



INDICE INTERNATIONAL D'ÉGALITÉ  
DE TRAITEMENT EN ENTREPRISE

**INDEX2010**

## QUESTIONNAIRE

### DIVERSITÉ ET INCLUSION (4 QUESTIONS : 22.5% ; 5.625% par question)

**1. En 2009, votre organisation, avait-elle une politique « diversité et inclusion » ?**

Une politique de diversité et inclusion est une politique globale visant à aider les entreprises à gérer la diversité de manière proactive. Une telle politique inclut habituellement une formation à la diversité à l'intention des cadres et des employé(e)s; favorise la création de réseaux internes de salarié(e)s issu(e)s des minorités ; assure la prise en compte de la diversité en matière de l'approvisionnement de produits et de services tenant compte de la diversité de la clientèle.

**2. En 2009, votre politique de diversité, s'est-elle efforcée d'inclure, de manière explicite, les questions portant sur les LGBT ?**

La phrase « de manière explicite » implique que les mots « gay, lesbienne, bisexuel(le) et transgenre » sont cités dans une telle politique en même temps que les grandes questions qui se posent pour les personnes LGBT telles des réseaux internes LGBT ; des avantages sociaux pour les conjoint(e)s de même sexe des salarié(e)s, la diversité au niveau des fournisseurs, etc.

**3. En 2009, y avait-il dans votre organisation, un poste de cadre, dont la définition de responsabilités incluait celle des questions LGBT ?**

Il n'est pas obligatoire que cette personne ne soit chargée exclusivement que de la responsabilité des questions LGBT. Par ailleurs, elle pourrait en être chargée pour plusieurs pays en même temps.

**4. En 2009, y avait-il quelqu'un dans votre organisation qui est ouvertement LGBT et qui occupait un poste « décisionnaire » ?**

Les postes « décisionnaires » incluent ceux au niveau global (siège) ou aux niveaux nationaux ou régionaux, qui contribuent aux décisions concernant l'activité ou aux décisions stratégiques ou politiques de l'organisation. Ces postes pourrait inclure les PDG, les Directeurs-Généraux ou encore tout poste de cadre supérieur ou de direction.

## **POLITIQUES ET PRATIQUES PORTANT SUR L'ORIENTATION SEXUELLE ET SUR L'IDENTITÉ DE GENRE (8 QUESTIONS : 60% - 7.5% par question)**

### **5. En 2009, votre organisation avait-elle, par écrit, une politique interdisant les discriminations explicitement liées à l'orientation sexuelle ?**

Les politiques contre les discriminations interdisent toute forme de discrimination liée à une liste de motifs et, ce, à toutes les étapes de l'emploi y compris les recrutements, les avancements et les licenciements. L'orientation sexuelle dénote l'attrait ressenti par une personne aux niveaux sexuel et émotif envers d'autres de même sexe ou de sexe différent ; ce qui, en langage courant s'exprime souvent par l'utilisation de mots tels que lesbienne, gay, hétéro ou bisexuel(le).

### **6. En 2009, votre organisation avait-elle, par écrit, une politique interdisant les discriminations portant sur des personnes transsexuelles ?**

Les politiques contre les discriminations interdisent toute forme de discrimination liée à une liste de motifs et, ce, à toutes les étapes de l'emploi y compris les recrutements, les avancements et les licenciements. Les personnes transgenre sont celles dont l'identité ou l'expression de genre diffère de celle qui leur a été attribuée lors de leur naissance.

### **7. En 2009, votre politique sur les mutations internationales, incluait-elle les salarié(e)s LGBT et leurs conjoint(e)s de même sexe ?**

Spécifiquement, existe-t-il, par écrit, des politiques qui font référence explicite aux salarié(e)s LGBT et leurs « conjoint(e)s de même sexe » ou à des variantes de cette appellation tels « partenaires de même sexe », « concubin(e) », « compagnon(ne) », « la personne avec laquelle je partage ma vie » etc.

### **8. En 2009, votre organisation a-t-elle mis en place des séances de prise de conscience en matière de diversité qui traitaient des spécificités de l'orientation sexuelle ?**

Ces séances de prise de conscience en matière de diversité doivent obligatoirement être disponibles pour toute catégorie de salarié(e)s ou d'employé(e)s. Elles peuvent se présenter sous la forme de séminaires, séances pédagogiques, programmes disponibles sur internet ou intranet ou sous d'autres formes pertinentes. L'orientation sexuelle dénote l'attrait ressenti par une personne aux niveaux sexuel et émotif envers d'autres de même sexe ou de sexe différent ; ce qui, en langage courant s'exprime souvent par l'utilisation de mots tels que lesbienne, gay, hétéro ou bisexuel(le).

### **9. En 2009, votre organisation a-t-elle mis en place des séances de prise de conscience en matière de questions transgenres ?**

Ces séances de prise de conscience en matière de diversité doivent obligatoirement être disponibles pour toute catégorie de salarié(e)s ou d'employé(e)s. Elles peuvent se présenter sous la forme de séminaires, séances pédagogiques, programmes disponibles sur internet ou intranet ou sous d'autres formes pertinentes. Les personnes transgenre sont celles dont l'identité ou l'expression de genre diffère de celle qui leur a été attribuée lors de leur naissance.

**10. En 2009, les avantages sociaux offerts par votre organisation aux salarié(e)s et employé(e)s hétérosexuel(le)s, s'étendaient-elles à titre égal à vos salarié(e)s et employé(e)s LGBT ?**

Tout avantage social offert par l'organisation aux partenaires de ses salarié(e)s et employé(e)s doit s'appliquer sans aucune distinction d'orientation sexuelle ou identité de genre. Ce principe d'égalité de traitement doit paraître par écrit dans la politique.

**11. En 2009, vos salarié(e)s et employé(e)s LGBT pouvaient ils-elles contacter, en cas de besoin, quelqu'un de clairement identifié au sein de votre organisation, pour parler de questions concernant spécifiquement le harcèlement ?**

Dans la description des responsabilités de la personne à contacter doit figurer la capacité à gérer les questions liées à l'orientation sexuelle et à l'identité de genre. Par « harcèlement LGBT » il faut entendre tout acte ou tout comportement dont la nature va à l'encontre de la volonté de la victime et qui peut être considéré par rapport à l'orientation sexuelle ou à l'identité de genre de la victime comme étant injurieux, humiliant ou intimidant. Un tel harcèlement peut être verbal, gestuel ou encore comporter l'utilisation, la mise en avant ou la diffusion de mots écrits, d'images ou de tout autre support.

**12. En 2009, votre organisation disposait-elle d'un réseau interne LGBT reconnu officiellement et destiné à vos salarié(e)s et employé(e)s ?**

Si, dans certains pays, un tel réseau est inexistant, les salarié(e)s et employé(e)s doivent y avoir accès par l'intermédiaire de l'internet ou de l'intranet ou encore en pouvant adhérer à un réseau interne LGBT délocalisé (régional ou global).

**DIVERSITÉ AU NIVEAU DES FOURNISSEURS ET MARKETING**  
(2 QUESTIONS : 2.5%; 1.25% par question)

**13. En 2009, votre organisation, avait-elle un programme d'actions portant sur la diversité au niveau de ses fournisseurs ?**

La diversité au niveau des fournisseurs est un programme d'actions qui offre aux fournisseurs, dont l'actionnariat se compose largement de personnes issues de groupes minoritaires et/ou qui se caractérisent par une diversité au niveau de leurs salarié(e)s et employé(e)s, la possibilité de participer à tout type de contrat d'approvisionnement.

**14. En 2009, votre organisation incluait-elle, dans son programme d'actions portant sur la diversité au niveau de ses fournisseurs, des organisations dont l'actionnariat se compose de personnes LGBT?**

Dans ce contexte, il est précisé obligatoirement que l'inclusion, en tant que fournisseurs, des organisations dont l'actionnariat se compose entièrement ou majoritairement de personnes LGBT fait partie intégrante du programme d'actions portant sur la diversité au niveau des fournisseurs.

**ENGAGEMENT VERS LES PERSONNES LGBT**  
(3 QUESTIONS : 15% - 5% par question)

**15. En 2009, votre organisation faisait-elle de la publicité dans des médias LGBT ?**

Par « media LGBT » il faut comprendre des revues, des chaînes de télévision, la presse écrite ou encore des blogs et autres publications électroniques ou informatiques dont le contenu vise principalement les personnes LGBT.

**16. En 2009, votre organisation, intégrait-elle des thèmes LGBT dans votre publicité sur les médias de masse ?**

Les médias de masse sont des medias adaptés à cibler une audience très large telle l'ensemble de la population d'un Etat/Nation par l'intermédiaire de la presse écrite, la radio, la télévision ou internet. Les thèmes LGBT portent sur des questions, des personnes, des produits ou des services clairement liés à la population LGBT.

**17. En 2009, votre organisation a-t-elle proposé une aide financière ou matérielle à une association ou autre organisation LGBT indépendante de la vôtre ?**

Une aide financière ou matérielle peut inclure des actions telles que l'achat de billets d'admission à des événements LGBT, de la publicité gratuite, de la mise à disposition à titre gratuit de locaux appartenant à l'organisation ou encore du mécénat ou donations financières faites en faveur d'associations ou d'autres organisations LGBT.