

Lutte contre la discrimination à
l'égard des lesbiennes, gays, bisexuels,
transgenres et intersexués

NORMES DE CONDUITE À L'INTENTION
DES ENTREPRISES



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER



Lutte contre la discrimination à l'égard des lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et intersexués

NORMES DE CONDUITE À L'INTENTION DES ENTREPRISES



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER

L'équipe de ce document comprend :

SALIL TRIPATHI

Conseiller principal, Questions Globales
Institut des Droits de l'Homme et des Affaires

CHARLES RADCLIFFE

Chef, Égalité et à la Non-Discrimination
Le Haut-Commissariat des Nations Unies aux
Droits de l'Homme (HCDH) à New York

FABRICE HOUDART

Spécialiste des Droits de l'Homme
Le Haut-Commissariat des Nations Unies
aux Droits de l'Homme (HCDH) à New York

TABLE DES MATIÈRES

3

Résumé

8

Normes de
conduite

14

Note d'information

32

Appendice
études de cas



« Si nous voulons accélérer le rythme des progrès accomplis dans le monde pour que les lesbiennes, les gays, les bisexuels, les transgenres et les intersexués soient traités sur un pied d'égalité, il faudra non seulement que les entreprises assument leurs responsabilités en ce qui concerne les droits de la personne, mais aussi qu'elles deviennent de véritables acteurs du changement ».

Zeid Ra'ad Al Hussein,
Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme

EXTRAIT D'UN MESSAGE DU HAUT-COMMISSAIRE

Les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme sont venus fixer des normes claires en ce qui concerne le respect des droits fondamentaux par le secteur privé. Le Pacte mondial des Nations Unies offre aux entreprises un cadre qui les aide à appliquer ces normes et à les faire respecter dans l'ensemble de la société.

Inspirées à la fois des Principes directeurs et du Pacte mondial des Nations Unies, les Normes de conduite donnent des orientations aux entreprises sur la manière de s'acquitter de leur responsabilité en respectant les droits de chacun – notamment, en l'espèce, les droits des lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et intersexués (« les LGBTI »). Pour ce faire, il faut que les personnes LGBTI soient traitées de manière juste sur le lieu de travail mais aussi que les modes de fonctionnement de la base au sommet de la chaîne hiérarchique soient examinés pour empêcher systématiquement toute discrimination. Toutefois, ces normes de conduite sont aussi l'occasion d'aller encore plus loin dans l'implication des entreprises, en insistant sur le fait que celles-ci ont souvent les moyens de faire évoluer les mentalités dans la société dans son ensemble.

L'idée de ces normes est née lors d'une table ronde à laquelle j'ai participé lors de la réunion annuelle du Forum économique mondial à Davos en 2016. Il était grand temps que les chefs d'entreprise et les militants abordent la question des mesures concrètes que les entreprises peuvent et doivent prendre pour lutter contre la discrimination à l'encontre des LGBTI – indépendamment des politiques internes en matière de diversité et d'intégration déjà en vigueur dans les grandes entreprises, si essentielles soient-elles.

Au cours de l'année écoulée, en collaboration avec l'Institute for Human Rights and Business, le Haut-Commissariat a tenu une série de réunions consultatives à l'échelle régionale avec les milieux d'affaires et les représentants de la société civile de l'Europe, de l'Afrique, de l'Asie et des Amériques. Nous avons entendu de nombreux points de vue et de nombreuses idées, qui pour beaucoup sont reflétés dans le document dont vous êtes saisis. Je suis reconnaissant à tous ceux qui ont pris part à ces consultations et aux nombreux autres qui ont contribué au processus par voie électronique.

Les entreprises peuvent jouer de leur influence pour faire évoluer les choses plus vite. Dans le monde entier, grandes ou petites, locales ou multinationales, elles peuvent user de leurs poids auprès des diverses parties prenantes à l'échelon local et profiter des relations qu'elles entretiennent avec elles pour obtenir que les LGBTI soient traités sur un pied d'égalité. Nous savons d'expérience que chaque victoire contre la discrimination est une victoire pour la société dans son ensemble.

Ces Normes de conduite constituent selon moi un pas dans la bonne direction pour aider les entreprises à traduire les engagements qu'elles ont pris en ce qui concerne les droits de la personne en actions concrètes sur le terrain, et elles peuvent être une précieuse occasion d'amener les entreprises à jouer un rôle plus important dans la lutte contre les pratiques discriminatoires dans les pays du monde entier.



Le Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme
Septembre 2017

ces normes de
conduite sont
aussi l'occasion
d'aller encore
plus loin dans
l'implication
des entreprises,
en insistant
sur le fait que
celles-ci ont
souvent les
moyens de
faire évoluer
les mentalités
dans la société
dans son
ensemble



RÉSUMÉ

La décennie écoulée a vu dans de nombreuses régions du monde l'accomplissement d'importants progrès dans les vies de millions de lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et intersexués (LGBTI), qui ont profité d'une série de réformes juridiques et, dans certains cas, de l'évolution des mentalités. Cependant, ces progrès sont partiels et inégaux, avec de grandes avancées dans certains pays et pour certaines communautés, et une absence de progrès, voire des reculs, dans d'autres. Les relations librement consenties entre personnes de même sexe sont toujours considérées comme une infraction dans 73 pays, ils sont très peu nombreux à protéger les droits des transgenres et il n'y a en que quelques-uns qui protègent les droits des intersexués. Dans la plupart des pays, la protection contre la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle et l'identité de genre est au mieux insuffisante. Même dans les pays qui ont fait d'importants progrès, les LGBTI se heurtent à des obstacles considérables, les études indiquant qu'ils sont plus susceptibles que le reste de la population d'être harcelés à l'école et traités injustement au travail ou de se voir refuser l'accès aux services de base.

Il est du devoir des entreprises de respecter les normes internationales en ce qui concerne les droits fondamentaux et de s'assurer qu'elles respectent les droits de chacun, y compris ceux des LGBTI. Cela vaut quels que soient la taille de l'entreprise, sa structure, son secteur d'activité ou son site d'activité. Les entreprises sont souvent en mesure de promouvoir la diversité et une culture de respect et d'égalité aussi bien sur le lieu de travail que dans les collectivités où elles et leurs partenaires commerciaux mènent leurs activités. De nombreuses sociétés ont constaté que le fait de lutter activement contre la discrimination et de promouvoir la diversité et l'inclusion présentait aussi des avantages économiques – en permettant de trouver de nouveaux talents, en améliorant la prise de décisions et en s'attirant la loyauté des clients et des investisseurs.

En 2000, l'Organisation des Nations Unies a lancé le Pacte mondial des Nations Unies, la plus grande initiative de responsabilité d'entreprise à avoir jamais vu le jour, pour encourager les entreprises à respecter les principes universels et à contribuer à l'avènement d'une économie mondiale plus durable et plus inclusive. Dix ans plus tard, en 2011, le Conseil des droits de l'homme de l'ONU a approuvé les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, en affirmant qu'il est de la responsabilité de chaque entreprise de respecter les droits fondamentaux, et en demandant aux entreprises d'éviter de porter atteinte à ces droits et de remédier aux incidences négatives que leurs activités pourraient avoir sur eux. En 2015, les États Membres de l'ONU sont convenus d'arrêter 17 objectifs de développement durable, en promettant de « ne pas faire de laissés-pour-compte ». La réalisation de ces objectifs, parmi lesquels la lutte contre la discrimination et la marginalisation sociales et économiques, dépend maintenant des efforts collectifs que déploieront, non seulement les gouvernements, mais aussi la société civile et les entreprises.

la plupart des entreprises commencent à peine à s'intéresser à ces problèmes, l'expérience de la question est limitée et les meilleures pratiques restent rares

Il est de plus en plus souvent reconnu que les entreprises peuvent jouer un rôle dans la lutte contre la discrimination et la promotion de la diversité, et de nombreuses entreprises ont déjà pris des mesures pour traduire dans les faits leur engagement en faveur de l'inclusion des LGBTI. Malgré cela, la plupart des entreprises commencent à peine à s'intéresser à ces problèmes, l'expérience de la question est limitée et les meilleures pratiques restent rares, en particulier dans les contextes hostiles aux LGBTI. Dans l'ensemble, l'attitude du secteur dans ce domaine se caractérise par des initiatives ponctuelles et par un manque de cohérence. Certaines entreprises mondiales qui ont de bons résultats en termes de promotion de l'égalité des LGBTI dans le pays d'implantation de leur siège, en ont de moins bons à l'étranger. D'autres se font entendre lorsque le contexte s'y prête plus ou moins, mais gardent le silence lorsque les droits des LGBTI ne sont pas ou peu protégés. Certaines entreprises ont adopté des politiques pour protéger les lesbiennes, les gays et les bisexuels, mais n'ont toujours pas pris de mesures en faveur des transgenres et intersexués.

Les Normes de conduite sont fondées sur le droit international des droits de l'homme en vigueur et sont conformes aux Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.

Elles ont été mises au point par le Haut-Commissariat avec l'Institute for Human Rights and Business, en tenant compte des résultats d'une série de consultations régionales tenues en 2016 et 2017 à Mumbai, New York, Kampala et Bruxelles. Elles ont été conçues de manière à aider les entreprises à revoir leurs politiques et pratiques – et en adopter de nouvelles – pour respecter et promouvoir les droits fondamentaux des LGBTI.

Les Normes de conduite sont fondées sur le droit international des droits de l'homme en vigueur et sont conformes aux Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.

Elles ont aussi une solide assise empirique, s'appuyant sur bon nombre de pratiques recommandables qui ont été adoptées par des entreprises responsables. On y trouvera présentées les mesures que les entreprises peuvent et doivent prendre pour aligner leurs politiques et pratiques sur les normes relatives aux droits fondamentaux. L'accent y est mis sur l'importance d'adopter une démarche nuancée et différenciée compte tenu de la diversité des contextes et des individus auxquels renvoie la notion de « LGBTI ». Enfin, les Normes de conduite ont pour objectif de favoriser des interactions entre les entreprises et tout un éventail de parties prenantes – du personnel aux clients, en passant par les fournisseurs, les actionnaires, les collectivités, les gouvernements, les législateurs et les syndicats – qui soient propices au respect des droits, la réalisation de progrès dans ce domaine passant par la participation de tous les acteurs à tous les niveaux.

Les Normes de conduite sont fondées sur le droit international des droits de l'homme en vigueur et sont conformes aux Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.

Les cinq normes

En tout temps

- 1 RESPECTER LES DROITS DE LA PERSONNE.** Toutes les entreprises ont la responsabilité de respecter les droits de la personne – y compris les droits des LGBTI – dans leurs activités et relations commerciales. Les entreprises doivent élaborer des politiques, exercer une diligence raisonnable, et, dans les cas où leurs décisions ou activités auraient eu une incidence négative sur l'exercice des droits de la personne, prendre des mesures pour y remédier. Elles doivent aussi mettre en place des dispositifs pour s'assurer qu'elles respectent les normes relatives aux droits fondamentaux et en rendre compte. Dans les situations où il apparaît que les LGBTI voient souvent leurs droits fondamentaux bafoués, y compris dans les pays ayant des lois et pratiques discriminatoires, les entreprises devront prendre encore plus de précautions pour s'assurer qu'elles respectent les droits des LGBTI.

Environnement du travail

- 2 ÉLIMINER LA DISCRIMINATION.** Les employés et les autres personnes avec lesquelles l'entreprise travaille ont le droit de ne pas subir de discrimination. Les entreprises devraient veiller à ce qu'il n'y ait aucune discrimination en ce qui concerne les recrutements, l'emploi, les conditions de travail, les prestations, le respect de la vie privée ou le traitement des cas de harcèlement.
- 3 OFFRIR UN SOUTIEN.** Les LGBTI sont des employés, des cadres, des chefs d'entreprise, des clients et des membres de la société, et pourtant ils sont nombreux à se heurter à d'énormes obstacles pour être acceptés et inclus au travail. Les entreprises doivent instaurer un climat positif qui permette à leurs employés LGBTI de travailler dans la dignité sans être stigmatisés. En vertu de cette norme de conduite, les entreprises ne peuvent se contenter de proposer simplement aux LGBTI les mêmes prestations qu'aux autres, elles doivent prendre des mesures pour assurer leur inclusion, y compris en répondant à leurs besoins spécifiques sur le lieu de travail.

Ecosystème de l'entreprise

- 4 PRÉVENIR DE NOUVELLES VIOLATIONS DES DROITS DE L'HOMME.** Les entreprises doivent veiller à ne pas faire preuve de discrimination à l'égard des fournisseurs ou distributeurs LGBTI ou des clients LGBTI pour ce qui est des conditions d'accès aux produits ou services qu'elles offrent. Dans leurs relations commerciales, les entreprises doivent aussi veiller à ce que leurs partenaires commerciaux n'aient pas un comportement discriminatoire. Lorsqu'un partenaire commercial fait preuve de discrimination à l'égard des LGBTI, les entreprises doivent user de leur influence pour tenter d'empêcher cet acte de discrimination. Pour ce faire, elles ne doivent pas se contenter d'éviter toute discrimination, mais s'intéresser également aux problèmes de violence, de harcèlement, d'intimidation, de mauvais traitements, d'incitation à la violence ou d'autres atteintes commises à l'encontre des LGBTI dans lesquels elles peuvent être impliquées en raison des produits ou services qu'elles proposent ou des relations commerciales qu'elles entretiennent. Les entreprises doivent également veiller à ce que leurs clients LGBTI aient accès à leurs produits et services.

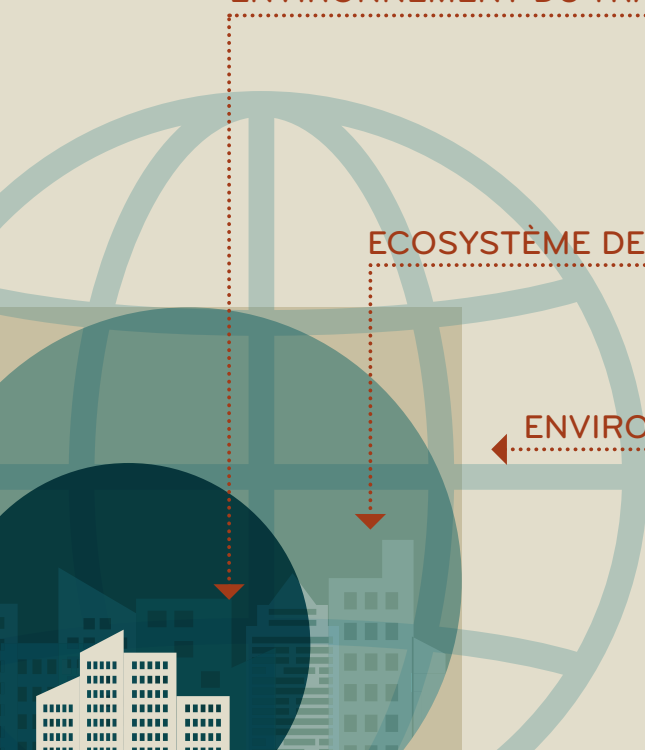
Environnement public

- 5 AGIR DANS LA SPHÈRE PUBLIQUE.** Les entreprises sont encouragées à user de leur influence pour faire cesser les violations des droits fondamentaux dans les pays où elles mènent des activités. Ce faisant, elles doivent consulter les communautés et organisations locales en vue de déterminer quelles sont les mesures constructives qu'elles peuvent prendre lorsque les cadres juridiques et les pratiques en vigueur sont contraires aux droits fondamentaux des LGBTI. Il peut s'agir de mener des activités de sensibilisation, de prendre des initiatives collectives, de prendre part au dialogue social ou d'apporter une aide financière ou une assistance en nature aux organisations qui défendent les droits des LGBTI et de remettre en question les mesures gouvernementales qui sont répréhensibles et leur légitimité. Dans les situations où il apparaît que les LGBTI voient souvent leurs droits fondamentaux bafoués, y compris dans les pays ayant des lois et pratiques discriminatoires, les entreprises devront prendre encore plus de précautions pour s'assurer qu'elles respectent les droits des LGBTI.

Les Normes de conduite énoncées ci-dessus offrent une série de critères à partir desquels évaluer le rôle joué par les entreprises dans la lutte contre la discrimination à l'égard des LGBTI et les atteintes connexes à leurs droits fondamentaux, et encouragent l'adoption de bonnes pratiques. Le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme invite les entreprises à adopter et appliquer ces Normes de conduite et à s'y référer, ainsi qu'à inciter d'autres à les suivre. Il encourage également la société civile et d'autres parties prenantes à se servir des Normes de conduite comme d'un outil pour évaluer les engagements, politiques et pratiques des entreprises en ce qui concerne les droits des LGBTI et en rendre compte.

LES CINQ NORMES

PARTOUT

A diagram illustrating the Five Norms of Human Rights. It features a large, light green globe with a grid of latitude and longitude lines. Overlaid on the globe are three concentric circles of different shades of green. The outermost circle is labeled 'PARTOUT' (Everywhere) and is connected to the first norm. The middle circle is labeled 'ENVIRONNEMENT DU TRAVAIL' (Work Environment) and is connected to the second and third norms. The innermost circle is labeled 'ECOSYSTÈME DE L'ENTREPRISE' (Business Ecosystem) and is connected to the fourth norm. A fourth circle, labeled 'ENVIRONNEMENT PUBLIC' (Public Environment), is positioned to the right of the globe and is connected to the fifth norm. Red dotted lines with arrows point from each norm to its corresponding circle. The background is a solid light beige color.

1. Respecter les droits de l'homme

ENVIRONNEMENT DU TRAVAIL

2. Eliminer la discrimination

3. Soutenir les employés au travail

ECOSYSTÈME DE L'ENTREPRISE

4. Prévenir les autres violations des droits de l'homme

ENVIRONNEMENT PUBLIC

5. Agir dans la sphère publique

LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION
À L'ÉGARD DES LESBIENNES, GAYS,
BISEXUELS, TRANSGENRES ET
INTERSEXUÉLS NORMES DE CONDUITE
À L'INTENTION DES ENTREPRISES



En toutes circonstances

1 RESPECT DES DROITS DE LA PERSONNE

Conformément aux Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de la personne et en consultation avec les employés et leurs représentants ainsi qu'avec les organisations de lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et intersexués (LGBTI) et d'autres parties prenantes concernées, les entreprises devraient mettre en place des politiques et des procédures appropriées en fonction de leur taille et de leur situation propres, démontrant ainsi qu'elles respectent les droits de la personne, y compris ceux des personnes LGBTI :

a Engagement de principe : Les entreprises devraient élaborer des directives pour s'acquitter de leurs responsabilités en matière de respect des droits de la personne, en y incluant expressément les droits des personnes LGBTI.

b Diligence raisonnable : Les entreprises devraient se plier au devoir de précaution en détectant, prévenant, atténuant et consignait toute incidence négative réelle ou potentielle sur l'exercice de leurs droits fondamentaux par les LGBTI dont elles sont la cause ou auxquelles elles ont contribué ou qui sont en lien direct avec leurs opérations, produits et services, ou leurs relations commerciales. L'évaluation de telles incidences négatives réelles ou potentielles devrait être faite en consultation avec les parties prenantes compétentes dans les pays où les entreprises sont présentes, notamment en l'occurrence les organisations LGBTI. Les entreprises devraient rendre compte de la manière dont elles traitent toute incidence négative réelle ou potentielle.

c Réparation : Les entreprises devraient s'employer à mettre un terme à toute incidence négative sur les droits de l'homme dont elles pourraient être la cause ou à laquelle elles pourraient avoir contribué, en s'impliquant directement dans les mécanismes de réparation existants ou en s'appuyant sur d'autres dispositifs qu'il est légitime d'invoquer en la circonstance, et notamment en instaurant des mécanismes efficaces de réclamation au niveau opérationnel à l'intention des individus ou des communautés concernés et en y prenant toute leur part. De tels mécanismes devraient être

légitimes, accessibles, équitables, transparents, compatibles avec le respect des droits, leur action devrait être prévisible et ils devraient rendre possible un apprentissage continu et reposer sur la participation et le dialogue. Ils ne devraient pas être utilisés pour compromettre le rôle des syndicats légitimes lorsqu'il s'agit de régler des conflits liés au travail, ni empêcher l'accès aux mécanismes judiciaires et autres mécanismes de dépôt de plainte non judiciaires. Les entreprises devraient veiller à ce que les mécanismes de présentation des doléances traitent des enjeux spécifiques qui préoccupent les LGBTI. Un élément essentiel d'un tel mécanisme est la protection assurée aux lanceurs d'alerte. Les entreprises devraient user de leur influence pour peser sur les politiques et pratiques discriminatoires de leurs partenaires commerciaux ou de leurs fournisseurs, lorsque ceux-ci ne respectent pas les droits des LGBTI, et pour les convaincre de changer d'attitude. Lorsque de tels partenaires ou fournisseurs ne se conforment pas aux normes pertinentes, les entreprises devraient envisager, en évaluant les répercussions possibles d'une telle décision, de mettre un terme aux relations commerciales qu'elles entretiennent avec eux, sauf dans les cas où cela aurait en soi une incidence négative sur le respect des droits fondamentaux.

Environnement du travail

2 ÉLIMINER LA DISCRIMINATION

Les entreprises ne devraient faire aucune discrimination entre individus ou groupes qui travaillent pour elles, ou sont susceptibles de le faire, sur la base de l'orientation sexuelle, de l'identité de genre, de l'expression du genre ou des caractéristiques sexuelles :

a Emploi : Lorsqu'elles recrutent du personnel, les entreprises devraient accorder à chaque individu les mêmes avantages, les rémunérer sur la base du même barème et leur offrir les mêmes possibilités de formation ou de promotion, indépendamment de l'orientation sexuelle, de l'identité de genre, de l'expression du genre ou des caractéristiques sexuelles, et inclure mention de l'absence de discrimination pour ces motifs dans les avis de vacance chaque fois que c'est possible d'un point de vue juridique. Les entreprises devraient prendre des

mesures pour faire en sorte que le personnel LGBTI se sente pleinement inclus et lui éviter d'être contraint de révéler ou de dissimuler son identité/statut sur le lieu de travail¹. S'agissant du respect effectif de la pratique de recrutement équitable, les échelons supérieurs et l'encadrement intermédiaire ont un rôle essentiel à jouer.

b Harcèlement et discrimination :*

Les entreprises devraient prendre des mesures déterminées pour empêcher et éliminer la discrimination, le harcèlement (externe ou interne) et la violence à l'égard des LGBTI, et leur assurer une protection à cet égard. Pour prévenir et combattre le harcèlement et la discrimination sur le lieu de travail, les entreprises devraient mettre en place des filières de remontée de l'information tout en protégeant ceux qui font état de tels écarts contre toutes formes de représailles. Elles devraient prendre des mesures pour protéger le personnel LGBTI de tout harcèlement externe en faisant le point sur l'ensemble des problèmes susceptibles de mettre en jeu la sécurité de ce personnel et en les réglant en consultation avec les employés – notamment pour ce qui est de la sécurité sur le trajet entre le lieu de travail et le domicile, ou dans le cadre de missions effectuées pour le compte de l'entreprise.

c Prise de conscience de la diversité : Les entreprises devraient former le personnel, en particulier d'encadrement, afin qu'il fasse œuvre de sensibilisation aux préoccupations en matière de respect des droits de la personne auxquelles font face les LGBTI et veiller à ce que l'encadrement ait conscience de sa responsabilité, en vertu du principe de respect et de défense des droits des individus LGBTI que doit appliquer l'entreprise, notamment lorsqu'il s'agit de collègues. En particulier, les organisations devraient veiller à ce que les politiques et les pratiques en matière de réinstallation applicables à l'ensemble du personnel (indépendamment de l'orientation sexuelle, de l'identité de genre ou des caractéristiques sexuelles) attirent l'attention sur tout risque d'atteinte aux droits des LGBTI ou sur toute autre considération connexe.

d Avantages consentis : Les entreprises devraient accorder les mêmes avantages aux partenaires, conjoints, enfants ou autres personnes dépendantes des membres du personnel, indépendamment de l'orientation sexuelle, de l'identité de genre, de l'expression du genre et des caractéristiques sexuelles.

e Respect de l'intimité de la vie privée : Les entreprises devraient respecter et appuyer le droit à l'intimité de la vie privée de toutes les personnes, notamment en prenant des mesures de sécurité propres à préserver la confidentialité des informations liées à l'orientation sexuelle, à l'identité de genre, à l'expression du genre ou aux caractéristiques sexuelles et en se gardant de communiquer de telles informations à des tierces parties, y compris les pouvoirs publics, sans avoir reçu l'autorisation expresse de le faire de la part de l'individu concerné. L'encodage des données est à cet égard essentiel.

Lorsqu'elles s'emploient à éliminer la discrimination sur le lieu de travail, les entreprises devraient faire en sorte de prendre en compte les droits spécifiques des personnes transgenres ou intersexuées, or on observe que, tout comme les États, elles tardent à prendre en compte ces deux composantes de la communauté LGBTI.

Les entreprises devraient adopter des politiques propices à l'inclusion des transgenres, notamment en reconnaissant l'identité de genre de ceux des membres de leur personnel, de leurs clients et de leurs interlocuteurs qui sont transgenres, sur la base de la description faite par la personne de son identité, que celle-ci soit mentionnée ou non dans les documents officiels. Cela passe aussi par l'instauration de politiques qui exigent du personnel de l'entreprise qu'il respecte le nom, les pronoms, les termes et les expressions du genre utilisés par la personne concernée.

Les entreprises devraient adopter des politiques d'appui et de protection des droits des membres du personnel qui sont en période de transition, notamment pour ce qui est de la modification des registres de l'entreprise, et assurer une formation et donner des directives à l'encadrement et aux collègues s'agissant de l'identité de genre et de l'expression du genre.

¹Parmi les mesures concrètes que les entreprises peuvent envisager, citons : l'analyse des risques liés aux voyages d'affaires, l'élaboration de politiques de transport quotidien et la formation des employés sur la sécurité. Dans des cas exceptionnels, les entreprises peuvent envisager d'organiser un dispositif de sécurité pour accompagner les employés LGBTI particulièrement ciblés.

Les entreprises devraient faire en sorte que les actes chirurgicaux procédant de l'affirmation du genre, les traitements y afférents et l'appui fourni à ceux qui y ont recours soient couverts par les plans d'assurance maladie de l'entreprise. D'autres aspects importants de l'inclusion des personnes transgenres consistent à leur ménager un accès sûr et non discriminatoire aux toilettes et autres installations non mixtes, et à appliquer des codes vestimentaires non discriminatoires.

Les entreprises devraient adopter des politiques respectueuses des droits des personnes intersexuées sur le lieu de travail, notamment pour ce qui est de l'accès à des services personnels et aux vestiaires, des codes vestimentaires, des soins de santé et du suivi médical.

3 FOURNIR UN APPUI

En complément de l'adoption de politiques visant à éliminer la discrimination et d'autres violations des droits de la personne, les entreprises devraient adopter de leur propre chef des mesures d'action positive, de telle sorte que les employés LGBTI puissent travailler à l'abri de toute atteinte à leur dignité. Les efforts menés par ces employés pour créer leurs propres associations du personnel informelles devraient être encouragés et les LGBTI devraient se voir offrir mêmes chances que les autres groupes de mener les activités extraprofessionnelles proposées dans le cadre de l'entreprise. Il est essentiel de mettre en place des politiques favorables aux LGBTI, mais pour qu'elles soient efficaces, et pour attirer et retenir à leur service du personnel LGBTI, les entreprises devraient adopter à leur égard une approche volontariste à laquelle elles devraient donner une forte résonance.

L' écosystème de l'entreprises

4 EMPÊCHER D'AUTRES TYPES DE VIOLATION DES DROITS DE LA PERSONNE

Les entreprises devraient recenser, prévenir et atténuer les autres risques de violation des droits de la personne des LGBTI spécifiques à leur secteur d'activité, au contexte local ou à un groupe de partenaires et de parties prenantes. À ce titre aussi, les entreprises devraient donner à leurs employés et autres parties prenantes concernées la possibilité de déposer plainte en toute sécurité, que le plaignant s'identifie ou

demeure anonyme. Il a été fait état d'actes de violence, de torture et de mauvais traitements contre des LGBTI dans des établissements scolaires, des antennes médicales et des hôpitaux, dans des lieux de détention et dans le cadre du maintien de l'ordre ou d'opérations de sécurité, et des faits d'incitation à la haine et de violence ont été rapportés dans le secteur des médias.

L'ensemble des entreprises, et en particulier celles qui relèvent des secteurs susmentionnés ou celles qui entretiennent des relations avec des partenaires et autres parties prenantes de ces secteurs, devraient déterminer si leurs opérations ou leurs relations commerciales sont à l'origine d'actes de violence, de brimades, d'actes d'intimidation, de mauvais traitements, d'une incitation à la violence ou d'autres formes de brutalité dirigés contre des personnes LGBTI, et prendre des mesures concrètes pour prévenir ou atténuer de tels risques. L'entreprise doit user de son influence pour mettre fin aux mauvais traitements lorsque l'un de ses partenaires commerciaux en est responsable, même si elle n'en est pas elle-même la cause et n'y a pas contribué, sachant qu'elle est liée aux opérations du partenaire en question et qu'elle a recours à ses produits ou services dans le cadre d'une relation commerciale. Toutefois, les mesures correctives appropriées dépendent d'un certain nombre de facteurs, parmi lesquels : le degré d'influence susceptible d'être exercé par l'entité concernée; le degré d'importance de la relation entretenue par l'entreprise avec ce partenaire commercial; la gravité des faits en question; d'éventuelles conséquences négatives, en matière de respect des droits de la personne, de la rupture des relations avec l'entité concernée.

Les employés devraient eux aussi être tenus comptables de toute atteinte aux droits fondamentaux de leurs collègues dont ils pourraient se rendre coupables. Les entreprises ne devraient pas interdire l'accès à des produits ou à des services à des individus ou à des groupes sur la base de l'orientation sexuelle, de l'identité de genre ou des caractéristiques sexuelles. Elles devraient user de leur influence pour peser sur le comportement de leurs fournisseurs et partenaires lorsque les pratiques de ces derniers reviennent, intentionnellement ou non, à une forme de discrimination contre les LGBTI ou de

violation de leurs droits. Dans certains cas, il peut être approprié pour une entreprise de prendre position publiquement à des fins de sensibilisation. Corollaire important, les entreprises devraient appuyer activement ceux de leurs partenaires et

de leurs fournisseurs qui adressent des offres, ou proposent des produits et services, sur une base non discriminatoire, à des personnes LGBTI et à ceux qui en recrutent, notamment dans les juridictions où les droits des LGBTI ne sont pas respectés.

Environnement public

5 AGIR DANS LA SPHÈRE PUBLIQUE

Les entreprises ne peuvent à elles seules transformer les sociétés dans lesquelles elles opèrent. Néanmoins, il est important qu'elles prennent des mesures d'action positive dans le but de respecter et, lorsque des possibilités s'offrent de le faire, de promouvoir les droits de la personne, et d'user de leur influence pour défendre le respect de ces droits en paroles et en actes.



SENSIBILISATION DU PUBLIC

Les entreprises devraient faire connaître leurs politiques dans des contextes appropriés, en consultation avec les parties prenantes locales; elles devraient aussi faire connaître l'expérience qu'elles ont acquise dans ce domaine dans le cadre d'instances pertinentes, comme le Forum annuel sur les entreprises et les droits de la personne, en prenant conseil auprès du Groupe de travail sur les entreprises et les droits de la personne et en s'appuyant sur le Bureau des droits de l'homme.



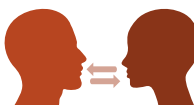
ACTION COLLECTIVE

En s'associant à d'autres, les entreprises devraient consulter les organisations locales qui s'emploient à promouvoir les droits des LGBTI et déterminer quelles mesures appropriées elles pourraient prendre collectivement pour contester les lois et pratiques discriminatoires. Elles devraient aider financièrement les groupes de LGBTI locaux et agir en partenariat avec eux, qu'il s'agisse de centres de jeunes, de centres communautaires, de groupes de sensibilisation ou d'organisations caritatives.



MISE EN QUESTION DES PRESCRIPTIONS GOUVERNEMENTALES CONSTITUANT UN ABUS DE POUVOIR ET TEMPORISATION

Les entreprises devraient prendre toutes les dispositions juridiques à leur disposition pour mettre en question et contester les prescriptions gouvernementales susceptibles de conduire à des violations des droits de la personne, notamment à l'égard des LGBTI, mais aussi surseoir et résister à la mise en œuvre de telles prescriptions.



DIALOGUE SOCIAL

Les entreprises et leurs organisations devraient mener des négociations, des consultations et des échanges d'information avec les syndicats aux niveaux sectoriel, régional et national au sujet des enjeux liés aux droits des employés LGBTI qui les concernent les uns comme les autres.

NORMES DE CONDUITE À L'INTENTION DES ENTREPRISES : NOTE EXPLICATIVE

- 1 Ces normes de conduite reflètent les normes internationales déjà en vigueur dans le domaine des droits de la personne.** Elles sont destinées à servir de guide aux entreprises – grandes et petites, publiques et privées, opérant dans un seul ou dans de nombreux pays – sur la manière dont les normes internationales en vigueur dans le domaine des droits de la personne, y compris celles découlant de la Déclaration universelle des droits de l'homme et celles qui sont reflétées dans les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, peuvent être appliquées en ce qui concerne les droits des LGBTI.
- 2 Ces normes de conduite découlent des droits de la personne internationalement reconnus, dont les LGBTI doivent jouir en vertu des instruments internationaux en vigueur.** Il incombe aux entreprises de respecter tous les droits fondamentaux de tous sans exception et en toutes circonstances, et elles doivent s'acquitter de l'ensemble de leurs responsabilités en matière de droits de la personne telles qu'elles sont énoncées dans les Principes directeurs des Nations Unies. Comme les LGBTI sont exposés de manière disproportionnée à la discrimination, à la violence et aux violations des droits de l'homme, il importe de veiller particulièrement à ce qu'ils soient en mesure d'exercer leurs droits.
- 3 Les Normes de conduite s'appliquent à toutes les entreprises, quels que soient leur taille, leur secteur d'activité, leurs lieux d'implantation, leur régime de propriété et leur structure.** S'il est vrai que les multinationales et d'autres entreprises qui opèrent dans des pays où la loi est discriminatoire à l'égard des LGBTI font face à des difficultés particulières pour s'acquitter de leurs responsabilités et respecter les droits, la violence et les pratiques discriminatoires contre les LGBTI ont cours dans toutes les régions et les pays du monde et les normes internationales s'appliquent dans tous les cas.
- 4 Pour que les Normes de conduite soient efficaces, chaque secteur industriel devra évaluer les risques rencontrés et les effets possibles des activités des entreprises en fonction des contextes et pays considérés et adapter les approches suivies en conséquence.** Les Normes de conduite décrivent en termes généraux le type de mesures que les entreprises pourraient envisager de prendre pour harmoniser leurs politiques et leurs pratiques avec les normes internationales en matière de droits de la personne. Elles comprennent également des propositions de mesures qu'il pourrait être souhaitable de prendre pour promouvoir l'égalité et lutter contre la stigmatisation, lorsque les circonstances le permettent.
- 5 Il serait souhaitable que les parties prenantes à l'échelle locale accompagnent l'application des Normes de conduite.** Si elles respectent et comprennent les paramètres locaux dans le cadre de leur application des Normes de conduite, les entreprises auront moins de chances de prendre des initiatives inefficaces ou contre-productives. Pour y parvenir, elles doivent activement encourager la participation des acteurs locaux et leur implication, y compris celles des associations de LGBTI.
- 6 Les entreprises devraient adopter une approche nuancée et différenciée dans l'application des Normes de conduite, en tenant compte des problèmes différents rencontrés par les lesbiennes, les gays, les bisexuels, les transgenres et les intersexués, respectivement, dans l'exercice de leurs droits.** Si elles se recoupent, les préoccupations des LGBTI en ce qui concerne la protection de leurs droits ne sont pas toujours les mêmes. Certains d'entre eux peuvent être parfois plus particulièrement visés par la violence et les lois et pratiques discriminatoires. Si, dans de nombreux pays, tous les LGBTI pâtissent des lacunes du cadre juridique et se heurtent à des obstacles en matière de protection, les transgenres et les intersexués sont souvent particulièrement exposés – compte tenu du peu d'attention prêté dans la plupart des cas aux préoccupations qui sont les leurs concernant la protection de leurs droits. Les entreprises doivent tenir compte de ces spécificités et de la diversité des LGBTI, qui exigent souvent l'adoption d'approches différenciées pour chaque segment de la communauté LGBTI, dans le cadre de l'élaboration et de l'exécution de leurs politiques. Les entreprises devraient également tenir compte du fait que les LGBTI peuvent être affectés par des formes de discrimination multiples – notamment de discrimination raciale et de discrimination fondée sur le sexe, l'âge, l'appartenance ethnique, l'origine autochtone, la religion, la santé, le handicap ou la situation socioéconomique.
- 7 Si les entreprises sont invitées à appuyer et adopter les Normes de conduite et à s'y référer lorsqu'elles rendent compte des mesures qu'elles ont prises en matière de promotion et de protection des droits de la personne, il n'existe pas de dispositif de suivi de l'application des Normes de conduite.** Le Haut-Commissariat engage les entreprises elles-mêmes, ainsi que les syndicats, les organisations de la société civile, les institutions universitaires et les autres parties prenantes, à suivre et évaluer les résultats, à fixer des critères, à recenser et diffuser les bonnes pratiques et à étudier ensemble les mesures supplémentaires qui pourraient être prises conformément aux Normes de conduite.

NOTE D'INFOR- MATION

Sont étudiés ci-après certains des problèmes que peuvent rencontrer les entreprises lorsqu'elles s'efforcent de s'acquitter de leurs responsabilités et de jouer un rôle plus large dans la lutte contre la discrimination à l'égard des LGBTI.

Tout au long du présent document, les termes « lesbiennes », « gays », « bisexuels » (ou « bi ») désignent les individus qui sont attirés par des personnes du même sexe; le terme « transgenre » (ou « trans »), les individus dont l'identité de genre diffère du sexe qui leur a été assigné à la naissance, et le terme « intersexué », ceux dont les caractéristiques sexuelles ne correspondent pas à la notion binaire de corps masculin ou féminin. Si ces termes sont de plus en plus communément utilisés, il peut arriver que des termes différents soient employés pour renvoyer aux mêmes concepts dans certaines régions ou cultures.

Raison d'être des Normes de conduite

Au cours des dix dernières années, il y a eu une prise de conscience de la gravité et de l'ampleur du phénomène de la violence et de la discrimination à l'égard des LGBTI. De nombreux pays et l'Organisation des Nations Unies se sont demandés quels étaient les moyens d'y mettre fin. Plus d'une centaine d'États Membres ont accepté les recommandations que leur avaient faites l'ONU pour réformer leur législation nationale et prendre d'autres mesures afin de protéger les droits des LGBTI, et ils sont nombreux à avoir mené d'importantes réformes au cours des dernières années, qu'il s'agisse d'abroger des dispositions pénales discriminatoires ou de modifier leur législation contre la discrimination pour protéger les LGBTI contre tout traitement injuste.

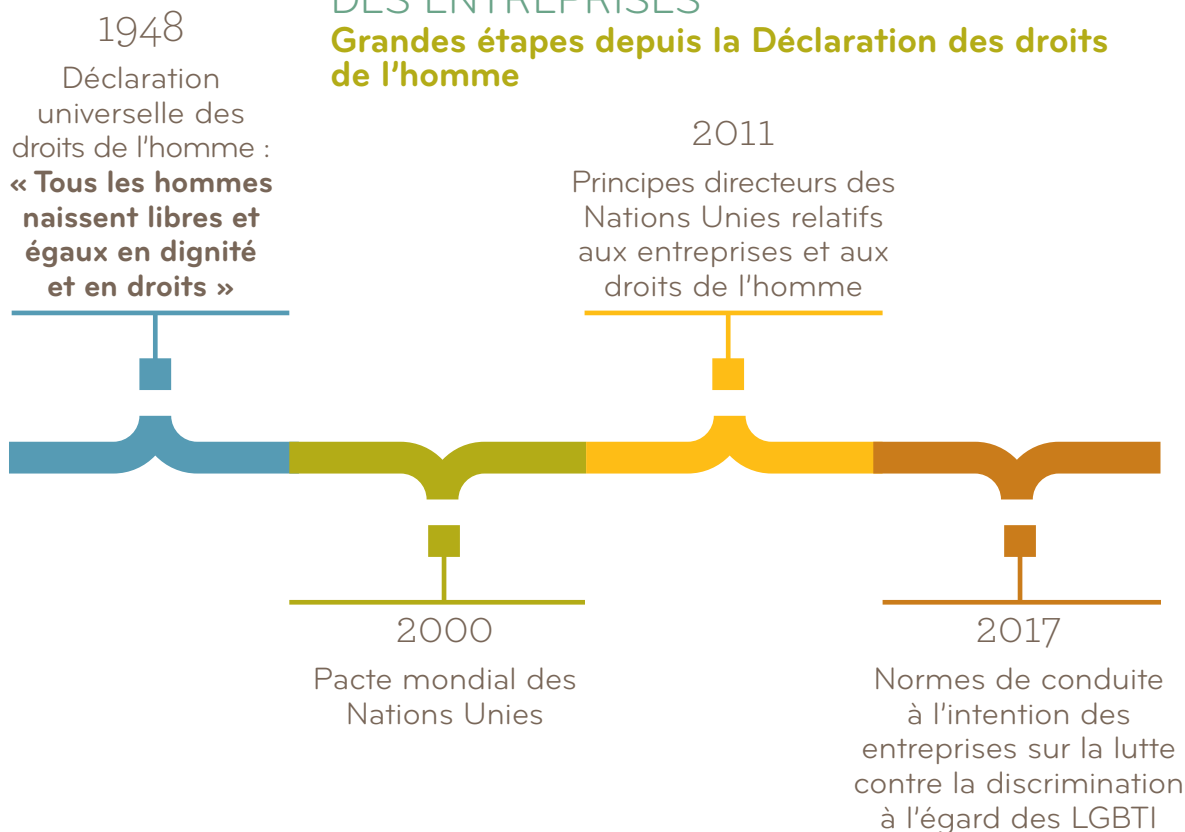
Néanmoins, les normes de protection juridique des membres de la communauté LGBTI varient encore considérablement d'un pays à l'autre. Soixante-treize États Membres de l'ONU considèrent toujours les relations entre personnes de même sexe comme une infraction, et les transgenres sont encore traités comme des criminels dans de nombreux pays. La plupart des États Membres ne se sont pas dotés d'un système de protection efficace contre la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle, ils sont encore plus rares à protéger les droits des transgenres et il n'y en a que quelques-uns qui protègent les droits des intersexués. Les gouvernements de quelques pays cherchent même à prendre des mesures pour restreindre encore davantage les droits des LGBTI – notamment en empêchant le militantisme et en interdisant les manifestations culturelles. Le fait que les cadres juridiques et pratiques suivies diffèrent ainsi du tout au tout d'un pays à l'autre pose problème aux entreprises qui veulent respecter et appuyer les droits de la personne – soit qu'elles mènent leurs activités dans un seul pays, avec des partenaires internationaux, soit qu'elles opèrent dans plusieurs juridictions.

Même dans les pays dotés de cadres juridiques plus progressistes, la stigmatisation des LGBTI et les stéréotypes négatifs les concernant sont si profondément ancrés qu'ils continuent d'être victimes de discrimination, notamment au travail, sur le marché et dans la société en général. Au-delà des réformes juridiques, il ne saurait y avoir d'acceptation sociale et d'égalité sans un véritable engagement de la société dans son ensemble, et notamment des entreprises.

Si c'est aux gouvernements qu'il incombe en premier lieu de respecter et protéger les droits de la personne et de permettre leur exercice, les entreprises ont aussi de leur côté la responsabilité de respecter ces droits dans le cadre de leurs activités et de leurs relations commerciales. La Déclaration universelle des droits de l'homme² dispose expressément que « tous les individus et tous les organes de la société » devraient s'efforcer de promouvoir le respect des droits de l'homme. La lutte contre la discrimination ne relève pas exclusivement de la compétence de l'État : en tant qu'organes de la société, les entreprises ont la responsabilité de respecter les droits de l'homme et elles peuvent user de leur pouvoir économique et de leur influence considérables pour faire évoluer la situation.

NORMES DE CONDUITE À L'INTENTION DES ENTREPRISES

Grandes étapes depuis la Déclaration des droits de l'homme



En 1948 a été adoptée la Déclaration universelle des droits de l'homme, qui constitue aujourd'hui un des piliers du droit international des droits de l'homme. Depuis l'entrée en vigueur de la Déclaration, les États Membres ont adopté deux grands Pactes (le Pacte international relatif aux droits civils et politiques et le Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels), ainsi que plusieurs conventions concernant la protection des droits fondamentaux dans des cas ou circonstances précis.

En 2000, le Pacte mondial des Nations Unies est venu arrêter neuf principes que les entreprises devraient toutes respecter (un dixième principe a ensuite été ajouté) – dans les domaines notamment des droits de l'homme, des droits des travailleurs, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

En 2005, John Ruggie a été nommé Représentant spécial du Secrétaire général chargé de la question des droits de l'homme et des sociétés transnationales et autres entreprises.

En 2011, le Conseil des droits de l'homme de l'ONU a approuvé les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et l'établissement du cadre de référence « protéger, respecter et réparer », qui consacre l'obligation des États de protéger les droits de l'homme, celle des entreprises de respecter ces droits et la nécessité de donner accès à des voies de recours en cas de violation de ces droits.

PRINCIPES DIRECTEURS DE L'ONU RELATIFS AUX ENTREPRISES ET AUX DROITS DE L'HOMME : CE QU'ILS SIGNIFIENT POUR LES ENTREPRISES

Les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme³, approuvés par le Conseil des droits de l'homme en 2011, constituent la norme mondiale applicable s'agissant de prévenir les incidences négatives de l'activité des entreprises sur les droits de la personne, et d'y remédier. Ils offrent aux entreprises un cadre de référence qui leur permet de mieux comprendre leurs responsabilités en matière de droits de la personne, y compris celle de prévenir et d'atténuer les atteintes à ces droits qui pourraient découler de leurs activités. La responsabilité de respecter les droits de la personne est une norme de conduite générale que l'on attend de toutes les entreprises, où qu'elles exercent leurs activités et quels que soient leur taille, leur régime de propriété, leur structure ou leur secteur.

Selon les Principes directeurs, cette responsabilité a différents effets. Ainsi, les entreprises doivent :

- Appliquer une politique des droits de la personne⁴ établie en recourant aux compétences internes et/ou externes voulues, qui doit être reprise dans les politiques et procédures opérationnelles. Cette politique doit être accessible au public, être approuvée au plus haut niveau de l'entreprise et énoncer ce que l'entreprise attend du personnel et de ses partenaires commerciaux dans le domaine des droits de la personne ;
- Exercer une diligence raisonnable en matière de droits de la personne. Pour cela, elles doivent :
 - Déterminer les incidences négatives effectives ou potentielles sur les droits de la personne
 - Tenir compte des résultats de leurs études d'impact pour toute l'étendue des fonctions et processus internes pertinents
 - User de leur influence dans les relations commerciales afin de réduire les risques menaçant les droits de la personne
 - Vérifier l'efficacité des mesures prises pour remédier aux incidences négatives sur les droits de la personne
 - Rendre compte de la manière dont elles remédient à ces incidences
 - Prendre des mesures pour atténuer ou faire disparaître les incidences négatives qu'ont eu leurs activités ou auxquelles elles ont contribué
 - Établir des protocoles et des procédures internes qui soient connus de l'ensemble de leur personnel et qui comprennent des mesures propres à favoriser les comportements appropriés et à décourager les actions pouvant porter atteinte aux droits de la personne ;
- Prévoir des mesures de réparation ou collaborer à leur mise en œuvre suivant des procédures légitimes, lorsque leurs activités ont eu des incidences négatives ou y ont contribué ;
- Établir des mécanismes de réclamation au niveau opérationnel ou y participer afin que les plaintes puissent être examinées rapidement et que les parties lésées aient une voie de recours à laquelle elles puissent accéder directement⁵ ;
- Élaborer des mécanismes au niveau opérationnel qui soient fondés sur la participation et le dialogue avec les parties intéressées et les communautés concernées. Commencer par s'efforcer de comprendre la situation des LGBTI dans les pays où elles exercent leurs activités.

LE RESPECT DES DROITS DE LA PERSONNE, UN DEVOIR LÉGAL POUR L'ENTREPRISE?

Les Principes directeurs ne sont pas un instrument international qui créerait, en droit, des obligations pour les entreprises. La responsabilité des entreprises de respecter les droits de la personne y est présentée comme une norme de conduite attendue de ces entreprises, et qui est fondée sur le droit international et les conventions internationales en vigueur. Cela ne signifie pas pour autant que toute notion d'obligation en soit exclue. En effet, la responsabilité de respecter les droits de la personne peut être inscrite dans le droit interne régissant les activités des entreprises ou faire l'objet d'une clause dans les contrats liant les entreprises aux sociétés ou particuliers qui sont leurs clients ou fournisseurs; elle pourra alors être engagée devant des tribunaux. Le droit international humanitaire et le droit international pénal peuvent eux aussi faire certaines obligations aux entreprises dans certaines circonstances.

Les entreprises qui souhaitent mieux comprendre les effets qu'elles peuvent avoir sur les LGBTI doivent commencer par s'intéresser à la situation des LGBTI dans les pays où elles mènent des activités⁶. En outre, les entreprises doivent revoir leurs propres politiques de non-discrimination pour s'assurer qu'elles incluent expressément les LGBTI. En particulier, les entreprises qui se sont dotées de politiques de non-discrimination et qui mènent des activités dans plusieurs pays, y compris dans certains où la loi n'offre aucune protection aux LGBTI, devraient étendre leur protection contre la discrimination dans le cadre de leurs activités. Les politiques adoptées par les entreprises doivent être de portée mondiale et couvrir toutes leurs antennes et tous leurs employés dans le monde, quel que soit le pays dans lequel les activités sont menées.

Dans son sens le plus étroit, cette approche requiert un strict respect du principe « de ne pas nuire ». Il s'agit donc pour l'entreprise de s'assurer que ses actes, y compris ses relations commerciales, ne compromettent l'exercice des droits fondamentaux d'aucune personne. Le respect des droits de la personne a également des effets positifs notables sur les conditions de vie des individus et des communautés, contribuant par là même à la réalisation des objectifs de développement durable.

En plus de s'engager formellement à assumer la responsabilité qui leur incombe en ce qui concerne les droits de la personne, les entreprises devraient adopter un processus qui leur permette d'exercer une diligence raisonnable en matière de droits de la personne. Ce processus doit leur permettre d'identifier, de prévenir et d'atténuer les incidences de leurs activités sur les droits de la personne et d'en rendre compte. Lorsque des cas de discrimination et d'autres violations des droits de la personne sont repérés, les entreprises devraient assurer un accès à des voies de recours efficaces ou coopérer avec les mécanismes de réparation légitimes. Il est clairement indiqué dans les Principes directeurs des Nations Unies⁷ que les entreprises doivent s'acquitter de leurs responsabilités en respectant les droits de la personne où qu'elles opèrent, indépendamment des capacités ou de la détermination des États de remplir leurs obligations, qui ne diminuent en rien ces obligations. Les mesures que doivent prendre les États et les entreprises sont distinctes mais complémentaires.

Par-delà l'obligation qui est la leur de respecter les droits de la personne, les entreprises sont souvent en mesure d'appuyer ces droits – y compris ceux des LGBTI, – dans les pays où elles opèrent. Le rôle qu'elles peuvent jouer et les approches qu'elles peuvent retenir varient en fonction du contexte juridique et social. Cependant, dans toutes les régions du monde, indépendamment de la législation locale et de la situation politique, les entreprises peuvent prendre des mesures pour promouvoir l'inclusion des LGTBI et leur autonomisation, les protéger contre tout traitement injuste et contester les pratiques discriminatoires au travail, sur le marché et dans la société. Les entreprises peuvent contribuer de manière essentielle à la lutte contre la stigmatisation et les préjugés dont sont victimes leurs employés et clients LGBTI et les LGBTI en général.

LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION À L'ÉGARD DES LGBTI : L'INTÉRÊT ÉCONOMIQUE

Les entreprises ont la responsabilité de respecter les droits de la personne indépendamment des avantages économiques ou des coûts réels ou supposés de cette position. De la même manière qu'elles doivent se conformer aux règles sanitaires et de sécurité, aux normes de protection de l'environnement et à la réglementation du salaire minimum, elles doivent respecter les normes internationales en matière de droits de la personne, même si cela a un coût. Comme l'Organisation internationale du Travail l'a affirmé en 2008 dans sa Déclaration sur la justice sociale, « la violation des principes et droits fondamentaux au travail ne saurait être invoquée ni utilisée en tant qu'avantage comparatif légitime »⁸.

Mais, plus important encore, certaines raisons économiques font également pencher la balance en faveur de l'inclusion. La discrimination, y compris à l'égard des LGBTI, nuit à la productivité et freine le développement social et économique, ce qui est défavorable aux entreprises comme aux communautés concernées. Elle entraîne également la perte de parts de marché. De nombreuses études établissent le lien diversité et inclusion d'une part et réussite des entreprises d'autre part⁹.

LE COÛT MACROÉCONOMIQUE

Toute discrimination visant des groupes particuliers de personnes pèse lourdement sur l'économie, étant donné qu'elle limite le vivier de compétences, qu'elle cause une contraction des marchés et freine la croissance. Une étude sur l'Inde publiée en 2015 par la Banque mondiale a montré que la discrimination à l'égard des LGBT dans ce pays coûtait vraisemblablement à ce dernier jusqu'à 1,7 % de son produit intérieur brut, soit l'équivalent de 32 milliards de dollars des États-Unis. En 2017, ONUSIDA a fait paraître une étude dans laquelle le coût global de cette discrimination est estimé à 100 milliards de dollars par an¹⁰. Le Williams Institute a établi une corrélation certaine entre le PIB par habitant et la reconnaissance des droits des LGBT¹¹.

LE COÛT POUR LES ENTREPRISES

- **Recrutement.** Lorsque des employeurs ne recrutent pas des personnes talentueuses pour des raisons sans rapport avec les emplois en question, comme l'orientation sexuelle, l'identité de genre et les caractéristiques sexuelles, ils privent leur entreprise de compétences et diminuent d'autant sa faculté d'être efficace. Une récente étude menée aux États-Unis a révélé que le nombre des réponses reçues par les femmes dont les curriculum vitae donnaient à entendre qu'elles étaient lesbiennes, bisexuelles ou transgenres était inférieur d'environ 30 % à celles reçues par les autres femmes¹².
- **Rétention du personnel.** La discrimination force des salariés LGBTI par ailleurs qualifiés à quitter leur emploi, ce qui entraîne des frais de recrutement inutiles et la perte de talents. Aux États-Unis, la probabilité que les salariés qui ne s'affichent pas en tant que LGBT et qui se sentent isolés au travail quittent leur emploi est supérieure de 73 % à celle des LGBT qui ne se cachent pas¹³.
- **Comportement professionnel.** La discrimination et les préjugés sur le lieu de travail nuisent à la productivité, contribuent à l'absentéisme et détruisent la motivation, l'esprit d'initiative et la loyauté envers l'entreprise. Aux États-Unis, 27 % des salariés LGBT qui se taisent sur leur identité ont déclaré dans une étude que ce silence les avait déjà empêchés de parler franchement ou d'exprimer une idée dans le cadre du travail¹⁴. Des études ont montré que, dans l'ensemble, le personnel d'une entreprise – pas seulement les LGBT – s'implique davantage lorsque le lieu de travail est perçu comme inclusif.

LES « DIVIDENDES DE LA DIVERSITÉ »

Une analyse publiée dans la *Harvard Business Review* montre que les entreprises dans lesquelles la diversité est élevée obtiennent de meilleurs résultats. Aux États-Unis, les salariés d'entreprises à forte diversité ont 45 % de chances de plus de déclarer que les parts de marché de leur entreprise ont augmenté par rapport à l'année précédente et 70 % de chances de plus de déclarer que leur entreprise a gagné un nouveau marché. Il ressort également d'une récente étude du Crédit Suisse que les entreprises qui ne montrent aucune réserve envers leurs salariés LGBT obtiennent en moyenne de meilleurs résultats sur les plans du rendement des capitaux propres, des flux de trésorerie et du rendement de l'investissement, ainsi qu'un bénéfice net plus élevé¹⁵.

LE POUVOIR D'ACHAT DES LGBT ET DE LA COMMUNAUTÉ ALLIÉE

En 2015, le pouvoir d'achat global des consommateurs LGBT était estimé à 3 700 milliards de dollars par an, sans compter le pouvoir d'achat de leurs amis et des membres de leur famille (la « communauté alliée »)¹⁶. En 2007, une enquête nationale menée aux États-Unis auprès d'adultes a révélé que 88 % des adultes se présentant comme gays ou lesbiennes étaient disposés à acheter des produits d'enseignes connues pour offrir les mêmes avantages à tous leurs employés, que 77 % étaient disposés à acheter les produits d'enseignes soutenant des organisations à but non lucratif ou des causes importantes pour la communauté LGBT et que 58 % étaient disposés à acheter des produits (y compris des denrées alimentaires et des boissons) et des services aux entreprises qui s'adressaient directement à eux¹⁷. Les préférences de consommation des LGBT sont de plus en plus prises en compte et influent également de plus en plus sur les choix de certaines marques par la communauté alliée. En 2011, il est apparu que 87 % (soit une augmentation de 10 % depuis 2007) des adultes LGBT des États-Unis étaient disposés à acheter les produits d'enseignes soutenant des organisations à but non lucratif ou des causes importantes pour les LGBT, et que 75 % des adultes hétérosexuels étaient disposés à acheter les produits d'enseignes connues pour offrir les mêmes avantages à tous leurs employés¹⁸.

Lieu de travail, sphère commerciale, communauté : obstacles à surmonter et chances à saisir

Sur le lieu de travail, dans la sphère commerciale et dans la communauté, les entreprises engagent généralement le dialogue avec tout un éventail de partenaires au sujet des enjeux liés aux LGBT et aux personnes intersexuées, notamment les employés et les syndicats sur le lieu de travail, les clients, les fournisseurs et les autres parties prenantes dans la sphère commerciale, ou encore la société civile, les gouvernements et les législateurs dans la communauté. Dans le présent chapitre, on examinera les problèmes rencontrés dans le cadre de ce dialogue, mais aussi les points positifs qui s'en dégagent.



Le point de départ des normes de conduite est la responsabilité en matière des Droits de l'Homme que les entreprises ont déjà dans les directives de l'ONU. Celles-ci ne doivent pas être impliquées dans des impacts négatifs sur les droits de l'homme -y compris les droits des personnes LGBTI. Cela représente le standard minimal auquel toutes les entreprises doivent se conformer. Cela inclut la responsabilité de ne pas discriminer ou autrement causer ou contribuer à des violations des droits de l'homme contre toute personne sur la base de son orientation sexuelle, l'identité de genre et les caractéristiques sexuelles. L'engagement des entreprises à cet égard devrait s'accompagner de mesures visant à s'assurer que les changements de politique soient reflétés par les changements de pratique.

Mais au-delà de ces responsabilités, les entreprises ont aussi de nombreuses opportunités d'apporter une contribution plus large à la lutte contre la discrimination contre les membres de la communauté LGBTI en général : en s'engageant avec d'autres parties prenantes, en fournissant un soutien et, dans certaines circonstances, en prenant position publiquement en faveur de l'égalité des droits et du traitement des personnes LGBTI.

Le but n'est pas de prescrire une ligne de conduite mais plutôt de fournir des éléments de réponse, sur la base de normes internationales des droits de l'homme et pratiques d'entreprise observées.

Le Center for Talent Innovation a proposé trois modèles¹⁹ pour décrire les diverses manières dont les entreprises agissent avec diverses parties prenantes pour protéger leurs employés et améliorer la situation des communautés LGBTI locales dans divers environnements juridiques et culturels. Ces modèles s'appliquent également aux entreprises nationales et aux entreprises d'envergure mondiale :



**A ROME FAIT COMME
LES ROMAINS**



**L'APPROCHE DITE
AMBASSEDEUR**



**L'APPROCHE DITE
DÉFENSEUR**

- Application du précepte « Quand on est à Rome ... » :** Permet à une entreprise d'instaurer des exceptions à certaines politiques institutionnelles pro-LGBTI applicables à l'échelle mondiale, en prenant en compte les conditions locales. En se montrant transparents au sujet de ces exceptions et en permettant aux employés qui le désirent de se « désolidariser » de certains messages affichés ou mis en ligne, les entreprises signalent qu'elles se montrent vigilantes pour le compte de leurs employés. Par exemple, une entreprise spécialisée dans les technologies de l'information et des communications et un cabinet juridique international autorisent les employés LGBT à refuser, sans aucune répercussion négative sur leurs perspectives de carrière, de se rendre dans certains pays où ils seraient susceptibles d'être exposés à des risques. Toutefois, bien que cette approche protège certains membres du personnel international contre d'éventuels mauvais traitements, elle n'assure qu'une protection symbolique des droits du personnel LGBTI local et d'autres individus LGBTI susceptibles de subir les répercussions négatives de la présence de l'entreprise dans les pays concernés, et elle ne fait rien pour remédier à la discrimination généralisée dans les pays en question. Dans certaines situations, elle peut même contribuer à perpétuer la discrimination et aller à l'encontre de la responsabilité qui est celle de l'entreprise d'éviter d'empiéter sur les droits de la personne et de réagir lorsque ses activités ont une incidence négative sur les droits de la personne, en vertu des Principes directeurs des Nations Unies.
- L'approche dite « diplomatique » :** Il s'agit d'appliquer les politiques institutionnelles indépendamment du contexte local, en ménageant un espace préservé dans les juridictions où les droits des LGBTI ne sont ni respectés ni protégés, ce qui a souvent également pour effet de promouvoir une plus grande tolérance parmi le personnel local. À titre d'exemple, une entreprise financière d'envergure mondiale applique des politiques de lutte contre la discrimination dans tous ses bureaux; elle relève ainsi le niveau de vigilance dans les juridictions où de telles protections ne sont pas inscrites dans le droit interne. Toutefois, lorsque l'approche « diplomatique » est privilégiée, les employés ne sont généralement protégés que sur leur lieu de travail.
- L'approche dite de « sensibilisation » :** Il s'agit de tenter de peser sur les réglementations locales applicables au travail et sur d'autres lois de portée locale qui ont des répercussions sur les LGBTI afin de renforcer les protections juridiques existantes et de contribuer à l'instauration d'un environnement plus ouvert aux employés LGBTI dans le pays concerné. Il n'est pas nécessaire de rendre publiques les activités de sensibilisation ainsi menées, ni de leur donner une forte résonance; elles peuvent l'être dans le cadre de conversations privées et au moyen de la diplomatie discrète. En effet, nombre de gouvernements seront moins enclins à modifier la législation ou les pratiques existantes s'il apparaît qu'ils le font en réponse à des pressions ou à des activités de sensibilisation d'origine externe.

Une entreprise peut utiliser ces trois modèles à la fois, en fonction des conditions qui prédominent localement dans les juridictions où elle est présente, mais il faut garder en tête que, quelles que soient les circonstances qui prédominent localement, l'attitude du législateur et celle de la société ne sont pas uniformes à l'égard des LGBTI²⁰. Par exemple, une entreprise peut adopter l'approche dite « diplomatique » dans un lieu où la législation est bienveillante mais où règne une hostilité culturelle à l'égard des LGBTI, tout en plaçant simultanément avec plus de vigueur pour l'égalité des droits des LGBTI dans un autre endroit où la législation et les normes en vigueur ont pris du retard de ce point de vue.

Le mérite d'une approche adaptable est sa flexibilité. Le risque qui y est associé est le manque de cohérence, susceptible de compromettre l'application de politiques de portée mondiale et, dans certains cas, de perpétuer la discrimination et de faire en sorte que l'entreprise ne s'acquitte pas de sa responsabilité en matière de respect des droits de la personne, pourtant entériné dans les Principes directeurs et Normes de conduite des Nations Unies, voire de ses responsabilités juridiques/contractuelles, selon le cas. À titre d'exemple, une entreprise qui avait pris une position déterminée contre une loi de l'État de Caroline du Nord (États-Unis d'Amérique) refusant aux LGBT toute protection contre la discrimination a été accusée d'hypocrisie parce qu'elle était également présente en Malaisie, où le fait d'être gay ou transgenre est érigé en infraction pénale. Un autre risque consiste à s'abriter derrière une politique de nature « diplomatique », mais sans mettre en place de programme éducatif ni veiller à ce que la politique en question soit mise en œuvre de manière effective. Ces risques devraient être examinés et analysés au titre du devoir de précaution en matière de droits de la personne et des mesures appropriées devraient être prises pour éliminer ou atténuer les dommages causés.

Il arrive qu'une entreprise ait de bonnes raisons de ne pas opter pour un modèle fondé sur la sensibilisation du public (par exemple, dans le souci de la sécurité de son personnel) et, dans certaines sociétés, la diplomatie discrète et le soutien apporté à la diversité et à l'inclusion donnent en général de meilleurs résultats que les déclarations publiques. Lorsqu'on opte pour une campagne de sensibilisation du public – qui devrait toujours être élaborée en consultation avec la société civile locale –, il n'est pas nécessaire d'être critique vis-à-vis des autorités ;

on peut en revanche prendre des mesures d'action positive et encourager des initiatives qui renforcent la promotion des droits de la personne, tout en plaçant instamment pour que les pouvoirs publics aillent plus loin encore.

Indépendamment de la nécessité pour les entreprises de se montrer flexibles dans l'approche qu'elles choisissent en fonction du pays, il leur faut respecter la norme minimale qui consiste à ne pas porter atteinte aux droits de la personne et à prendre en compte l'incidence négative éventuelle de leurs activités sur ces droits – l'objectif devant être de susciter des améliorations partout où elles sont présentes. En dernière analyse, les droits de la personne sont universels, indivisibles, inaliénables, interdépendants, interconnectés et complémentaires, et les dérogations accordées au titre de certains droits ou groupes de personnes dans des situations particulières risquent de nuire au respect des droits de la personne et devraient être autant que possible évitées. L'approche dite « À Rome... » peut présenter une utilité d'un point de vue pragmatique en dernier ressort, mais elle est également susceptible de légitimer et de renforcer l'injustice et la discrimination et, dans certains cas, se révèle même être contraire aux normes internationales et autres obligations juridiques/contractuelles. Lorsqu'elle choisit cette option, une entreprise devrait au minimum s'assurer qu'elle ne donnera pas lieu ainsi à des violations des droits de la personne, notamment ceux d'employés LGBTI ou d'autres LGBTI, ou qu'elle n'y contribuera pas, et des mesures de protection/correctives devraient être en place pour réagir en cas d'incidence négative provoquée ou alimentée par ses activités..

Lorsqu'elles appliquent ces trois modèles en fonction du contexte dans lequel elles opèrent, les entreprises devraient tenir compte des problèmes susceptibles de se poser à chacune des parties prenantes et recourir aux approches pratiques qui sont à leur disposition pour s'en prémunir.

La section suivante est l'occasion d'examiner de quelle manière les entreprises peuvent s'acquitter de leurs responsabilités vis-à-vis des LGBTI et défendre leurs droits grâce à des activités menées auprès de sept catégories de parties prenantes : les employés et leurs représentants; les clients; les fournisseurs; les actionnaires; les communautés; les syndicats; les gouvernements et les législateurs. Certes, ces diverses parties prenantes sont corrélées, mais le présent document les envisage séparément. Chaque sous-section met en relief les ouvertures et les problèmes potentiels que le fait d'engager le dialogue avec chacune de ces catégories peut susciter, ainsi que certaines approches pratiques.

Sur le lieu de travail

PERSONNEL

Le fait de mettre en place des politiques et des pratiques favorables aux LGBTI sur le lieu de travail et de garantir la sûreté et la sécurité des employés LGBTI et de leurs représentants est susceptible de poser un certain nombre de problèmes d'ordre juridique, culturel et institutionnel aux entreprises. Une telle décision peut avoir des incidences juridiques dans les pays où les relations entre personnes de même sexe, le fait d'être transgenre et/ou les débats publics consacrés à l'orientation sexuelle ou à l'identité de genre sont érigés en infraction. En outre, les entreprises doivent s'adapter à divers environnements culturels et institutionnels et les gérer.

Dans de nombreux pays, par exemple, les employés gays, lesbiennes ou bisexuels qui entretiennent une relation de même sexe et les employés transgenres sont exposés à des risques de poursuites accrues. Cela constitue donc également un risque pour toute entreprise – et s'agissant des secteurs lourdement réglementés, d'autres problèmes viennent s'y ajouter. Dans les services financiers, par exemple, il arrive que les conditions d'emploi disposent que toute condamnation au pénal doit obligatoirement se traduire par la cessation de service. En outre, la violence et la discrimination systémiques dont sont victimes les LGBTI sont susceptibles d'avoir une incidence sur leur santé, sur leur accès à des activités éducatives et sur les options qui s'offrent à elles en matière d'emploi. Cette question se pose certes à l'échelle mondiale, mais les entreprises peuvent et devraient jouer un rôle dynamique en contribuant à l'élimination de telles inégalités structurelles.

Lorsqu'elles cherchent à aligner leurs propres pratiques et politiques opérationnelles sur les normes internationales en matière de droits de l'homme, les entreprises doivent prendre en considération tous les aspects de la situation locale. Il leur faut ainsi tenir compte de l'éventualité d'une absence totale de protection juridique contre la discrimination et le harcèlement sur le lieu de travail et à l'extérieur, de reconnaissance juridique de l'identité de genre des transgenres et de restrictions aussi pesantes qu'abusives imposées à une telle reconnaissance, ou encore de l'absence de reconnaissance juridique des couples de même sexe et de leurs devoirs parentaux. D'autres facteurs

incluent les restrictions imposées à la liberté de parole ou d'association, le risque d'être victime d'actes de violence motivés par la haine, le risque de rejet de la part des parents ou de la famille et l'incidence sur les employés d'un environnement social hostile.

Approches pratiques

La première étape, pour répondre aux préoccupations liées au personnel, consiste à adopter une politique institutionnelle efficace en matière de diversité et d'inclusion, qui définisse des résultats escomptés et établisse un cadre permettant de déterminer si ces objectifs ont été atteints. Une politique efficace doit associer l'engagement pris par l'entreprise en faveur de la diversité ou de l'inclusion à des références claires et spécifiques à l'orientation sexuelle, à l'identité de genre et à l'expression du genre, ainsi qu'aux caractéristiques sexuelles et au statut de personne intersexuée. Elle doit préciser la nature des responsabilités de l'entreprise et des employés, et les conséquences découlant de toute violation de ses dispositions doivent y être énoncées.

L'étape suivante consiste à persuader les parties prenantes internes de premier plan – employés, syndicats et encadrement – d'accepter cette politique, mais aussi d'obtenir de celles-ci qu'elles la soutiennent et s'engagent à mettre en œuvre la stratégie axée sur la diversité et l'inclusion. Certaines entreprises font de cet engagement une condition pour l'octroi de primes à leurs hauts responsables et l'inscrivent dans les cadres de performance. Une autre étape encore consiste à mettre en place une stratégie de mise en œuvre à l'échelle mondiale – en effet, de nombreuses entreprises se développent et accèdent à des marchés où les concepts d'égalité des droits et de traitement équitable des LGBTI ne sont pas toujours institutionnalisés, voire sont considérés comme une menace pour la culture et les croyances locales. Il est essentiel pour les entreprises d'engager le dialogue avec les parties prenantes, en particulier locales, afin de mieux comprendre les tenants et les aboutissants de la situation sur place.

Il est recommandé de constituer un réseau d'appui aux employés LGBTI à l'échelle mondiale – même si, dans certains pays, un tel réseau ne saurait être que virtuel (en raison de préoccupations légitimes liées au respect de l'intimité de la vie privée et à la sécurité des employés concernés et de leurs représentants).

Il est crucial d'assurer le suivi et la pérennisation des efforts déployés en faveur de la diversité ou de l'inclusion. Les hauts responsables et/ou le conseil d'administration devraient recevoir à ce titre des rapports de situation réguliers. Un haut responsable devrait superviser et diriger les initiatives prises en matière de diversité et d'inclusion et veiller à ce que soient organisées régulièrement des activités éducatives et de formation à ces deux concepts. Enfin, les entreprises devraient prendre des mesures volontaristes pour promouvoir la constitution d'un fichier diversifié de candidats à des postes de responsabilité et à des sièges au conseil d'administration.

Cet engagement au plan du recrutement et de la promotion ne devrait pas se limiter aux postes de responsabilité. Afin de lutter contre la discrimination structurelle et la violence dont font l'objet les LGBTI, les entreprises peuvent prendre des mesures d'action positive contre les inégalités auxquelles font face les LGBTI, qu'il

s'agisse d'activités de communication ciblées ou de dispositifs de formation et de recrutement spécifiques, en particulier à l'intention des membres les plus marginalisés des communautés LGBTI.

Dans divers pays, les organisations de LGBTI ont mis au point des directives à l'intention des employeurs, portant sur les politiques et pratiques inclusives sur le lieu de travail. Les documents établis par HRC, Stonewall, Community Business, Workplace Pride, ou ACON présentent des stratégies concrètes et des pratiques optimales pour le recrutement, l'inclusion, le perfectionnement, le maintien au service, la mobilisation et la motivation d'un personnel diversifié²¹.

SYNDICATS

Dans le cadre de leur lutte contre la discrimination, nombre d'entreprises ont trouvé des alliés naturels parmi les syndicats²². En Irlande du Nord, par exemple, les syndicats ont contribué à apaiser les différends d'ordre religieux ou sectaire. De même, les syndicats peuvent notablement contribuer à combattre la discrimination, compte tenu de l'alignement naturel de leur objectif d'équité de traitement des employés et de leurs représentants sur l'objectif qui consiste pour une entreprise à appliquer les normes internationales les plus exigeantes.

Dès 1981, la Canadian Union of Postal Workers (CUPW) est devenue le premier syndicat du pays à obtenir l'inclusion dans les conventions collectives de dispositions interdisant la discrimination au motif de l'orientation sexuelle. Prenant exemple sur la CUPW, d'autres syndicats ont bientôt ajouté la

question de la non-discrimination aux priorités des négociations qu'ils engageaient avec les entreprises et, en 1985, un syndicat représentant les employés de bibliothèque a obtenu l'octroi d'avantages aux partenaires domestiques de ses membres. Dans les années 1980, plusieurs alliances constituées entre militants gays et lesbiennes et les syndicats de mineurs britanniques ont permis d'élargir le soutien apporté à la communauté gay et lesbienne au Royaume-Uni. Ainsi, des groupes syndicaux de mineurs ont participé à diverses marches et manifestations sous la bannière de la « gay pride », ainsi qu'à l'adoption d'une résolution sans précédent lors de la conférence du Parti travailliste de 1985, par laquelle celui-ci s'engageait à défendre l'égalité des droits pour les membres de la communauté gay et lesbienne²³. Les associations de mineurs ont également compté parmi les alliés les plus déterminés de la communauté gay et lesbienne britannique pendant la campagne de 1988 contre la Section 28 du Local Government Act, qui imposait des restrictions à la prétendue « promotion » de l'homosexualité par les autorités locales.

Chaque fois que des syndicats sont constitués de manière indépendante et en mesure d'agir librement, de telles alliances peuvent être bénéfiques pour l'ensemble des parties concernées et susciter des synergies propres à stimuler le changement social dans des pays, des secteurs d'activité et parmi les employés.

Approches pratiques

Les entreprises peuvent commencer par appuyer l'action menée par les syndicats, et se coordonner avec eux à ce titre, aux fins de l'élaboration de politiques syndicales propres à éliminer la discrimination à l'égard des LGBTI. Ces politiques contribuent alors à l'instauration d'un climat positif et font mieux connaître les enjeux liés aux LGBTI. En tant qu'employeurs eux-mêmes, les syndicats devraient montrer en exemple les bonnes pratiques en mettant en place des directives explicites garantissant l'égalité des droits, des avantages et des prestations à leurs propres employés LGBTI et à leurs représentants. Ils devraient également appuyer les efforts déployés par leurs membres LGBTI pour se rencontrer et s'organiser, et leur fournir des ressources aux titres de la communication, de l'établissement de réseaux et de la tenue de conférences sur des thèmes intéressant les LGBTI.

Les syndicats ont également la possibilité d'établir des ponts avec la communauté LGBTI au sens large. Cela peut se traduire par un engagement public de la part du syndicat et par des activités communes menées avec les organisations de la société civile LGBTI lors de manifestations organisées sur ce thème. Lorsque le syndicat britannique UNISON a apporté pour la première fois son soutien à la London Pride March, il s'est heurté à une opposition marquée de la part de ceux qui ne voulaient pas financer ce qui leur semblait être une activité ne correspondant pas à leur cahier des charges. Toutefois, la visibilité de l'engagement pris par le syndicat a été bien reçue par ses membres et a eu une incidence positive sur d'autres organisations de travailleurs.

Il est essentiel que les employés se concertent avec les syndicats aux fins de l'élaboration de plans d'action intégrés en faveur de l'égalité. Dans cette optique, il est crucial que les politiques des entreprises comportent une déclaration sur l'égalité des chances, faisant spécifiquement mention de l'orientation sexuelle, de l'identité de genre, de l'expression du genre et des caractéristiques sexuelles. Les syndicats devraient négocier des directives quant à la mise en œuvre des plans d'action susmentionnés, en réduisant autant que possible les possibilités offertes aux responsables individuels de porter un jugement ou d'avoir une attitude négative à l'égard des LGBTI. Ces plans devraient s'accompagner de campagnes de publicité et leur mise en œuvre devrait faire l'objet d'un suivi.

On peut citer en exemple la Confederazione Generale Italiana del Lavoro, syndicat italien de premier plan, qui a promu l'introduction de codes de conduite dans les entreprises italiennes. Ceux-ci assurent une protection contre la discrimination et permettent aux victimes de déposer plainte le cas échéant. Dans la région d'Émilie-Romagne, le syndicat a conclu un accord avec Arcigay, organisation non gouvernementale LGBT, visant à modifier la perception des LGBT parmi les membres du syndicat et sur le lieu de travail.

Dans la sphère commerciale

CONSUMMATEURS



La discrimination peut avoir une incidence négative sur les entreprises en ce qu'elle risque de se répercuter sur la demande des consommateurs.

Nombre de consommateurs attendent aujourd'hui des entreprises qu'elles défendent publiquement les droits des LGBTI partout dans le monde. Une entreprise présente dans des pays où les droits des LGBTI sont systématiquement bafoués y subit parfois des pressions visant à lui faire prendre une position qui ne correspond pas aux valeurs des consommateurs de son pays d'origine et d'autres régions. Certes, les entreprises devraient toujours évaluer l'incidence de leurs opérations sur les droits de la personne et agir de manière à atténuer, voire éliminer, toute incidence négative, mais nombre d'entre elles découvrent aussi que le fait de lutter activement contre la discrimination rapporte certains avantages commerciaux. On observe une tendance à l'évolution vers la consommation socialement responsable dans de nombreux pays, où les consommateurs s'identifient avec les entreprises déterminées à respecter les normes en vigueur sur le plan environnemental et social, ainsi qu'en matière de droit du travail et de droits de la personne. Ces segments de marché sont de taille variable mais ils sont influents et utilisent souvent les médias sociaux pour mobiliser un soutien d'un continent à l'autre.

De même, lorsqu'une entreprise se rend coupable de discrimination ou d'autres violations des droits de l'homme, ou y contribue, les consommateurs de certains pays ont de plus en plus tendance à décider, en réaction, de s'adresser ailleurs. Une telle mobilisation de la part des consommateurs a été constatée dans des sphères aussi différentes que la commercialisation des diamants, du chocolat, de boissons sans alcool contenant du sucre ou d'aliments contenant des ingrédients génétiquement modifiés, ou l'achat de café auprès d'exploitants sur la base du commerce équitable, et certaines coalitions exigent des vêtements qui n'ont pas été produits dans des ateliers clandestins.

Les consommateurs LGBTI sont certainement en pointe dans ce domaine, qui répondent on ne peut plus favorablement lorsqu'ils constatent qu'une entreprise s'acquitte de sa responsabilité sociale. En guise d'exemple, une enquête récente a montré que 68 % des consommateurs LGBT polonais préféraient choisir des marques qui leur apportaient un soutien et que 91 % des consommateurs LGBT polonais étaient prêts à cesser d'acheter des produits issus de marques perçues comme « homophobes » ou à protester publiquement contre de telles marques²⁴. Il n'est peut-être guère surprenant que les entreprises assujetties à une marque soient plus enclines que d'autres à adopter des politiques responsables d'un point de vue social et à établir des normes.

Mais les pressions exercées par les consommateurs sont à double tranchant. Il arrive ainsi que des organisations de la société civile qui s'opposent à la défense des droits fondamentaux des LGBTI procèdent à une sélection parmi les marques. Certaines entreprises ont ainsi été victimes de campagnes menées en ligne, où il était demandé aux consommateurs de boycotter leurs produits en raison d'une position qu'elles avaient prises sur des enjeux liés aux LGBTI.



Approches pratiques

Nombre d'entreprises ont investi dans la création d'une image de marque qui véhicule des préoccupations sociales fondées sur le respect des droits de la personne et sur l'engagement de contribuer à un changement social positif. Une telle démarche peut accroître le rayonnement et l'influence d'une entreprise et avoir une incidence sociale positive – notamment, en l'occurrence, contribuer à l'élimination de la discrimination contre les LGBTI. Mais elle exige que l'entreprise s'assure que celles de ses politiques qui portent sur son personnel, ses fournisseurs et d'autres parties prenantes sont effectivement respectueuses des droits de la personne, notamment de ceux des LGBTI, et correspondent aux messages de commercialisation qu'elle diffuse.

De plus en plus souvent, les entreprises s'en remettent à des groupes de ressources LGBTI, constitués dans le but de mobiliser les employés à l'appui de tels efforts. Certaines les ont d'ailleurs baptisé « groupes de ressources-employés » ou réseaux associés. Les groupes de ressources LGBTI fonctionnent sur une base volontaire : ils se composent d'employés LGBTI qui se réunissent sur leur lieu de travail et que leurs membres ou des organisations intéressées sollicitent; ces groupes contribuent à rendre l'environnement de travail

diversifié et inclusif et à l'aligner sur les objectifs institutionnels. Par leur existence même, ils favorisent l'entraide entre collègues. Ceux qui se heurtent à des problèmes similaires peuvent offrir un appui en connaissance de cause, donc beaucoup plus sincère, aux autres. Ces groupes, qui ont souvent vu le jour sous la forme de forums informels destinés à permettre aux collègues LGBTI de tisser des liens, se sont officialisés dans de nombreuses entreprises dont ils reçoivent un soutien. Elles puisent dans ces groupes de ressources pour s'assurer que leurs messages commerciaux sont conformes aux principes défendus par leur communauté de consommateurs, apprennent à connaître en profondeur les marchés et accèdent du même coup à des segments dans lesquels elles n'étaient pas traditionnellement présentes. Cela profite à la fois aux consommateurs et à la marque et conserve les employés mobilisés.

FOURNISSEURS

Les Principes directs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme font ressortir qu'au-delà des seules activités propres à l'entreprise, il est important de recenser et d'évaluer toute incidence négative sur les droits de la personne susceptibles de résulter des relations qu'elle entretient avec ses associés, ses fournisseurs, ses partenaires et ses sous-traitants. Il y est également indiqué qu'une entreprise devrait prendre en compte, dans le cadre de la diligence raisonnable, « les incidences négatives sur les droits de l'homme qui peuvent découler directement de ses activités, produits ou services par ses relations commerciales ».

Cette précaution importe d'autant plus que les entreprises sont de plus en plus dépendantes d'employés qui ne travaillent pas pour elles directement. Selon une étude portant sur les syndicats, seuls 6 % des employés des sociétés multinationales travaillent directement pour elles; les autres – 94 % – travaillent pour les fournisseurs de ces sociétés²⁵. La mondialisation a entraîné l'apparition d'entreprises dont la structure et les relations qu'elles entretiennent avec d'autres entreprises sont de plus en plus complexes²⁶, mais cela ne les exonère pas pour autant de leur devoir de respect des droits de la personne. On attend non seulement des entreprises qu'elles évitent de provoquer des violations des droits de la personne ou d'y contribuer, mais aussi qu'elles usent de leur influence pour corriger les incidences négatives en la matière qui sont directement liées à leurs relations commerciales, y compris celles qu'elles entretiennent avec leurs fournisseurs.

Des incidences négatives sur les droits de la personne ayant des répercussions sur les LGBTI sont susceptibles d'intervenir à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. La responsabilité des sociétés pour ce qui est des droits fondamentaux passe non seulement par le souci de respecter les droits des LGBTI dans l'entreprise, mais aussi par celui d'être attentif à la manière dont les fournisseurs et les partenaires commerciaux se comportent.

Approches pratiques

Une entreprise peut user de son influence dans le cadre de ses relations avec un fournisseur, en mettant notamment l'accent sur l'importance de cette relation sur le plan commercial ou en termes de réputation, pour faire pression afin que les LGBTI soient traités équitablement et pour que leurs droits soient respectés – par exemple en incluant des dispositions contraignantes en matière de droits de la personne et de non-discrimination dans les contrats. Parfois, une entreprise peut peser grâce à son pouvoir d'achat : les fournisseurs veulent maintenir les relations commerciales qu'ils entretiennent avec elles et prennent donc les mesures requises par leurs clients pour les conserver. La prise en compte de telles exigences dans les procédures d'achat, le fait de les expliquer aux fournisseurs et d'aider ceux-ci à appliquer de façon effective les politiques qui en découlent sont autant d'étapes cruciales vers une évolution positive.

Dans de nombreuses entreprises, les équipes en charge de la promotion de la diversité agissent en partenariat avec le département des achats pour multiplier les possibilités offertes aux entreprises appartenant à des LGBTI de faire des appels d'offres. À titre d'exemple, une société de services financiers a constitué une base de données d'entreprises de fournisseurs appartenant à des LGBT et leur propose des contrats pour la fourniture de produits et de services.

Chaque année, aux États-Unis, une enquête est menée par la Human Rights Campaign Foundation, qui permet d'évaluer les programmes axés sur la diversité des fournisseurs (section Sensibilisation du public), qui donne lieu à la publication d'un indice de l'égalité dans l'entreprise. Selon l'indice pour 2013, 50 % des employeurs avaient mis en place des programmes axés sur la diversité des fournisseurs. Parmi eux, 57 % ont fait savoir que leurs programmes axés sur la diversité incluaient des entreprises appartenant à des LGBTI. Le nouvel ensemble de critères applicables pour l'établissement de l'indice en question se concentrera plus explicitement sur la diversité des fournisseurs.

ACTIONNAIRES

Les entreprises qui ne défendent pas le concept d'inclusion des LGBTI risquent de décourager certains investisseurs, notamment les fonds qui tiennent compte des impératifs sociaux. Depuis la fin des années 1990, les investisseurs ont de plus en plus conscience du rôle que les entreprises jouent en apportant une contribution aux sociétés dans lesquelles elles opèrent – et parfois même en y apportant des améliorations.

De plus en plus souvent, les entreprises se trouvent face à des investisseurs militants qui attendent d'elles qu'elles fassent la démonstration de leur respect des droits de la personne. L'élaboration des Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme était le reflet de cette évolution et contribue depuis à ce qu'elle se poursuive.

Dans certains cas la pression des actionnaires aide à transformer des directives en mesures pratiques. Dans le passé, les pressions exercées sur les entreprises pour qu'elles respectent les normes en matière de droits de l'homme entraînaient souvent une prise de position générale sous la forme d'une déclaration de principe; aujourd'hui, on attend davantage des entreprises, à savoir qu'elles mettent en place les directives et prennent les précautions qui sont nécessaires pour que leurs engagements se traduisent par des actes.

S'il est difficile d'évaluer la position collective que les actionnaires sont susceptibles de prendre s'agissant de la discrimination à l'égard des LGBTI ou de quelque autre groupe, la détermination avec laquelle certains militent pour l'inclusion des LGBTI est de plus en plus visible²⁷. Les actionnaires influent sur la prise de décisions engageant les entreprises au sujet de ces questions de diverses manières, notamment au moyen de propositions ou de résolutions présentées par les actionnaires. En 2014, par exemple, un groupe d'actionnaires qui possédaient ou géraient entre eux 210 milliards de dollars d'actifs ont déposé des projets de résolution auprès des conseils d'administration de 20 entreprises cotées en bourse aux États-Unis, dans lesquelles ils faisaient pression pour que les politiques de lutte contre la discrimination et en faveur de l'égalité des prestations pour les LGBT soient étendues aux filiales étrangères. Dans une lettre ouverte²⁸, des investisseurs se sont dits préoccupés par les environnements juridiques et culturels extrêmement divers et souvent pénalisants auxquels faisaient face les LGBT dans certaines parties du monde et au sujet des risques y associés pour les entreprises présentes dans de tels environnements. Ils ont demandé des éclaircissements quant à l'état de préparation des entreprises s'agissant de la lutte contre les menaces ou les persécutions auxquelles les employés concernés et leurs représentants faisaient face.

À l'inverse, en certaines occasions, il est arrivé que les actionnaires mettent à profit des réunions

d'investisseurs pour s'alarmer de ce que telle ou telle entreprise défendait les droits fondamentaux des LGBTI et pour appeler à la boycotter. Il a ainsi été reproché à certaines entreprises de prendre fait et cause publiquement pour l'égalité des LGBTI ou d'avoir installé des toilettes réservées aux transgenres, en fonction de leur identité de genre. En 2013, le président-directeur général de Starbucks a apporté la réponse suivante à une question de ce type posée par un actionnaire : « Toute décision n'est pas une décision économique. [...] L'optique dans laquelle nous prenons cette décision est celle de nos employés. Cette entreprise en compte plus de 200 000 et nous voulons favoriser la diversité. Sous toutes ses formes²⁹ » Lorsque les actionnaires mettent en question la direction d'une entreprise et s'opposent à ce que le souci de non-discrimination soit étendu aux employés LGBTI, il incombe à l'entreprise de continuer à faire respecter les droits de la personne, en adéquation avec la législation nationale ou avec les normes internationales. Une entreprise ne saurait accepter une résolution déclarant que les femmes doivent être moins bien payées que les hommes; à cette même aune, les entreprises ne devraient pas entériner les résolutions émanant d'actionnaires qui sont susceptibles de restreindre les droits des employés LGBTI.

Approches pratiques

A Un nombre croissant de données factuelles attestent que les entreprises qui favorisent la diversité et l'inclusion sont récompensées par les marchés³⁰. Les investisseurs et les entreprises qui recherchent des partenaires déterminés à respecter les droits de la personne se tournent de plus en plus souvent vers des entreprises qui agissent conformément aux Principes directeurs des Nations Unies. Une telle pression exercée par les marchés encourage nombre d'entreprises à prendre davantage de mesures fidèles à ces Principes et à présenter dans leurs rapports annuels leurs résultats précis en la matière ainsi que des preuves qu'elles adhèrent aux normes internationales. À l'heure où des normes pour l'établissement de rapports sont adoptées³¹ et où davantage d'entreprises sont à la recherche de critères³² pour la mesure de leur performance, les investisseurs sont susceptibles de se tourner vers des entreprises dont les paroles sont suivies d'actes et dont les actes sont conformes aux normes internationales.

Une culture d'entreprise qui valorise la diversité et l'inclusion renforce la réputation de l'entreprise en tant qu'employeur équitable, attire un éventail plus diversifié de candidats qualifiés, entretient la motivation et la productivité des employés, suscite l'innovation et réduit les risques de discrimination et de harcèlement. Les initiatives prises à cet égard peuvent faire l'objet de messages clairs – adressés tant aux actionnaires qu'au grand public – dans les rapports annuels, les rapports sur la durabilité et les bulletins adressés aux actionnaires.

Au sein de la communauté

AU SEIN DE LA POPULATION

À l'échelle mondiale, la manière dont les LGBTI sont considérés varie énormément d'un pays à l'autre et la situation à cet égard évolue constamment³³. Les conditions sur le

terrain changent rapidement : elles s'améliorent dans la plupart des endroits, mais il arrive aussi qu'elles se détériorent. D'un pays à l'autre, voire d'une communauté à l'autre, on peut observer des différences notables dans le traitement dont font l'objet les LGBTI – sachant que les lesbiennes, les gays, les bisexuels, les transgenres et les personnes intersexuées font face à des types différents d'actes de violence, de discrimination et de violation des droits de la personne. En outre, les progrès enregistrés sur le plan législatif et politique ne se traduisent pas nécessairement par des améliorations dans la vie quotidienne des personnes concernées. Les préjugés subsistent à un certain niveau dans toutes les sociétés longtemps après que les réformes juridiques nécessaires ont été promulguées.

Les entreprises doivent mesurer l'étendue des problèmes auxquels nombre de LGBTI se heurtent dans leur communauté – rejet par leur famille, mauvais traitements, difficultés rencontrées pour accéder aux soins de santé, au logement ou à l'éducation, absence de protection contre la violence et le harcèlement, restrictions imposées à leur liberté d'expression, d'association et de réunion. De plus en plus souvent, les communautés LGBTI affirment que « rien de ce qui nous concerne ne doit être décidé sans nous »³⁴, ce qui fait

ressortir combien il est important pour elles d'avoir voix au chapitre dans toutes les initiatives visant à lutter contre la discrimination à leur égard. Il en va ainsi de tous les problèmes de nature sociale – ceux qui en font les frais sont généralement les mieux placés pour les comprendre et pour déterminer de quelle manière les régler.

Approches pratiques

Les partenariats noués avec des groupes locaux de LGBTI démontrent un engagement à long terme envers cette communauté et peuvent aider les entreprises à mieux comprendre les défis auxquels ses membres font face. De tels partenariats peuvent éclairer les entreprises lorsqu'elles élaborent des politiques idoines et leur montrer la voie à suivre pour favoriser et appuyer des changements sociaux positifs.

Dans les sociétés où la discrimination à l'égard des LGBTI est particulièrement répandue, le moyen le plus efficace pour une entreprise de contribuer au changement n'est autre que d'apporter son soutien financier aux organisations locales et aux manifestations qu'elles animent au sein des communautés – et dans certains cas, cette approche est plus efficace qu'une prise de position publique. Dans ce type de contexte, il est d'autant plus important d'être guidé par des parties prenantes locales.

Les organisations susceptibles de bénéficier du soutien d'entreprises sont les centres de jeunes LGBTI, les centres communautaires, les groupes de sensibilisation et les organisations à but caritatif. Outre la fourniture d'un appui direct et d'autres formes d'assistance, les entreprises peuvent encourager le personnel à se porter volontaire pour aider de telles organisations ou offrir de faire des dons à hauteur de ceux que leur personnel fait à ces groupes. Les entreprises peuvent également créer des prix ou apporter leur soutien à des récompenses existantes, ce qui peut contribuer à protéger et à légitimer l'action menée par les défenseurs des droits de la personne en rehaussant leur image auprès du public et en leur donnant des moyens pratiques de s'exprimer. L'aide apportée à des groupes LGBTI par des sources étrangères peut être interprétée comme un soutien d'« agents étrangers » : il faut prendre en considération ce type de risque et l'atténuer dans toute la mesure possible.

SUR 193 PAYS...



interdisent la discrimination basée sur l'orientation sexuelle dans l'emploi



interdisent la discrimination basée sur l'identité de genre dans l'emploi



interdisent la discrimination basée sur le fait d'être intersexué

POUVOIRS PUBLICS



Où que ce soit dans le monde, l'absence de protection juridique adéquate contre la violence et la discrimination expose les LGBTI à des violations caractérisées de leurs droits fondamentaux et les prive de tout recours et de toute réparation lorsqu'ils sont victimes de telles violations³⁵.

Les LGBTI font souvent l'objet de discriminations sur le marché du travail, ainsi que pour l'accès à l'éducation, aux soins de santé, au logement et aux services publics. Ils sont exposés à un risque beaucoup plus important que la moyenne d'être victimes de violence motivée par la haine : agressions verbales et physiques, agressions sexuelles, voire torture ou assassinat, ou encore mauvais traitements et violations de leurs droits dans les cabinets médicaux, les hôpitaux et les cliniques. Dans 73 pays³⁶, la législation érige en infraction pénale les relations consensuelles entre personnes de même sexe³⁷, au moins huit érigent en infraction pénale le « travestissement » et, dans de nombreux autres, la législation prévoit des sanctions contre les transgenres (la définition qui en est donnée étant souvent floue)³⁸.

Ces lois ont de lourdes répercussions sur la vie des LGBTI – elles reviennent en effet à légitimer le traitement discriminatoire, à enraciner l'opprobre dont ces personnes font l'objet et à contraindre nombre d'entre elles à dissimuler leur identité et leurs relations. Selon l'Agence des droits fondamentaux de l'Union européenne, un tiers des transgenres à la recherche d'un emploi dans l'UE se sont heurtés à une forme de discrimination et un tiers ont fait état d'un traitement inéquitable sur leur lieu de travail du fait qu'ils étaient transgenres³⁹.

Au 1er janvier 2017, la discrimination dans l'emploi au motif de l'orientation sexuelle n'était interdite que dans 67 pays sur 193 et une protection explicite au motif de l'identité de genre ou de l'expression du genre n'était accordée que dans 20 d'entre eux. Seuls trois pays protégeaient les personnes intersexuées contre la discrimination et un seul interdisait la chirurgie ne présentant pas de nécessité médicale, à laquelle nombre d'enfants intersexués sont soumis⁴⁰. La législation de 39 États – soit 20 % du total mondial – reconnaît les partenariats de même sexe, et celle de 21 d'entre eux reconnaît le mariage de personnes de même sexe, qu'elle place sur le même pied que le mariage de personnes de sexes différents. Un certain nombre de pays, notamment en Asie, en Amérique latine et en Europe, ont pris des mesures pour

étendre la reconnaissance juridique des transgenres et des mesures de protection qui leur sont assurées, mais cela s'accompagne souvent de conditions préalables qui constituent une violation des normes en matière de droits de l'homme.

Les entreprises peuvent et devraient appuyer l'adoption des réformes juridiques nécessaires, et les parties prenantes locales indiquent que cela contribuerait à susciter un changement positif. Les politiques d'inclusion sur le lieu de travail ne sont pas suffisantes en elles-mêmes pour protéger les LGBTI et leurs représentants et autres parties prenantes dans les pays dotés de lois anti-LGBTI. Lorsque c'est utile et que les intervenants locaux le réclament, les entreprises ont également la possibilité d'apporter un appui aux communautés locales en engageant un dialogue direct avec les gouvernements et les législateurs dans les pays où elles sont présentes. Dans de nombreux pays d'Europe, des Amériques et d'Asie, l'appui apporté par des entreprises actives au plan mondial aux mouvements locaux en faveur de l'égalité pour les LGBTI contribue à l'édification d'un environnement plus inclusif à l'échelle de la société.

Approches pratiques



L'approche dite de « sensibilisation », décrite plus haut, vise à encourager et appuyer le changement au niveau national. Les activités de sensibilisation peuvent prendre de nombreuses formes, depuis la mobilisation directe des pouvoirs publics jusqu'à des actions de sensibilisation ou de portée symbolique menées localement, qui sont le signe d'une solidarité avec la communauté LGBTI locale (voir p. 21).

Dans le passé, des entreprises ont eu recours à la « sensibilisation » pour mettre en question les lois pénales et prétendument « anti-propagande » existantes ou qu'il était proposé d'adopter, ainsi que d'autres tentatives de restriction des droits des LGBTI. Le fait d'intégrer la critique de telles propositions dans une dynamique de portée plus vaste visant à instaurer un meilleur respect et une meilleure protection s'est parfois révélé efficace, en particulier dans des contextes difficiles. Par exemple, les entreprises peuvent encourager les gouvernements à protéger la liberté d'expression de toutes les communautés minoritaires, y compris les LGBTI, et promouvoir la valeur de la diversité et de l'inclusion sur un plan plus général. Une entreprise peut également faire œuvre de pédagogie – s'agissant des enjeux liés aux LGBTI – auprès d'entreprises du même secteur.

Les entreprises sont encouragées à travailler en collaboration étroite avec les groupes de la société civile et des communautés touchées. Elles devraient suivre les conseils dispensés par de tels groupes avant de déterminer à quel moment prendre la parole publiquement, à quel moment œuvrer de manière plus discrète et de quelle manière apporter un appui qui soit le plus efficace possible.

ÉVALUER LES POLITIQUES DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS AU TRAVAIL

ÉTATS UNIS

En 2002, le **Human Rights Campaign** (HRC) constatait que seulement 61% des entreprises interrogées avaient des politiques interdisant la discrimination sur la base de l'orientation sexuelle et seulement 5% sur la base de l'identité de genre. Par 2015, ces chiffres avaient augmenté à 93% et 87% respectivement. Au cours de cette période, la proportion d'entreprises offrant l'assurance maladie trans-inclusive est passée de zéro à 60%; plus de 300 les grandes entreprises ont maintenant des lignes directrices sur la transition en place. Chaque année, de nouveaux critères sont ajoutés, ce qui rend le processus de qualification plus strict. En février 2016, HRC a publié la première édition mondiale de son « Corporate Equality Index ». Le meilleur score est de 100 pour cent. De nombreuses entreprises l'atteignent mais un certain nombre de « Fortune 1000 » ont toujours des scores très faibles.

ROYAUME-UNI

Stonewall a produit un index annuel des 100 meilleures entreprises depuis 2005. L'index classe les entreprises sur dix critères, y compris les politiques d'emploi, l'engagement des employés, la formation du personnel, la politique des fournisseurs et l'engagement communautaire. Depuis 2011, **Stonewall** propose également d'indexer, mesurer et comparer la performance des multinationales et leur approche de l'égalité des LGBT au niveau mondial.

HONG KONG SAR, CHINE

Un nouvel indice créé par **Community Business** classe les entreprises en référence à leurs politiques et pratiques d'inclusion et de diversité pour les personnes LGBT. En 2010, l'organisation a réalisé un sondage auprès des employés et alliés LGBT concernant la culture du lieu de travail à Hong Kong.

AUSTRALIE

L'indice australien de l'égalité en milieu de travail produit par ACON fournit une référence nationale pour l'inclusion sur le lieu de travail des personnes LGBTI. L'indice est basé sur une enquête mesurant l'impact global des initiatives des entreprises dans ce domaine sur la culture organisationnelle et les employés.

GLOBAL

Workplace Pride, basé à Amsterdam, a lancé en 2014 The Global Benchmark, un indice international sur l'inclusion des personnes LGBT sur le lieu de travail, conçu pour prendre en compte les aspects transfrontaliers. En 2016, il couvrait 30 multinationales et ses trois millions d'employés. HRC et **Stonewall** ont introduit également une dimension internationale dans leurs enquêtes, permettant aux entreprises de comparer leurs engagements mondiaux sur les questions LGBT. Ces indices peuvent constituer la base d'un système de benchmarking.

L'ESPÉRIENCE DES PRINCIPES DE SULLIVAN, EN AFRIQUE DU SUD

En Afrique du Sud, durant les années d'apartheid, de nombreuses entreprises américaines ont adhéré aux Principes de Sullivan, qui préconisaient notamment la promotion au mérite et l'égalité salariale, malgré les lois raciales en vigueur dans le pays. Ces principes étaient les suivants :

- Non-ségrégation des races dans les cantines, les toilettes et les autres installations des lieux de travail;
 - Des pratiques d'emploi égales et justes pour tous les employés;
 - Le même salaire pour tous les employés exécutant le même travail ou un travail comparable durant la même période;
 - Lancement et développement de programmes de formation visant à préparer un nombre important de personnes noires et d'autres non-Blancs à exercer des fonctions de supervision et d'administration et à assumer des emplois de bureau ou de technicien;
 - Augmentation du nombre de Noirs et des autres non-Blancs occupant des postes de direction et de supervision;
 - Amélioration de la qualité de vie des Noirs et des autres non-Blancs en dehors du lieu de travail, dans des domaines tels que le logement, les transports, l'éducation, les loisirs et la santé;
 - Abrogation des lois et coutumes contraires à la justice sociale, économique et politique (principe ajouté par la suite).
- Sans exagérer leur importance, on peut dire que les principes de Sullivan ont contribué à créer un environnement dans lequel les salariés blancs et non blancs travaillaient sur un pied d'égalité, et que leur application par les entreprises qui continuaient d'avoir des activités en Afrique du Sud a permis de constituer un vivier de cadres dans lequel ce pays puiserait plus tard, à la fin à l'apartheid en 1991.

LES PRINCIPES ACTUELLEMENT APPLIQUÉS PAR LES ENTREPRISES À L'ÉGARD DES LGBT

En France, l'association **L'Autre Cercle** a élaboré une charte intitulée « Charte d'engagement LGBT » que les entreprises peuvent signer afin de manifester publiquement leur attachement à l'égalité de traitement des salariés LGBT. Les entreprises signataires s'engagent à :

- Créer un environnement de travail inclusif pour le personnel LGBT ;
- Veiller à une égalité de droit et de traitement entre tous les membres de leur personnel, quelles que soient leur orientation sexuelle ou leur identité de genre ;
- Soutenir les membres de leur personnel qui sont victimes de propos ou d'actes discriminatoires ;
- Suivre la progression des carrières et partager les bonnes pratiques pour faire évoluer l'environnement professionnel général.

Dans le même ordre d'idées, aux Pays-Bas, les signataires de la Déclaration d'Amsterdam établie en 2011 par l'association **Workplace Pride**, dont de nombreuses grandes entreprises, prennent une série d'engagements, organisés en dix points, visant à lutter contre les traitements inéquitables que subissent les personnes LGBT sur le lieu de travail. Les employeurs sont notamment incités à identifier et à aider les dirigeants et les décideurs (homosexuels et hétérosexuels, transgenres et cisgenres⁴¹) qui s'emploient activement à créer des environnements de travail inclusifs pour les LGBT, ou à appuyer les groupes d'aide ou programmes de formation, comme les formations à la diversité LGBT à l'intention des cadres.



APPENDICE ÉTUDES DE CAS

Cette section discute des exemples concrets de défis rencontrés par les entreprises ainsi que leurs pratiques dans leurs efforts afin de remplir leurs responsabilités et jouer un rôle plus important dans la lutte contre la discrimination.

Faire face aux lois dites « de propagande anti-gay »

En novembre 2013, le **groupe IKEA**, grand distributeur mondial d'ameublement, a retiré de son magazine en ligne diffusé en Russie un article dans lequel apparaissaient un couple de personnes de même sexe et leur enfant, chez eux. Cet article faisait partie d'une publication diffusée à l'échelle mondiale dans laquelle on voyait différentes familles profitant de leur intérieur. La décision de ne pas montrer de parents de même sexe dans l'édition russe était motivée par la loi russe dite « de propagande anti-gay », qui interdit l'apologie des relations « non traditionnelles ». L'entreprise a décidé de se conformer à cette loi afin de protéger ses collaborateurs et les membres de leur famille, mais a été critiquée par des clients et par d'autres parties prenantes, y compris des groupes LGBT et des groupes de défense des droits de la personne d'autres pays. Cette affaire montre que les politiques établies à l'intention des entreprises au niveau international peuvent se heurter aux réalités nationales.

Toutefois, cet épisode a marqué un tournant dans la manière dont IKEA travaille à l'inclusion professionnelle des LGBT et a amené l'entreprise à définir et à appliquer à l'échelle mondiale un plan d'inclusion systématique des LGBT. Ce plan, maintenant en vigueur, vise à créer un environnement de travail pleinement inclusif et contribue à un changement pour le mieux pour les collaborateurs LGBT. Les plans de ce type, lorsqu'ils s'accompagnent d'une réflexion sur les moyens de sensibilisation collective à mettre en œuvre, peuvent être porteurs de progrès sur le long terme.

Trouver des solutions ponctuelles pour faire face aux lois discriminatoires

Certains diplomates LGBT et leurs partenaires ont pu parvenir à des arrangements officieux avec les pays hôtes dont les lois restreignaient les droits des personnes LGBT ou dans lesquels celles-ci pouvaient faire l'objet de poursuites pénales. En revanche, les salariés du secteur privé qui souhaitent emmener leur partenaire avec eux lorsqu'ils sont affectés à l'étranger se heurtent parfois à des difficultés. Certaines entreprises ont décidé que ceux de leurs employés qui auraient décidé de ne pas aller travailler dans des endroits où la réglementation est discriminatoire à l'égard des personnes LGBT ne seraient pas pénalisés. Pour contourner les lois qui posent problème, d'autres ont mis au point des solutions ponctuelles dont les bénéficiaires sont souvent des salariés étrangers.

Baker McKenzie met en pratique sa position « non neutre » sur les questions relatives aux LGBT en désignant, dans chacun de ses bureaux, un partenaire chargé de l'inclusion des LGBT qui veille à l'application des politiques de lutte contre la discrimination et à ce que des engagements soient pris en faveur de la diversité et de l'inclusion. Une autre société prend à sa charge le loyer et les frais de nettoyage d'un appartement comprenant deux chambres afin que les partenaires de même sexe aient l'air de dormir dans des chambres séparées et que les apparences soient sauvegardées. Une multinationale évite de conclure des accords officiels avec les États hôtes s'il existe un risque que ces accords soient annulés par suite d'un changement de gouvernement, ou d'un revirement à leur sujet. Lorsque les relations entre personnes de même sexe sont illégales dans un pays et que ce pays refuse un visa ou un permis de séjour au conjoint de même sexe d'un de ses salariés, cette même société aide le salarié en question en lui accordant des jours de congés supplémentaires pour qu'il puisse rentrer chez lui et maintenir le lien familial.

Des marques engagées

En Inde, des entreprises telles que **Godrej, Genpact, Intuit, ThoughtWorks, Microsoft** et **Google** ont pris position publiquement contre l'article 377 du Code pénal, qui érige en crime les relations entre personnes de même sexe. Les marques qui diffusent des publicités militant contre l'article 377 sont par exemple le joaillier Tanishq (dont le propriétaire est **Titan**, du **groupe Tata** qui a posté sur Twitter une publicité où l'on voit une paire de boucles d'oreilles en diamant accompagnée du slogan « Two of a kind always make a beautiful pair! #sec377 » (deux choses identiques forment toujours une belle paire); **Fastrack**, une marque d'accessoires de mode en vogue auprès des jeunes, a mené une campagne baptisée « Move On » (il faut évoluer) en faveur de l'abrogation de l'article 377, abrogation également soutenue sur Twitter par la marque de produits de luxe **Hidesign**.

Les prises de positions publiques peuvent être bénéfiques à l'activité d'une entreprise, en particulier si elles visent les jeunes consommateurs. La publicité récemment diffusée par **Colgate Mexique** dans le cadre de la campagne #SmileWithPride, où apparaît un couple gay, a suscité des réactions favorables. Aux États-Unis, **Google** a récemment étudié deux campagnes de marketing⁴² visant les LGBT et publié les conclusions suivantes :

- Dans ce pays, 47 % des moins de 24 ans sont plus enclins à soutenir une marque après avoir vu une publicité sur le thème de l'égalité des LGBT (contre 30 % pour les plus de 24 ans) ;
- La publicité « Proud Whopper » de **Burger King** a été remarquée par 20 % de la population des États-Unis. La génération Y (les personnes nées entre le début des années 80 et le début des années 2000) a été sensible à son message 4,8 fois plus souvent que le reste de la population ;
- En se montrant en faveur des LGBT dans sa campagne publicitaire, **Honey Maid** a atteint son objectif : provoquer le débat et le dialogue. Les recherches dans Google sur le nom de la marque ont augmenté de 400 % pendant la campagne.

Faire face aux réactions hostiles

Présente dans 74 pays et avec près de 200 000 salariés dans le monde entier, la banque française **BNP Paribas** est une banque de premier plan dans la zone euro qui occupe le quatrième rang au niveau mondial. Lorsqu'elle a décidé de signer la Charte de l'Autre Cercle en 2015, elle a essuyé les réactions hostiles d'un groupe fortement opposé aux relations entre personnes de même sexe, et son conseil d'administration a reçu environ 12 000 courriels de protestation contre sa décision. Si elle n'avait pas prévu une telle réaction, elle n'est pas pour autant revenue sur sa décision. En revanche, elle a décidé qu'à l'avenir, elle aurait une meilleure politique de communication interne afin que ses salariés soient mieux associés aux décisions et que les intentions du Groupe soient mieux comprises.

Gérer le risque de réputation dans toute la chaîne d'approvisionnement

La société française de télécommunications **Orange** a dû gérer un risque de réputation lorsqu'il est apparu qu'elle faisait de la publicité dans un journal ougandais, *Red Pepper*, qui avait désigné nommément 200 personnes comme étant homosexuelles, photographies à l'appui. Une pétition en ligne lui demandant d'annuler son contrat avec le journal a recueilli 77 000 signatures. La société a alors annoncé qu'elle ne renouvellerait pas son contrat publicitaire avec ce journal.

Intégrer le principe d'égalité des LGBT dans les pratiques en matière d'achats et de gestion de la chaîne d'approvisionnement

Simmons & Simmons LLP, cabinet d'avocats international qui compte plus de 1 500 employés et 21 bureaux en Europe, au Moyen-Orient et en Asie, a en place un programme bien établi d'échange avec les fournisseurs et, de sa propre initiative, a entrepris d'intégrer les principes liés à l'égalité de traitement des LGBT dans ses pratiques d'achat.

Le cabinet demande aux fournisseurs potentiels de répondre à une série de questions au stade de la soumission des offres. Ceux-ci doivent se soumettre à un audit de leur responsabilité d'entreprise, qui comporte des questions sur l'égalité et la diversité. Ils doivent également présenter un exemplaire du document où sont énoncés les principes qu'ils appliquent en matière de diversité et d'inclusion.

Dans le cadre de l'audit annuel de ses fournisseurs, le cabinet leur demande d'indiquer concrètement comment ils informent leurs salariés de leur politique en matière de diversité et d'inclusion, laquelle, pour être conforme à la sienne, doit porter sur toutes les caractéristiques protégées. Ce questionnaire est envoyé chaque année aux principaux fournisseurs du cabinet, et tous les nouveaux fournisseurs sont tenus de le remplir.

Simmons&Simmons continue tout de même à travailler avec les fournisseurs qui n'ont pas de programme de formation en matière de diversité et d'inclusion, et les aide dans le cadre de séances d'information et du partage des meilleures pratiques. Le cabinet a établi un guide pratique⁴³ qui propose des outils aux entreprises désireuses de s'engager sur une voie analogue, dont des exemples de questionnaires d'audit et de programmes de manifestations, des conseils sur la mesure de l'impact des activités menées et d'autres ressources utiles.

Travailler avec les communautés touchées

IBM IBM a constitué une équipe qui se consacre à l'établissement de partenariats avec les associations LGBT dans les pays dans lesquels l'entreprise a des activités (plus de 180). Au cours de la décennie écoulée, IBM a fait des dons à un large éventail d'organisations, y compris les organisations LGBT.

De même, au Royaume-Uni, une agence de publicité a fait don d'espaces publicitaires sur des panneaux d'affichage, abribus et quais de gares à Stonewall, organisation de défense des LGBT, pour la campagne emblématique que celle-ci a lancée en 2007, « Some People are Gay. Get Over It! » (Certaines personnes sont homosexuelles. Vous n'en mourrez pas.) Stonewall reçoit également, à titre gracieux, des conseils juridiques et pratiques de diverses entreprises partenaires.

À Singapour, plusieurs grandes entreprises financent Pink Dot, une manifestation qui rassemble des milliers de personnes LGBT et leurs alliés et qui se tient pendant toute une journée à Hong Lim Park, où chacun est libre de s'exprimer publiquement⁴⁴. Singapour a prié les multinationales de ne pas appuyer les activités organisées dans le cadre de Pink Dot en 2016, mais deux d'entre elles ont demandé au Gouvernement que des manifestations sur le modèle de la Gay Pride puissent avoir lieu à Hong Lim Park en 2017, et des entreprises locales détenues majoritairement par des Singapouriens ont déjà proposé de prendre le relais des multinationales pour ce qui est de leur financement.

En 2013, une institution œuvrant à l'échelle mondiale a annoncé qu'elle suspendait jusqu'à nouvel ordre un important projet d'amélioration des soins de santé en Ouganda après l'adoption par ce pays d'un projet de loi contre l'homosexualité. Cette décision a été critiquée par certains militants, qui ont estimé qu'en fin de compte, elle avait bénéficié politiquement à ceux qui avaient présenté le projet, suscité la colère du reste de la population contre les personnes LGBTI et accrédité l'idée que l'égalité de ces LGBTI était une priorité des Occidentaux et non pas des Ougandais. Ces militants ont exprimé le souhait d'être consultés sur ces décisions à l'avenir.

User de l'influence collective auprès des gouvernements et des législateurs

En Ouganda, une poignée d'entreprises se sont activement employées à dissuader les législateurs d'adopter de nouvelles lois discriminatoires et attentatoires aux libertés d'expression, d'association et de rassemblement en mettant en évidence les répercussions néfastes que ces lois pourraient avoir, notamment sur l'activité des entreprises. D'autres ont fait de même sous la pression de clients internationaux. En Irlande du Nord, plusieurs syndicats et entreprises se sont unis pour lutter ensemble contre la discrimination fondée sur des motifs religieux pendant la période de violentes tensions confessionnelles. Ailleurs, des entreprises ont soutenu la cause des défenseurs des droits de la personne ou ont agi pour régler des problèmes sociaux ou relatifs à ces droits, soit ouvertement, soit par des démarches régulières menées en privé. À Singapour, en septembre 2015, une douzaine de sociétés multinationales a formé une coalition pour militer en faveur de l'égalité des LGBT dans le milieu professionnel partout dans le monde.

Lorsque de petits entrepreneurs s'unissent pour s'opposer aux lois anti-LGBT

En 2016, au Texas (États-Unis), après l'adoption d'une loi anti-LGBTI en Caroline du Nord, une coalition hétéroclite de plusieurs centaines de petits entrepreneurs rassemblant des cafetiers et des vendeurs de bicyclettes a signé une lettre ouverte s'opposant à toute tentative de faire adopter dans cet État une loi qui permettrait de traiter les membres de la communauté LGBT de manière discriminatoire.

Sur leur site Web « Texas Equality » et dans le cadre de plusieurs autres actions conjointes, ces petites entreprises représentant l'ensemble du territoire de l'État se sont unies autour d'un message : « Keep Texas Open for Business » (Pour un Texas ouvert, dans l'intérêt du commerce) et contre le projet de loi anti-LGBTI devant être présenté lors de la session parlementaire de 2017, le qualifiant d'« attaque contre les petites entreprises et contre l'économie du Texas ».

Lorsqu'une loi discriminatoire pousse une entreprise à revenir sur ses projets d'expansion

Avec plus de 180 millions de titulaires de comptes, **PayPal** est l'un des plus importants prestataires de services de paiement au monde. Il avait prévu en avril 2016 d'ouvrir un nouveau centre de services à Charlotte, dans l'État de la Caroline du Nord, aux États-Unis. Juste un mois après l'annonce de cette décision, cet État a adopté une nouvelle loi appelée « HB2 » qui annulait les mesures de protection des droits des citoyens LGBT et privait cette partie de la population de l'égalité des droits devant la loi.

Bien que de nombreuses grosses sociétés, comme PayPal, se soient opposées à cette nouvelle loi, elle a été maintenue. PayPal a donc décidé d'abandonner le projet d'implanter un nouveau centre à Charlotte, lequel devait compter dans un premier temps entre 400 et 600 salariés, ce nombre étant appelé à augmenter. La **Deutsche Bank** a décidé elle aussi de ne pas s'implanter en Caroline du Nord.

Le coût de la discrimination à l'égard de la communauté LGBT pour l'économie de la Caroline du Nord a été estimé⁴⁵ à environ 5 milliards de dollars par an, et la loi HB2 a déjà entraîné la perte de

40 millions de dollars en investissement des entreprises et de plus de 1 250 emplois. Le Président-directeur général de PayPal, Dan Schulman, a écrit à cette époque : « Cette décision témoigne des plus profondes valeurs de PayPal et de notre ferme conviction que chacun a le droit d'être traité comme tout le monde, ainsi qu'avec dignité et respect. Ces principes d'équité, d'inclusion et d'égalité sont au cœur de tout ce que nous nous efforçons de réaliser et de représenter en tant qu'entreprise. Ils nous obligent à agir contre la discrimination ».

Au début de 2017, le Parlement de la Caroline du Nord a voté une nouvelle loi abrogeant certaines dispositions de la loi HB2, principalement en raison de la réaction des entreprises et des retombées économiques de la loi HB2. À cette occasion, le Gouverneur a déclaré : « La loi HB2 a été un nuage noir planant au-dessus de notre grand État ... Elle a terni notre réputation, exposé nos concitoyens à la discrimination et causé un grand préjudice économique dans nombre de nos communautés ».



- ¹ D'après les résultats d'une étude effectuées aux États-Unis par Human Rights Campaign, environ 62 % des lesbiennes, gays et bisexuels qui viennent d'obtenir leur diplôme universitaire se remettent à dissimuler leurs préférences sexuelles quand ils décrochent un premier emploi. D'après les résultats d'une autre étude, les transgenres sont obligés d'accepter d'être stérilisés avant que leur genre préféré soit reconnu dans 23 pays d'Europe, tandis que 8 pays ne donnent aucun moyen aux transgenres d'obtenir des papiers reflétant leur nom et genre préférés.
- ² Adoptée le 10 décembre 1948, résolution 217 de l'Assemblée générale (A/RES/3/217A).
- ³ En vertu des Principes directeurs des Nations Unies, les États doivent protéger les droits fondamentaux et les entreprises respecter ces droits dans le cadre de leurs activités commerciales et, lorsque des problèmes de protection et d'autres lacunes sont constatées, offrir des voies de recours. Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme, *Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme*, janvier 2012), [http ://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_fr.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_fr.pdf).
- ⁴ Lucy Amis, *A Guide for Business : How to develop a human rights Policy*, (New York City : The UN Global Compact Office, June, 2011), 1-26, [http ://www.ohchr.org/Documents/Publications/DevelopHumanRightsPolicy_en.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/DevelopHumanRightsPolicy_en.pdf).
- ⁵ Corporate Social Responsibility (CSR) Europe, *Assessing the Effectiveness of Company Grievance Mechanisms* (Bruxelles : CSR Europe, décembre 2013), [https ://www.csreurope.org/sites/default/files/Report%20Summary-%20Management%20of%20Complaints%20assessment-%20final%20Dec%202013.pdf](https://www.csreurope.org/sites/default/files/Report%20Summary-%20Management%20of%20Complaints%20assessment-%20final%20Dec%202013.pdf).
- ⁶ Les entreprises qui souhaitent obtenir des renseignements sur la situation dans un pays donné devraient s'adresser aux associations locales de LGBTI et consulter des ressources en ligne tels que les dossiers par pays de l'organisation Stonewall. « Global Workplace Briefings », Stonewall, page consultée le 7 août 2017, [https ://www.stonewall.org.uk/global-workplace-briefings](https://www.stonewall.org.uk/global-workplace-briefings); « Maps : Sexual Orientation Laws », ILGA, page consultée le 7 août 2017, [http ://ilga.org/what-we-do/maps-sexual-orientation-laws/](http://ilga.org/what-we-do/maps-sexual-orientation-laws/); « Comparative Data on 190 Countries Worldwide », TGEU, page consultée le 7 août 2017, [http ://transrespect.org/en/](http://transrespect.org/en/); « Employers Guide to Intersex Inclusion », OII, 8 octobre 2014, [https ://oii.org.au/employer/](https://oii.org.au/employer/).
- ⁷ Le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme a également publié un guide sur les responsabilités des entreprises dans le domaine des droits de la personne, telles qu'elles sont énoncées dans les Principes directeurs des Nations Unies : Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme, *The corporate responsibility to respect human rights : an interpretive Guide*, (Genève : Nations Unies, juin 2012), [http ://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/RtRInterpretativeGuide.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/RtRInterpretativeGuide.pdf)
- ⁸ Organisation internationale du Travail, *Déclaration de l'OIT sur la justice sociale* (Genève : Organisation internationale du Travail, juin 2008), document 3 [http ://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/genericdocument/wcms_371205.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/genericdocument/wcms_371205.pdf).
- ⁹ David Rock et Heidi Grant, « Why Diverse Teams Are Smarter », *Harvard Business Review*, novembre 2016, [https ://hbr.org/2016/11/why-diverse-teams-are-smarter](https://hbr.org/2016/11/why-diverse-teams-are-smarter).
- ¹⁰ Charlie Ensor, « Homophobia Costs Countries \$100 billion a Year, Economist Argues », *Humanosphere*, février 2017, [http ://www.humanosphere.org/human-rights/2017/02/homophobia-has-an-economic-cost-for-countries-economist-argues/](http://www.humanosphere.org/human-rights/2017/02/homophobia-has-an-economic-cost-for-countries-economist-argues/).
- ¹¹ M.V. Lee Badgett et al., *The Relationship between LGBT Inclusion and Economic Development : An Analysis of Emerging Economies* (Los Angeles : The Williams Institute, 2014), [http ://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/lgbt-inclusion-and-development-november-2014.pdf](http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/lgbt-inclusion-and-development-november-2014.pdf).
- ¹² Emma Mishel, « Discrimination against Queer Women in the US Workforce », *SOCIUS : Sociological Research for a Dynamic World*, janvier 2016, DOI :10.1177/2378023115621316.
- ¹³ Sylvia Ann Hewlett et Karen Sumberg, « For LGBT Workers, Being "out" Brings Advantages », *Harvard Business Review*, août 2011, [https ://hbr.org/2011/07/for-lgbt-workers-being-out-brings-advantages](https://hbr.org/2011/07/for-lgbt-workers-being-out-brings-advantages).

- ¹⁴ Sylvia Ann Hewlett et Kenji Yoshino, *Out in the World : Securing LGBT Rights in the Global Marketplace* (New York : Center for Talent Innovation, 2016), [http ://www.talentinnovation.org/publication.cfm?publication=1510](http://www.talentinnovation.org/publication.cfm?publication=1510).
- ¹⁵ Eric Berger et Nicole Douillet, « What's the effect of pro-LGBT policies on stock Price? », *Harvard Business Review*, juillet 2014, [https ://hbr.org/2014/07/whats-the-effect-of-pro-lgbt-policies-on-stock-price](https://hbr.org/2014/07/whats-the-effect-of-pro-lgbt-policies-on-stock-price).
- ¹⁶ LGBT Capital, « *Global LGBT ("Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender") annual spending power (LGBT-GDP) estimated to be US\$3.7 trillion in new data from LGBT Capital* », (Hong Kong et Londres : 3 août 2015), LGBT Capital, [http ://www.lgbt-capital.com/docs/LGBT-GDP_2015_Press_Release.pdf](http://www.lgbt-capital.com/docs/LGBT-GDP_2015_Press_Release.pdf).
- ¹⁷ Harris Poll and Witeck Communications, « *Large Majorities of Heterosexuals and Gays Likely to Consider a Corporate Brand that Provides Equal Workplace Benefits to All Employees, Including Gay and Lesbian Employees* », (Rochester : anciennement Harris Interactive and Witeck-Combs Communications, février 2007).
- ¹⁸ Harris Poll and Witeck Communications, « *LGBT Adults Strongly Prefer Brands That Support Causes Important to Them and that also Offer Equal Workplace Benefits* », (New York et Washington D.C : anciennement Harris Interactive and Witeck-Combs Communications, juillet 2011). [http ://communitymarketinginc.com/lgbt-research-practice/lgbt-research-downloads/](http://communitymarketinginc.com/lgbt-research-practice/lgbt-research-downloads/).
- ¹⁹ Hewlett et Yoshino, *Out in the World* (voir note 18).
- ²⁰ En guise d'illustration : dans certains pays, le mariage entre personnes de même sexe est autorisé, mais la stérilisation des transgenres est requise pour qu'ils puissent obtenir la reconnaissance de leur identité de genre. Dans d'autres pays, les transgenres ont obtenu davantage de protection. Dans de nombreux pays, y compris ceux où les droits des lesbiennes, gays, bisexuels et transgenres sont protégés, les personnes intersexuées continuent d'être soumises à des pratiques médicales nuisibles.
- ²¹ Par exemple : « Workplace Resources », Stonewall, consulté le 7 août 2017 : [http ://www.stonewall.org.uk/our-work/workplace-resources](http://www.stonewall.org.uk/our-work/workplace-resources); « Trans Toolkit for Employers », Human Rights Campaign, consulté le 7 août 2017 : [http ://www.hrc.org/campaigns/trans-toolkit](http://www.hrc.org/campaigns/trans-toolkit); « Workplace Climate Ressources », Human Rights Campaign, consulté le 7 août 2017 : [http ://www.hrc.org/resources/workplace-climate-resources](http://www.hrc.org/resources/workplace-climate-resources); « Transgender Law Center Model Employer Policy », Transgender Law Center, consulté le 7 août 2017 : [https ://transgenderlawcenter.org/resources/employment](https://transgenderlawcenter.org/resources/employment); « Intersex Australia and Pride in Diversity Guide to Intersex Inclusion for Employers », OII Australia, octobre 2014 : [https ://oii.org.au/ employer/](https://oii.org.au/employer/).
- ²² Confédération syndicale internationale, *Building Workers' Power* (Berlin : ITUC, mai 2014) : [http ://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/ituc-3co-e-5-congresstatement-en-210x297-01-140819.pdf](http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/ituc-3co-e-5-congresstatement-en-210x297-01-140819.pdf). En outre, le Trade Union Congress a adopté une « Charte sur la solidarité avec les lesbiennes, gays, bisexuels et transgenres » : Trade Union Congress, « International LGBT solidarity, a trade union Charter », Trade Unions Congress, mars 2015 : [https ://www.tuc.org.uk/sites/default/files/LGBTTUCharter.pdf](https://www.tuc.org.uk/sites/default/files/LGBTTUCharter.pdf).
- ²³ *Pride*, sous la direction de Matthew Warchus (2013, Londres : Pathé International).
- ²⁴ Claire House, « A6 : Community Engagement across Your Global Footprint », Stonewall, avril 2016 : [https ://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/session_a6_community_engagement_across_your_global_footprint.pdf](https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/session_a6_community_engagement_across_your_global_footprint.pdf).
- ²⁵ Confédération syndicale internationale, *Scandal inside the Global Supply Chains of 50 Top Companies* (Bruxelles : Confédération syndicale internationale, 2016) : [http ://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/pdffrontlines_scandal_en-2.pdf](http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/pdffrontlines_scandal_en-2.pdf).
- ²⁶ Le rapport de l'OIT sur l'évolution de la nature des emplois fait ressortir que les estimations portant sur les emplois liés aux chaînes d'approvisionnement mondiales devraient être interprétées comme la partie haute de la fourchette dans laquelle se situe le véritable nombre d'emplois liées à de telles chaînes dans les économies analysées – à savoir celles de 40 pays représentant 85 % du PIB mondial et englobant les deux tiers de la population active mondiale. Bureau international du Travail, *World Employment and Social Outlook : The Changing Nature of Jobs* (Genève : Bureau international du Travail, 2015), 133 : [http ://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_368626.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_368626.pdf).

- ²⁷ L'Organisation de sensibilisation des actionnaires As You Sow a noté dans son dixième rapport annuel intitulé *Proxy Preview* que, en 2015, 17 résolutions avaient requis la mise en place de protection formelle pour les employés LGBT et que la moitié des entreprises ciblées y avaient répondu favorablement – y compris ExxonMobil, récalcitrante de longue date, qui a modifié sa politique après plus d'une décennie de propositions. <http://www.proxypreview.org/wp-content/themes/nanica/download/download-attachment-2016.php>.
- ²⁸ Clean Yield Asset Management, « Copy of Letter for CY Website », Clean Yield Asset Management, novembre 2014 : <http://cleanyield.com/assets/Copy-of-letter-for-CY-web-site-2.pdf>.
- ²⁹ Starbucks CEO Howards Schultz, Starbucks' annual meeting, Seattle, mai 2013 : https://www.bizjournals.com/seattle/video/c1eDBjYTo4LXS3IoL7s_pSdNyONvOFwF?autoplay=1.
- ³⁰ Lisa Van Beek, Alessandra Cancedda, et Carlien Scheele : *The Business Case for Diversity in the Workplace : Sexual Orientation & Gender Identity* (Bruxelles : Commission européenne, 26 septembre 2016), http://ec.europa.eu/justice/discrimination/files/report_companies_final_en.pdf; Vivian Hunt, Dennis Layton, et Sara Prince, « Why Diversity Matters », McKinsey et Company, janvier 2015 : <http://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/why-diversity-matters>; Tim Smedley : « The Evidence Is Growing – There Really is a Business Case for Diversity » *Financial Times*, 14 mai 2014, <https://www.ft.com/content/4f4b3c8e-d521-11e3-9187-00144feabdc0>.
- ³¹ « Human Rights Reporting Assurance Frameworks Initiative », Shift Project, novembre 2012 : <https://www.shiftproject.org/resources/collaborations/human-rights-reporting-assurance-frameworks-initiative/>.
- ³² « Corporate Human Rights Benchmark », Business & Human Rights Resource Center, mars 2017 : <https://business-humanrights.org/en/chrh>.
- ³³ Haut-Commissariat aux droits de l'homme, Rapport du Haut-Commissaire aux droits de l'homme : discrimination et violence à l'encontre de personnes en raison de leur orientation sexuelle ou de leur identité de genre (A/HRC/29/23) (New York : Conseil des droits de l'homme, mai 2015) : http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_fr.doc.
- ³⁴ James I. Charlton, *Nothing about Us without Us : Disability Oppression and Empowerment* (Berkeley : University of California Press, août 2000).
- ³⁵ En Afrique, une femme membre de l'encadrement d'une entreprise a vu son contrat résilié par son employeur après que sa partenaire, célébrité bien connue, eut révélé dans les médias locaux qu'elle était homosexuelle. Cette ancienne cadre, aujourd'hui militante, s'est vu demander de démissionner le même jour et s'est aperçue qu'elle ne disposait d'aucune voie de recours juridique pour assigner son employeur en justice. Celui-ci lui avait pourtant déclaré : « Le genre de personne que vous êtes ne correspond pas à l'image de marque de l'entreprise. » Pourtant, cette entreprise avait mis en place des mesures de lutte contre la discrimination progressistes. (Consultations menées par le Haut-Commissariat aux droits de l'homme sur les Normes de conduite, 2016.)
- ³⁶ International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association, « Sexual Orientation Laws in the World- Criminalisation », mai 2017 : http://ilga.org/downloads/2017/ILGA_WorldMap_ENGLISH_Criminalisation_2017.pdf.
- ³⁷ Le groupe de sensibilisation Stonewall publie le Global Workplace Equality Index, qui divise les juridictions en zones en fonction des divers problèmes auxquels les organisations se heurtent dans le cadre des activités qu'elles mènent à l'échelle mondiale. Dans les pays de la Zone 1, les relations physiques entre personnes de même sexe sont légales et il existe des protections sans ambiguïté à l'échelle nationale contre les licenciements au motif de l'orientation sexuelle. Dans les pays de la Zone 2, les relations physiques entre personnes de même sexe sont légales mais il n'existe pas de protection claire à l'échelle nationale contre les licenciements pour ce motif. Dans les pays de la Zone 3, les relations physiques entre personnes de même sexe sont illégales : <http://www.stonewall.org.uk/global-workplace-equality-index>.
- ³⁸ HCDH, « Living Free and Equal : What States Are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People », Bureau des droits de l'homme, novembre 2016 : <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/Living-FreeEqual.aspx>; Zhan Chiam, Sandra Duffy, et Matilda González Gil, « Trans Legal Mapping Report : Recognition before the Law », ILGA, novembre 2016 : <http://ilga.org/what-we-do/gender-identity-and-gender-ex>

pression-program/trans-legal-mapping-report/; « Comparative Research Data on 190 Countries Worldwide », Trans Respect versus Transphobia Worldwide (TGEU), 2017 : <http://transrespect.org/en/>.

³⁹ Agence des droits fondamentaux de l'Union européenne, *Being Trans in the European Union : Comparative analysis of EU LGBT Survey Data* (Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2014) : <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/being-trans-eu-comparative-analysis-eu-lgbt-survey-data>.

⁴⁰ HCDH, « Living Free and Equal : What States are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People », Bureau des droits de l'homme, novembre 2016 : <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>.

⁴¹ « Cisgenre » désigne, par opposition à « transgenre », une personne qui ne remet pas en question son genre de naissance.

⁴² Brendan Snyder, « LGBT Advertising : How Brands are Taking a Stance on Issues », Think with Google, mars 2015, <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/lgbt-advertising-brands-taking-stance-on-issues/>.

⁴³ Stonewall et Simmons&Simmons, « Embedding LGBT Equality into Procurement Practices and Supply Chain Management », Stonewall, 2016, https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/simmons_simmons_-_embedding_lgbt_equality_into_procurement_practices_and_supply_chain_management.pdf.

⁴⁴ L'article 377A du Code pénal singapourien est la principale disposition qui continue d'ériger en crime les relations sexuelles mutuellement consenties entre adultes de sexe masculin. Le Premier Ministre de Singapour, Lee Hsien Loong, a déclaré que « la communauté gay a sa place » à Singapour, mais qu'elle ne devait pas « trop en demander trop vite » parce que, dans le cas contraire, la réaction serait « très forte ». <http://www.straitstimes.com/singapore/singapore-not-ready-for-same-sex-marriage-as-society-is-still-conservative-pm-lee>.

⁴⁵ Christy Mallory et Brad Sears, « Discrimination, Diversity, and Development : the Legal and Economic Implications of North Carolina's HB2 », The Williams Institute et Out Leadership, mai 2016, http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Discrimination-Diversity-and-Development_The-Legal-and-Economic-Implications-of-North-Carolinas-HB2.pdf.

Le Haut-Commissariat aux Droits de l'Homme des Nations Unies souhaite reconnaître le rôle de l'Institut pour les Droits de l'Homme et l'Entreprise (IHRB) pour son rôle dans le développement de ce rapport et les consultations qui ont précédé sa préparation. Il remercie aussi Dan Bross pour son soutien et ses conseils, Microsoft, Godrej Industries, Baker McKenzie, EY, Stonewall, ACON, L'Autre Cercle, Workplace Pride, HIVOS, pour avoir accueilli des réunions et / ou des événements de lancement, et les nombreuses entreprises et organisations non gouvernemental qui ont participé aux consultations et / ou ont fourni des contributions par voie électronique. Merci aussi au gouvernement Norvégien, Microsoft, la Fondation Rafto pour leur appui financier et / ou leur soutien en nature pour cette initiative.

BUREAU DU HAUT-COMMISSAIRE AUX DROITS DE L'HOMME

PALAIS DES NATIONS • CH 1211 GENEVE 10 - SUISSE

La campagne UN Libres et Egaux du Bureau des Droits de l'Homme des Nations Unies travaille à pour combattre la stigmatisation et la discrimination à l'encontre des personnes LGBTI globalement. Pour en savoir plus et vous inscrire, visitez unfe.org.

Les désignations utilisées et la présentation du matériel dans ce rapport n'implique pas l'expression d' un opinion de la part du Haut-Commissariat aux Droits de l'Homme concernant le statut légal de tout pays, territoire, ville ou zone, ou de ses autorités, ou concernant la délimitation de ses frontières.

Produit par le Bureau du Haut Commissaire aux droits de l'homme
Direction créative / Design: WINER IDEAS, New York City, et Cara Pittendrigh, Geneva, Suisse
Illustration de la couverture: Paul Wearing
Photos: Bâtiment des Nations Unies / Rick Bajornas; Zeid Ra'ad Al Hussein / Justin Lane
Texte imprimé par le Bureau International du Travail (BIT/ITC)

New York, 2017

© 2017 Nations Unies
Tous droits réservés



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER

LES CINQ NORMES DE CONDUITE
À L'INTENTION DES ENTREPRISES

1 **respecter**

LES DROITS DE LA PERSONNE

2 **éliminer**

LA DISCRIMINATION

3 **offrir**

UN SOUTIEN

4 **prévenir**

DE NOUVELLES VIOLATIONS
DES DROITS DE L'HOMME

5 **agir**

DANS LA SPHÈRE PUBLIQUE