



Laure Delahaye, employée transgenre chez Nokia, à Paris-Saclay, le 7 juin (à gauche) ÉDOUARD RICHARDA HANS LUCAS POUR «LE MONDE»

Sarah, colonelle transgenre, au Cap-Ferret, le 4 juin. RODOLPHE ESCHER POUR « LE MONDE »

# Ces entreprises qui prennent soin du genre

Les ressources humaines des grands groupes commencent à promouvoir l'inclusion des personnes trans

## **ENQUÊTE**

epuis q<mark>u</mark>elques semaines, les 100000 salariés que compte Nokia partout dans le monde peuvent, s'ils le souhaitent, indiquer leurs pronoms dans leur signature d'e-mails. Désormais fréquente sur les réseaux sociaux, l'inscription de ces « preferred pronouns » (« pronoms préférés ») permet à chacun d'indiquer quels pronoms reflètent son identité de genre. Elle est devenue un moyen de promouvoir l'inclusion des personnes transgenres. «C'est très simple et très symbolique, par exemple s<mark>ous ma signa-</mark> ture j'ai inscrit "she/her", explique Florence Dossogne, directrice de cabinet du président de Nokia France. Faire la promotion de cette initiative n'est toutefois pas complètement un long fleuve tranquille. Une petite minorité réagit mal et laisse des commentaires très négatifs sur le réseau social interne de l'entreprise. » Ces réactions véhémentes, signées pour l'essentiel « par des salariés installés hors de France», notamment en Pologne, dénoncent le soutien de l'entreprise à « une idéologie ».

En dépit de résistances, de grands groupes commencent en effet à s'emparer, en France, de la question du genre, en allant plus loin et plus vite qu'une large partie de l'opinion publique. Cette évolution intervient en interne,

«Pour une nouvelle photo de badge, revenez sans maquillage et avec une coupe d'homme», a-t-on dit à Sylvie, salariée en transition dans une banque

auprès de leurs salariés, mais aussi à l'adresse de leurs clients. Cette année, la Journée internationale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie (Idahot), célébrée chaque 17 mai, a ainsi été l'occasion pour plusieurs entreprises de s'adresser directement à la communauté transgenre.

#### « Identité réelle »

A l'instar de BNP Paribas. «Pour les personnes en transition, nous savons à quel point il est violent d'avoir des moyens de paiement qui ne correspondent pas à leur identité réelle, a déclaré lors d'une conférence Antoine Sire, le directeur de l'engagement d'entreprise du groupe. Sur toutes nos cartes bancaires, il est possible de supprimer sa civilité et de choisir son prénom. » Le géant américain du paiement Mastercard a lui aussi annoncé, à l'occasion de l'Idahot, qu'une partie de ses clients transgenres et non binaires (personnes qui ne se ressentent ni strictement homme, ni strictement femme, mais entre les deux, un mélange des deux, ou aucun des deux) pourront faire inscrire leur prénom choisi sur leurs cartes. Cette fonctionnalité («True name») se voit proposée en France et en Europe aux clients de Bunq, une néobanque néerlandaise. «Des associations nous ont expliqué que le nom sur la carte bancaire pouvait générer de l'embarras, du stress, voire des situations de violence pour les personnes transgenres ou non binaires. Or la carte n'est pas un papier d'identité, rien n'interdit de changer le prénom et le genre qui y figure », indique Geoffrey Seghetti, directeur marketing Europe de l'Ouest chez Mastercard, et coresponsable du réseau Pride Europe. Chez Nokia, c'est la vidéo d'une

jeune apprentie transgenre, Laure Delahaye, travaillant au sein de l'entreprise à Paris-Saclay, qui a été diffusée sur les réseaux sociaux pour marquer l'Idahot 2021. La jeune femme a fait son coming out lors de ses études, à Polytech Sorbonne, en 2016. «Ce sujet n'existe pas dans le monde scolaire. Je m'inquiétais pour la suite, j'avais peur d'être marginalisée. Beaucoup de personnes transgenres n'en parlent pas au travail, assure-t-elle. Aujourd'hui je suis convaincue que l'entreprise participe à l'évolution de la société et je peux être cette porte-drapeau.» «Ça commence à bouger en in-

terne dans les entreprises», constate Catherine Tripon, porte-parole de l'association l'Autre cercle, qui œuvre pour l'inclusion des personnes LGBT + (lesbiennes, gay, bisexuelles, transgenres et autres) dans le monde du travail. «Depuis cinq ans environ, les nouvelles générations décident de transitionner très tôt, or ce qui se passe dans la vie civile a un impact sur le monde du travail, dit-elle. Les personnes qui ressentent une urgence à faire leur transition sautent le pas, l'annoncent au travail, donc il faut le gérer. » Comme l'indique un guide de bonnes pratiques conçu par l'Autre cercle et l'Association nationale des DRH, une étude américaine récente estime la population de personnes transgenres à 1 pour 250. Selon un sondage de l'IFOP réalisé en novembre 2020 pour Marianne, 22 % des Français âgés de 18 à 30 ans disaient ne pas se reconnaître «dans les deux catégories de genre hommes/femmes ». «Les entreprises ne peuvent pas ignorer un quart de la population de cet âge-là, c'est-àdire leurs clients d'aujourd'hui et de demain», analyse Françoise Bouyer, consultante spécialiste des questions de genre, membre du conseil consultatif sur la diversité et l'inclusion de L'Oréal et ellemême transgenre. Elle se réjouit de la volonté de grandes marques comme Mastercard ou Gillette (qui avait partagé sur sa page Facebook une publicité où un père apprend à son fils trans à se raser) de communiquer sur le sujet. «Il s'agit pour elles d'être politiquement correct, mais c'est formidable: un processus est en marche.»

«Ces initiatives viennent souvent des Etats-Unis, où il existe davantage cette culture d'inclusion, puis elles sont développées par les ressources humaines au niveau du groupe», note Joydeep Sengupta, avocat aux barreaux de Paris et de New York, conseil chez Mayer Brown à Paris. Pourquoi? «Les entreprises ont intérêt à signaler qu'elles acceptent tous les talents, poursuit-il. Aux Etats-Unis, les jeunes cherchent à travailler dans des sociétés à la culture inclusive, ils estiment qu'ils s'y épanouiront davantage, même s'ils ne sont pas LGBT.» C'est ainsi que Goldman Sachs a publié en 2019 sur son blog « carrières » le billet de Maeve DuVally, directrice de la communication, intitulé «J'ai quitté le travail en tant que Michael et je suis revenu en tant que Maeve».

#### Un rôle d'éclaireur

En France, le géant informatique IBM a joué le rôle d'éclaireur. Son directeur de la diversité, Jean-Louis Carvès, en poste depuis 2008, a rapidement constaté « qu'en France nous étions en retard», dit-il. La firme recense «douze à vingt transitions par an dans le monde, donc on a commencé à penser process. C'est très important car des licenciements abusifs de personnes en transition, ça s'est vu». Le «process» débute par une longue réunion pour informer l'équipe. « On fait de l'éducation, par exemple sur le vocabulaire à employer, on laisse une large part aux questions, et on précise qu'aucune forme de discrimination ne sera acceptée, détaillet-il. Continuer à utiliser sciemment l'ancien prénom de la personne, c'est du harcèlement et cela entraîne des sanctions, voire un licenciement. Nous n'y avons pas eu recours, mais ça n'est pas passé loin.» En France, IBM alloue neuf jours de congé à ses salariés transgenres pour leur transition; au Mexique ou en Inde, le groupe prend en charge le coût de l'opération de réassignation sexuelle. AXA a publié un guide sur la transidentité au travail. Chez BNP Paribas, « nous disons à la personne :

### « Utiliser sciemment l'ancien prénom de la personne entraîne des sanctions»

JEAN-LOUIS CARVÈS directeur de la diversité chez IBM

la transition, ce n'est pas un sujet tabou. C'est une suite de virages que nous allons prendre ensemble», affirme Caroline Courtin, responsable de la diversité.

Il a pourtant fallu attendre 2012 pour que la loi fasse de l'identité sexuelle un critère spécifique de discrimination, protégeant ainsi expressément les personnes trans dans le code du travail. Le soutien exprimé par des multinationales pionnières ne doit pas masquer la réalité des parcours très difficiles endurés par de nombreux salariés. Sylvie (son prénom a été changé), 60 ans, travaille dans une grande banque mutualiste, à Paris. Elle a fait son coming out au bureau début 2017. « J'ai profité d'une réunion avec ma responsable et mes collègues, raconte-t-elle. J'ai expliqué qui j'étais, que j'avais toujours été comme ca, et que j'allais à l'avenir venir avec des habits plus féminins et aller dans les toilettes des dames. Mon annonce a été bien reçue par mes collègues. » Moins bien par les services administratifs. Avant d'entamer les démarches de changement de prénom, elle souhaite mettre une nouvelle photo d'elle sur l'intranet. «J'ai été bloquée, il ne fallait plus de photo du tout, on m'a dit que ça pourrait choquer les gens une photo de femme avec un prénom masculin.» Même refus pour son badge d'entreprise. «Si vous voulez une nouvelle photo, revenez sans maquillage et avec une coupe d'homme », lui dit-on à l'accueil. Son nouveau chef lui mène

la vie dure. Et lorsqu'elle prépare son dossier pour changer d'état civil, elle espère une attestation de l'assistante sociale, témoignant notamment du port d'habits féminins. «Elle a refusé, elle ne voulait pas mêler l'entreprise aux affaires d'une personne comme moi.»

Les administrations et les grandes institutions commencent elles aussi à se pencher sur la question du genre. Mais entre les principes et leur application, un gouffre subsiste. Sarah (son prénom a été changé), colonelle transgenre de 58 ans, en fait actuellement l'expérience. Entrée dans l'armée en 1988 après des études d'ingénieur, elle y mène une belle carrière dans «le génie», avant d'entamer sa transition en 2020. «Je vis avec ça depuis l'âge de 7 ans, mais j'ai tout fait dans ma vie pour être conforme. Mon treillis, c'était un tuteur et une carapace, témoigne-t-elle. Les sentiments qui m'habitaient, c'était la peur et la tristesse, et à l'armée on n'a le droit ni à l'un ni à l'autre, on n'est pas des gonzesses... Mais ce n'était pas moi. » Elle découvre en 2018 qu'il est possible d'entamer une transition. « Je pensais qu'il faudrait que je quitte l'armée, jusqu'à ce que je découvre que le ministère des armées avait publié un vade-mecum sur le changement de genre, validé par Florence Parly. J'en ai chialé.» Elle informe sa hiérarchie en mars 2020. Mais rien ne se passe comme le prévoit le vade-mecum. «Mon n + 2 m'a dit: "On ne va pas déranger les autres avec vos trucs, allez vous confiner". » On lui propose un placard, un poste de chargée de mission. Elle doit quitter sa caserne pour un bâtiment où ne viennent que les jardiniers. «J'ai choisi le parcours de la combattante, et encore j'ai de la chance, je suis colonelle, dit-elle. Des personnes aui servent l'institution m'ont déçue, mais il y a des voies de recours, l'institution vit, et je continue d'en être fière. Le drapeau français me fait toujours quelque chose, en jupe ou en pantalon. »

VÉRONIQUE CHOCRON