

Abeille Assurances lance sa « pride week » #beeyourself

Une opération coup de poing au service d'un engagement sur la durée

Bois-Colombes, le 21 juin 2024

Alors que 66% des Français¹ pensent que l'entreprise doit tout faire pour favoriser l'inclusion LGBT+, 40% des LGBT+ ne sont pas visibles sur leur lieu de travail².

Abeille Assurances a fait du combat pour l'inclusion LGBT+ une priorité depuis plusieurs années, en signant dès 2017 la charte d'engagement LGBT+ de l'Autre Cercle ou en offrant la même année un congé de parentalité de 10 semaines pour le second parent quel que soit son genre.

A l'occasion du Mois des Fiertés, Abeille Assurances a souhaité mettre l'emphasis sur ce combat contre les discriminations en lançant une opération « Fiers d'être safe », portée notamment par une collaboratrice et deux collaborateurs engagés.

- **Une semaine pour rendre visible le combat d'Abeille Assurances en faveur de l'inclusion et recruter de nouveaux alliés #beeyourself**

La « Pride Week » chez Abeille Assurances se décline autour d'une campagne intitulée #beeyourself :



- des actions de sensibilisation et de formation animées par les membres de la communauté Pride et RH, proposées toute la semaine à l'ensemble des collaborateurs ;

- des goodies à l'effigie de la campagne #beeyourself ;

¹ Enquête Ipsos pour l'Autre Cercle, 2022

² Baromètre Ifop x L'Autre Cercle. Synthèse de la 4ème édition (2024).

- une invitation à devenir allié de la communauté, portée par le « guide allié » qui invite à déconstruire un préjugé par jour. Un Allié est une personne non LGBT+ ou non ouvertement LGBT+ qui soutient et contribue de façon concrète à l'inclusion des personnes LGBT+ ;
- une distribution de livres pour promouvoir l'éducation à l'inclusion .

• De l'importance de se sentir en confiance pour se déclarer

Parce que certains peinent toujours à comprendre pourquoi l'orientation sexuelle et l'identité de genre seraient un sujet qui concerne l'entreprise, découvrez ici l'éclairage de Denis Triay et Bethany Randall, à l'initiative de l'opération « Fiers d'être safe » au sein d'Abeille Assurances

3 questions à Denis Triay, Direction de l'amélioration continue, Bethany Randall, Direction digitale et Lucas Sirvent, Direction des ressources humaines



Denis Triay



Bethany Randall



Lucas Sirvent

Pouvoir être libre de déclarer son orientation sexuelle au travail, c'est désormais acquis non ?

Denis Triay : Non, les chiffres le montrent, et c'est bien l'objet de notre campagne. Beaucoup de collaboratrices et collaborateurs ne se sentent pas assez en sécurité pour parler ouvertement de leur orientation sexuelle. Cela reste un sujet et un combat au quotidien. Le choix de se rendre visible ou non dépend du signal d'ouverture envoyé par l'entreprise.

Bethany Randall : Comme Denis l'a évoqué, les chiffres le montrent. Le constat est encore plus fort aujourd'hui pour les femmes lesbiennes et bisexuelles (64% d'entre elles ne sont pas "out" auprès de leurs collègues, selon le projet VOILAT de l'Autre Cercle). Souvent les femmes décident de ne pas déclarer leur orientation sexuelle par peur des discriminations ou de l'impact que cela pourrait avoir sur leur parcours professionnel. Je pense qu'il y a aussi plusieurs cercles auprès de qui se déclarer en entreprise : uniquement avec ses collègues proches, avec sa hiérarchie, ou avec l'ensemble de l'entreprise par le biais des communautés et de prise de paroles. A chacun (e) de se sentir libre de choisir le niveau qui convient, en fonction des signaux envoyés par ses collègues et par l'entreprise.

Lucas Sirvent : Je pense qu'on va clairement dans la bonne direction, mais il est trop tôt pour parler d'acquis. Lorsqu'on recherche un emploi, ou qu'on fait les premiers pas dans une entreprise, il y a des signes des indicateurs qui facilitent le coming-out, et c'est super de pouvoir les trouver. Il reste toutefois des secteurs ou des entreprises où cela est vu comme une prise de risque trop forte, ce qui explique qu'encore 4 LGBT+ sur 10 restent invisibles au travail.

Concrètement, que change le fait de se déclarer ?

DT : Vous n'avez pas idée comme il peut être « concrètement » pesant de mentir au quotidien, de ne pas pouvoir simplement raconter son week-end à la machine à café. En ne vous déclarant pas, vous ne pouvez pas bénéficier de certains droits, comme le congé second parent.

LS : C'est une charge mentale en moins qui permet de parler de sa vie et de son quotidien avec ses collègues. Pas de gymnastique mentale, pas de filtre, juste une conversation honnête et sincère. Ça peut sembler anodin mais ça facilite grandement les choses et on ne s'en sent que plus soulagé.

BR : Le fait d'être visible auprès de mes collègues me permet justement d'être investie et intégrée à 100%, sans devoir passer mon temps à créer une double vie. Cela me permet d'être authentique, valeur importante dans ma vision du leadership.

La communauté LGBT+ a-t-elle vraiment besoin de goodies pour revendiquer ses droits ?

BR : Je me souviens de mes premiers jours en entreprise quand j'ai vu des collègues avec un tour de cou « Pride » : cela crée effectivement un sentiment de sûreté et j'ai pu rapidement me déclarer. En parallèle, quand je l'ai porté en accueillant une nouvelle collaboratrice cela a permis aussi d'ouvrir la discussion sur les valeurs de l'entreprise et l'importance que chacun puisse être soi-même.

LS : Plus qu'une question de droit, c'est un message qu'on envoie, pour les jeunes et moins jeunes. Un signal qui dit « ici tu peux être toi-même, sans peur d'être jugé.e ou discriminé.e ». Un badge, un cordon, un sticker sur un PC suffit à rassurer. Ça peut aussi ouvrir des discussions intéressantes, auprès de ceux qui ne comprennent pas l'intérêt de le faire, et qui constatent alors que l'on n'est pas dans le lobbying mais bien dans l'intégration de toutes et tous.

DT : Ça peut effectivement sembler anecdotique au regard des combats à mener. Mais en réalité, lorsqu'un collaborateur ou une collaboratrice de l'entreprise porte un cordon de badge aux couleurs de la fierté LGBT+, il envoie un signal rassurant aux collaboratrices et collaborateurs qui hésiteraient à se dévoiler à leur arrivée dans l'entreprise. C'est une façon concrète d'être « fiers d'être safe ».

Avec cette campagne, Abeille Assurances réaffirme son engagement en faveur de la lutte contre toutes les discriminations. Une semaine de « Pride » pour faire de la pédagogie, recueillir des témoignages et des besoins et recruter ses ambassadeurs.



« Abeille Assurances est un acteur précurseur dans la promotion de l'inclusion de la diversité. Quel meilleur slogan que « bee yourself » pour redire à nos collaborateurs et nos collaboratrices qu'au sein de notre compagnie, ils et elles peuvent se sentir libre d'être qui ils/elles sont, quelle que soit leur orientation sexuelle. Je suis fière de contribuer à faire tomber un tabou et à libérer la parole, pour que notre entreprise, et plus généralement notre société, soit chaque jour plus inclusive »

Emilie Humbert, Directrice des Ressources Humaines Abeille Assurances

CONTACTS PRESSE

Abeille Assurances

• **Karim Mokrane** 06 73 77 90 69 karim.mokrane@abeille-assurances.fr

Agence Presse Convictions

1. **Esther Joubert** 06 75 33 16 25 ejoubert@convictions.fr

À propos d'Abeille Assurances

Compagnie majeure de l'assurance en France forte de 4300 collaborateurs, 1000 agents généraux d'assurance et de 170 ans d'expérience, Abeille Assurances dispose d'une gamme étendue de produits et services d'assurance, de protection, d'épargne et de retraite à destination de plus de 3,1 millions de clients. Abeille Assurances propose ainsi ses produits à travers une approche multicanale adaptée aux besoins des clients : un réseau de distribution implanté sur l'ensemble du territoire français (1000 agents généraux, 1630 courtiers, 105 conseillers Epargne Actuelle), une banque patrimoniale (UFF avec 20 agences en France et près de 1 200 collaborateurs) et une distribution via le canal Direct avec 185 conseillers téléphoniques (dont Eurofil).

Abeille Assurances est par ailleurs le partenaire historique de l'AFER, la première association d'épargnants en France (avec près de 752 000 adhérents).

Plus d'informations sur abeille-assurances.fr