

Communiqué de presse
Boulogne-Billancourt, le 19 janvier 2012

Henkel France s'engage contre les discriminations et signe la Charte de la Diversité

En signant la Charte de la Diversité, Henkel France affirme son engagement à lutter contre les discriminations et à promouvoir la diversité. Première étape concrète de sa démarche, l'entreprise a déjà formé la totalité de ses managers aux enjeux de la discrimination et de l'égalité des chances au travail. Tutorat intergénérationnel, Café coaching dans les universités, aménagement de poste, télétravail... Henkel France veut faire de l'égalité des chances et de l'inclusion une réalité pour tous.

Portée par l'ensemble du Comité exécutif, la Charte de la Diversité représente non seulement la concrétisation de la responsabilité sociale de Henkel France, mais également un enjeu majeur, en termes de créativité et de compétitivité.

Pour Joachim Bolz, Président de Henkel en France « *ce programme s'inscrit parfaitement dans notre démarche globale d'entreprise responsable. Cet engagement nous permettra à terme de mieux refléter la diversité de la population française* ». Dans une lettre ouverte adressée aux salariés de Henkel France, il ajoute : « *La diversité et l'inclusion sont l'affaire de tous. Dans notre comportement de tous les jours, nous devons être respectueux des autres et de leurs différences et être vigilants pour lutter contre toute forme de discrimination. Nous comptons sur vous.* »

Un audit préalable réalisé par IMS-Entreprendre pour la Cité* a mis en évidence un premier point positif : l'entreprise se révèle très favorable à la diversité hommes/femmes, avec 42% de collaboratrices (41% chez les cadres) et une absence (perçue et réelle) de « plafond de verre ». La stricte parité au sein du Comité exécutif (4 femmes/4 hommes) illustre cette tendance interne que l'on retrouve à tous les niveaux managériaux, où le pourcentage de femmes est le même que dans la population globale.

Initiée il y a plus d'un an, et accompagnée par IMS-Entreprendre pour la cité, cette démarche s'est appuyée sur une réflexion en profondeur du management. Elle a permis d'identifier les bonnes pratiques déjà en place et de définir 4 axes clés d'amélioration pour Henkel France en matière de diversité :

- Le handicap : rendre accessible l'emploi à des personnes en situation de handicap, faciliter le quotidien des personnes handicapées (aménagement de poste), recourir à des ESAT (Etablissements et Services d'Aide par le travail) pour une partie des prestations de l'entreprise.
- L'intergénérationnel : valoriser et transmettre les savoir-faire (sur la base du tutorat/parrainage), favoriser l'aménagement du temps de travail en fin de carrière, prévenir les situations de pénibilité.
- Les minorités sociales et ethniques : élargir le recrutement à des profils plus diversifiés, afin de réduire les phénomènes de reproduction sociale.
L'entreprise va à la rencontre des étudiants en quête de conseils ou qui recherchent stages ou emplois – par exemple, au Forum Etudiants Entreprises de l'Université de Paris 13-Villetaneuse le 10 décembre 2011, ou aux Cafés Coaching des universités de Paris 10-Nanterre et de Paris 13-Villetaneuse les 5 et 7 décembre 2011.
Henkel France a par ailleurs communiqué auprès de ses cabinets de recrutement pour marquer sa volonté de s'opposer à toute pratique de discrimination et les inciter à lui transmettre des CV plus atypiques.
Enfin, l'entreprise a mis en place des outils de traçabilité des candidatures, afin de conserver en mémoire les motifs de refus.
- L'équilibre des temps de vie : rechercher des solutions qui permettent de faciliter l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée des salariés.
L'entreprise a déjà mis en place des services de conciergerie sur les sites de Boulogne-Billancourt et de Serris en Seine-et-Marne pour faciliter la vie quotidienne des collaborateurs.
Pour évaluer les possibilités de télétravail, un appel à volontaires a été lancé fin novembre 2011 pour une phase de test de 6 mois qui débutera le 1^{er} janvier 2012. Un projet de places de crèches est également à l'étude.

Chacun de ces projets est porté par un groupe de travail composé de managers et de collaborateurs issus de diverses fonctions de l'entreprise, tous niveaux hiérarchiques confondus.

Considérant que l'impulsion de la hiérarchie et l'exemplarité des comportements constituent des moteurs essentiels du changement, Henkel a anticipé la signature de la charte en sensibilisant 100% de ses managers aux problématiques de

discrimination et de diversité, *via* une formation *ad hoc* dispensée par l'IMS, et mettant l'accent sur la phase de recrutement.

A propos d'Henkel

Henkel est un leader mondial des marques et des technologies de pointe dans trois domaines de compétence stratégiques : l'Entretien de la Maison, les Cosmétiques et les Adhesive Technologies. Avec des marques reconnues comme Le Chat, Schwarzkopf et Loctite, Henkel détient des positions mondiales fortes, auprès des consommateurs comme des industriels. Créé en 1876, Henkel emploie environ 48 000 personnes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 15,092 milliards d'EUR et un résultat d'exploitation ajusté de 1,862 milliards d'EUR en 2010. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Le Groupe figure parmi les 500 entreprises du classement mondial réalisé par le magazine Fortune

Contacts

Henkel France Corporate

Contact : Stéphanie Coignard
Tél. : + 33 1 46 84 92 23
Fax : +33 1 46 84 92 97
Email : stephanie.coignard@fr.henkel.com

Agence Burson-Marsteller

Contact : Fleur Broca/Anne hervoche
Tél : + 33 1 41 86 76 76
Fax : 01 41 86 76 51
Email : fleur.broca@bm.com /
anne.hervoche@bm.com

<http://www.henkel.fr>

press@henkel.com
