

## Comment communiquer en interne et en externe

**En interne**, c'est un facteur indispensable pour **mobiliser les collaborateurs sur le long terme et ancrer la démarche diversité dans la culture de l'entreprise**. Quelques exemples :

- \* Présenter le plan d'action "Diversité" et ses évolutions sur les supports de communication interne (affichage, newsletter, journal interne, etc.) sont des moyens simples pour mobiliser ses collaborateurs et les tenir informés de l'avancement du sujet. Certaines entreprises choisissent également de créer une rubrique Intranet spécialement dédiée à la diversité.
- \* Mettre régulièrement la diversité à l'ordre du jour des différentes réunions d'équipe et séminaires d'entreprise permet de rappeler ses engagements et de communiquer sur les progrès réalisés.
- \* Pour les entreprises qui ne disposent pas d'outils de communication interne, l'affichage de la [Charte de la diversité](#) ou de tout autre engagement ([charte de l'égalité](#), [charte de la parentalité](#)...) dans les locaux peut être un moyen de rappeler et d'ancrer la diversité dans les valeurs de l'entreprise.

**Communiquer son engagement, c'est communiquer régulièrement sur les objectifs poursuivis par l'entreprise et les résultats obtenus.**

**En externe**, c'est un facteur indispensable pour **maintenir sa motivation, se tenir en veille, s'inspirer, aller plus loin et aussi développer ou remporter des marchés. Pour rencontrer, témoigner, échanger et valoriser son entreprise**, quelques exemples :

- \* Participer à des petits déjeuners thématiques organisés par des clubs d'entreprises spécialisés ou non, des conférences, des formations, des colloques, des forums de l'emploi, des manifestations de remise de trophées...
- \* Contacter d'autres entreprises pour échanger sur leurs pratiques, s'engager dans des commissions de réflexion telles que celles sur la RSE...
- \* Communiquer directement auprès de ses clients, fournisseurs et sous-traitants...

Dans cette optique, et surtout quand il s'agit de publicité commerciale, l'entreprise doit s'assurer de la cohérence entre les messages transmis et les valeurs promues par la politique de prévention des discriminations et de promotion de la diversité.

Source : [Charte de la diversité](#) Article 4

### Contacts locaux utiles



- [APEC](#)
- [CIDFF](#)
- [Face Loire-Atlantique](#)
- [IMS Ouest Atlantique](#) et [Plateforme de la Charte de la diversité](#)
- AFNOR Certification délivre les [Label Diversité](#) et [Label Egalité professionnelle Elisabeth FERRO-VALLE](#), Ingénieure Développement Groupe AFNOR
- Consultants indépendants

### Témoignage "IMA Technologies"

*S'engager dans une démarche diversité et formaliser nos engagements dans une charte permet de partager ces engagements avec tous les collaborateurs et de les intégrer pleinement aux valeurs de l'entreprise. Les salariés sont de plus en plus attentifs aux enjeux sociaux et sociétaux et c'est un facteur certain d'attractivité et de fidélisation. Nous réalisons également chaque année un bilan diversité à destination des partenaires sociaux et des salariés, bilan qui reprend l'ensemble de nos actions. Cependant, il faut être vigilants à ne pas trop communiquer non plus au risque de dénaturer une démarche qui se veut assez naturelle puisqu'il s'agit avant tout d'être en phase avec la diversité de la société dans son ensemble.*

*La diversité ça se vit au quotidien avant tout.*

**Valentine Tuloup** - Directrice Ressources Humaines [IMA TECHNOLOGIES](#)



Les Trophées de la Diversité récompensent depuis 8 ans les entreprises qui se sont distinguées par la mise en place de pratiques innovantes et ambitieuses en termes de promotion et de management de la diversité.

- \* Les Trophées 2006, 2007 et 2008 ont permis de mettre successivement à l'honneur l'égalité professionnelle, le recrutement et l'intégration des personnes handicapées, la gestion de la diversité des âges.
- \* Depuis 2009, les Trophées ont souligné les pratiques concernant la mise en œuvre transversale de la diversité au sein des dispositifs RH et opérationnels.
- \* Dès octobre 2012, Diversity Conseil a décidé d'organiser les « Trophées de la Diversité » à Paris afin de diffuser plus largement les bonnes pratiques des lauréats auprès d'un public national (180 personnes présentes).
- \* Les Trophées 2015 ont continué sur leur lignée pour récompenser les entreprises et organisations qui initient et déploient des démarches pérennes inscrivant la diversité au cœur de leur développement économique, de leurs décisions RH et de leur pilotage managérial.

[Catégories et critères](#) - [Partenaires et jury](#) - [Lauréats](#)

Autres chartes et labels à découvrir :



## Boîte à outils

- Fiche thématique n°9 [La communication interne et externe](#) (ORSE 2011)
- Fiche thématique n°10 [Les réseaux internes de salariés](#) (ORSE 2011)
- Guide pratique [Dirigeants d'entreprises "Des arguments pour promouvoir efficacement la diversité dans votre entreprise"](#) (Projet LATITUDE )



**Accords, plans d'action, forums emploi ou encore tutorat...Les entreprises ne lésinent pas sur les moyens pour faire avancer la diversité en leur sein. Elles restent cependant confrontées à la réalité : les stéréotypes, qu'ils concernent les femmes, les travailleurs handicapés, les séniors ou les minorités ethniques, ont la vie dure !**



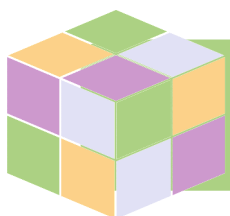
Les actions de communication - notamment internes - déployées par les entreprises sur le sujet de la diversité prennent donc toute leur importance dans la réussite des politiques menées. C'est pourquoi l'entreprise de transport express TNT, déjà active sur la question, a souhaité renforcer la sensibilisation et l'information sur la diversité en déployant une campagne globale. Cette campagne de sensibilisation a pour objectif de lutter contre les stéréotypes liés au handicap, aux séniors, au genre et aux origines. Elle a aussi permis d'affirmer les engagements de l'entreprise auprès des collaborateurs.

Avec un slogan en lien avec l'activité de l'entreprise « *Pour nous, le seul endroit où les étiquettes ont leur place c'est sur un colis* », cette campagne, déclinée en affiches sur tous les sites de l'entreprise et diffusée à travers les supports de communication interne, a permis de toucher les 4 800 collaborateurs. TNT souhaitait amener chaque collaborateur à s'interroger sur ses propres stéréotypes ou sur les stéréotypes socialement acceptés.

Parallèlement à cette campagne, TNT a mis en place une formation spécifique sur les discriminations et les enjeux de la diversité en entreprise pour les managers. Des groupes de travail ont également été organisés pour réfléchir aux freins que pouvaient rencontrer les femmes en

entreprise, et ce afin de mettre en place des plans d'actions visant à améliorer l'accessibilité des femmes aux postes à responsabilité, et contribuer à l'établissement de l'équilibre vie professionnelle/vie privée.

[Source IMS](#)



Fiche 14

## Comment communiquer en interne et en externe

Commission Emploi de la COPEC\* de Loire-Atlantique - Décembre 2015 -

\* Commission pour la promotion de l'égalité des chances et de la citoyenneté



[SOMMAIRE](#)