats de sensibilisation</i>	135
Les partenariats « verticaux »	139
Les partenariats « horizontaux »	144
<i>L'entreprise et les agences pour l'emploi</i>	144
<i>L'exemple de Casino</i>	146
<i>L'entreprise et les associations</i>	147

V – La veille statistique de la diversité	151
La nécessité d’encadrer	151
Méthode globale, méthode sectorisée et méthode intégrée	152
<i>La méthode globale</i>	152
<i>La méthode sectorisée</i>	154
<i>La méthode intégrée</i>	155
Le besoin statistique contre la discrimination indirecte	157
<i>La diversité comme « un test d’égalité »</i>	159
<i>La question des statistiques ethniques</i>	160
<i>La question des quotas</i>	161
L’usage des statistiques en France	164
<i>Les premières expériences</i>	166
<i>Des outils encore imparfaits</i>	172
Les exemples étrangers	174
<i>Les méthodes d’identification : « top down » et « bottom up »</i>	174
<i>Se situer par rapport aux autres et dans le bassin d’emploi</i>	178
<i>Les référentiels</i>	179
<i>Le cas britannique</i>	184
<i>Les bonnes pratiques</i>	188
 Conclusion – Au terme de ce parcours, que pouvons-nous conclure ?	 191
 Liste des entreprises interrogées	 199
 Bibliographie indicative	 201
 Index des entreprises citées	 203
 Remerciements	 205