



# ORIENTATION SEXUELLE ET IDENTITÉ DE GENRE

V O L V O



# INTRODUCTION

---

Nous, les membres et alliés bénévoles du réseau V-EAGLE France, réseau d'employé.e.s LGBTQ+ du groupe Volvo, avons été sollicité.e.s dans le but de construire un guide accessible à tou.te.s afin de sensibiliser l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs aux questions LGBTQ+ que ce soit dans le cadre privé ou professionnel.

En effet, nous comprenons que certaines personnes ne soient pas toujours à l'aise par manque d'informations, par peur, par manque d'intérêt. Ce guide pourra leur servir d'appui théorique et pratique au quotidien.

## LA POSITION DU GROUPE VOLVO

---

Conformément à ses engagements, le Groupe a pour règle la non-discrimination et le respect de ses collaboratrices et collaborateurs.

Toute personne doit être appréciée pour ce qu'elle est au-delà de ses compétences quel que soit les différences et les parcours de vie. Aussi, toute décision prise par les managers du Groupe doit l'être en fonction de ces critères.

Pour rappel, l'orientation sexuelle et l'identité de genre sont deux des 25 critères de discrimination [2]prohibés par la loi.

## PRÉSENTATION DU GUIDE

---

Après un retour historique sur l'évolution des droits LGBTQ+ en France, la première partie propose un rappel théorique sur ce qu'est la diversité sexuelle et celle de genre.

La deuxième partie de ce guide est basée sur les préjugés les plus couramment exprimés lorsqu'il s'agit d'aborder l'orientation sexuelle et l'identité de genre en entreprise.

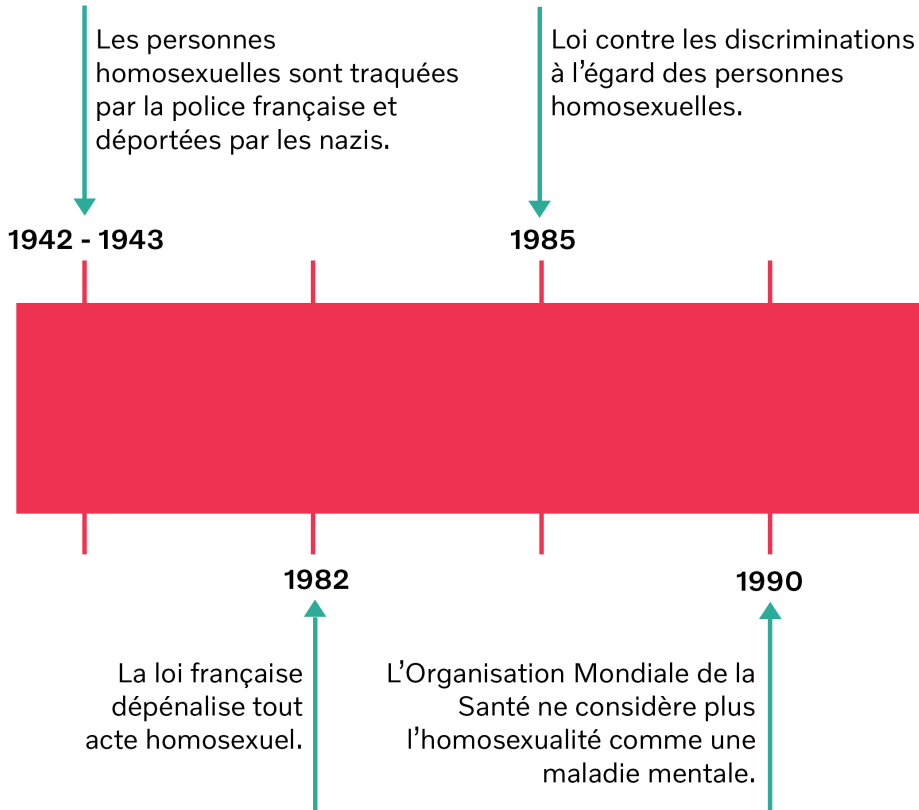
Enfin nous partagerons les leviers d'action pour créer un environnement de travail inclusif et bienveillant.

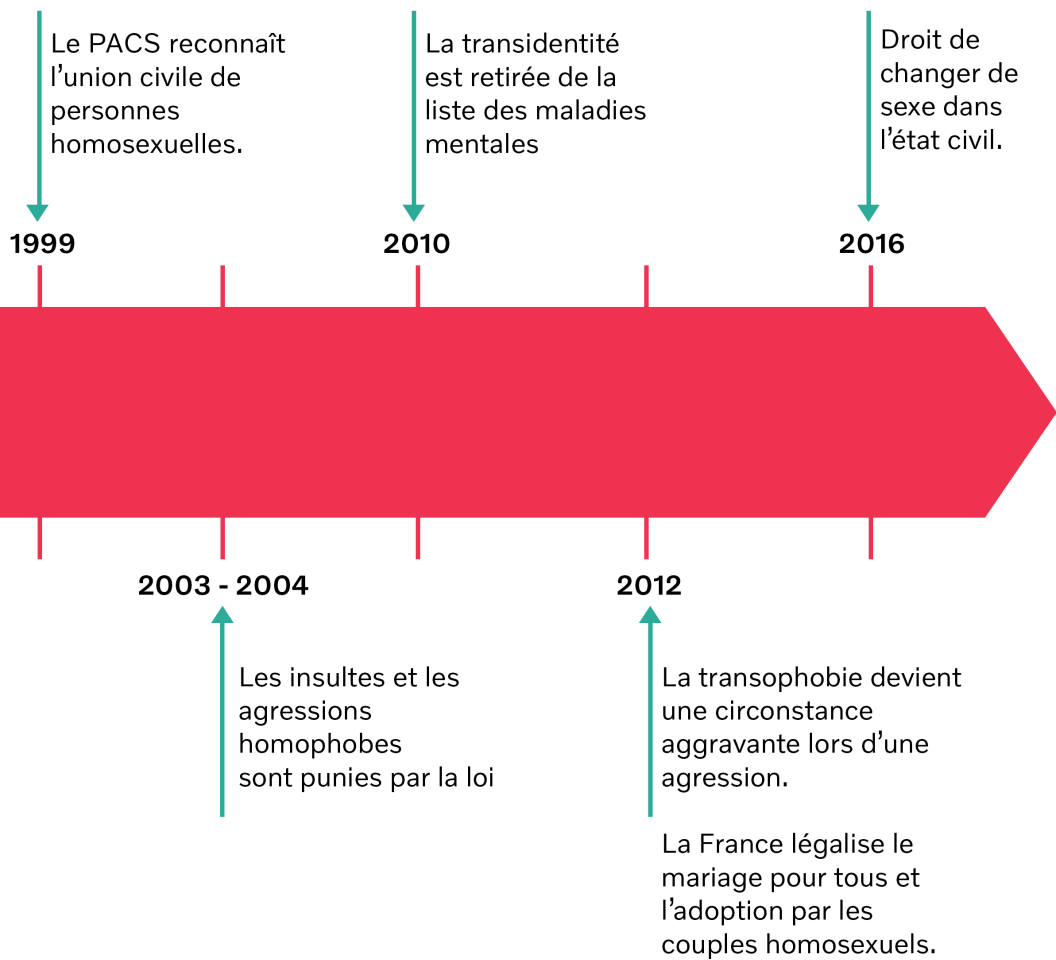
Le sigle LGBTQ+ a vocation à désigner les personnes dont la sexualité n'est pas exclusivement hétérosexuelle, nommément les lesbiennes (L), gays (G), bissexuels (B), trans (T) et Queer(Q). Un sigle plus extensif a été mis à jours pour inclure de nouvelles identités par l'ajout du "+".

[2] Les 25 critères sont : L'apparence physique, l'âge, l'état de santé, l'appartenance ou non à une prétendue race, l'appartenance ou non à une nation, le sexe, l'identité de genre, l'orientation sexuelle, la grossesse, le handicap, l'origine, la religion, la domiciliation bancaire, les opinions politiques, les opinions philosophiques, la situation de famille, les caractéristiques génétiques, les mœurs, le patronyme, les activités syndicales, le lieu de résidence, l'appartenance ou non à une ethnie, la perte d'autonomie, la capacité à s'exprimer dans une langue étrangère, la vulnérabilité résultant de sa situation économique

# L'ÉVOLUTION DES DROITS DES PERSONNES LGBTQ+ EN FRANCE

---





# DIVERSITÉ SEXUELLE ET DE GENRE

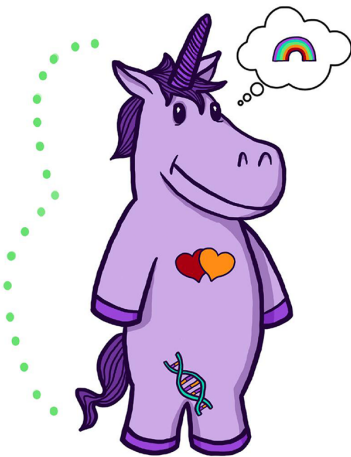
Les mots que nous employons pour parler des personnes LGBTQ+ et pour discuter avec eux et elles sont importants. Choisir un langage qui témoigne d'un respect et d'une compréhension de leurs identités est l'un des moyens les plus simples de communiquer notre appui ainsi que de créer des espaces sécuritaires et affirmatifs pour les personnes LGBTQ+.

Certains termes peuvent être nouveaux et déroutants.

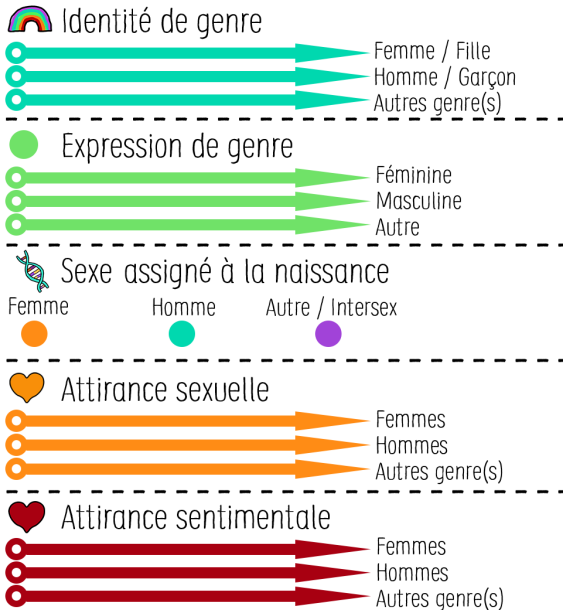
Bien qu'il soit normal de se demander comment faire pour « bien s'y prendre », demander à une personne comment elle aimerait être identifiée peut aider à montrer son soutien à l'égard de son identité et de ses expériences et c'est aussi une première étape importante pour devenir une personne alliée.

Voici la licorne du genre – un moyen amusant d'explorer, comprendre et expliquer les différences et l'interdépendance des expressions comme l'identité de genre, l'expression de genre, le sexe assigné à la naissance et l'orientation sexuelle.

\*\*\* À noter que cette description a été rédigée par le Ministère des Services à l'enfance et des Services sociaux et communautaires de l'Ontario. \*\*\*



La licorne  
du genre



# IDENTITÉ DE GENRE

Le sentiment intérieur d'être un homme, une femme, aucun des deux, les deux, ou un/d'autres genre(s). Tout le monde a une identité de genre, même toi. Pour les personnes transgenres, leur sexe assigné à la naissance et leur identité de genre ne sont pas les mêmes

# EXPRESSION DU GENRE

La manifestation physique de l'identité de genre d'une personne à travers ses vêtements, sa coupe de cheveux, sa voix, sa musculature etc. La plupart des personnes transgenres cherchent à faire en sorte que leur expression de genre (comment elles se présentent physiquement) corresponde à leur identité de genre (qui elles sont), plutôt que celle de leur sexe assigné à la naissance.

# SEXE ASSIGNÉ À LA NAISSANCE

L'assignement et la classification des personnes comme mâle, femelle, intersexe, ou un autre sexe est actuellement basé sur la combinaison de l'anatomie, des hormones et des chromosomes.

# ATTIRANCE SEXUELLE

Le(s) genre(s) auquel(s) tu es sexuellement attiré. Ces attractions sont généralement incluses dans les termes d'hétérosexualité, d'homosexualité et de bisexualité, tandis que l'asexualité (l'absence (totale ou presque) d'attraction sexuelle envers les autres) est parfois identifiée comme une quatrième catégorie.

# ATTIRANCE SENTIMENTALE

L'orientation romantique, indique le sexe ou le genre avec lequel une personne pourra avoir une relation amoureuse ou tomber amoureux·se.





# DÉCONSTRUISONS LES STÉRÉOTYPES ET LES CLICHÉS

---

L'orientation sexuelle et l'identité de genre sont à la source de nombreuses idées reçues. Ce guide vous permet d'identifier les situations les plus courantes en entreprise, vous expliquer pourquoi il est important que le Groupe intègre ces questions dans sa politique de gestion de la diversité et vous donne les clefs pour agir en connaissance de cause.

Souvenez-vous que si ces questions sont peu évoquées dans le milieu professionnel, ce n'est pas parce qu'il n'y a pas de LGBTQ-phobie.

Au contraire, c'est parce que la LGBTQ-phobie existe que les personnes concernées se font discrètes.

*“Tu as bien fait le choix de devenir lesbienne !”*

Au contraire, des études ont prouvé que l'orientation sexuelle est déterminée par plusieurs facteurs comme les gènes ou la biologie.

*“Tes parents sont gays, tu vas forcément le devenir”*

De nombreuses études ont déjà prouvé que la probabilité qu'un enfant devienne LGBT n'est pas plus élevé en ayant des parents LGBTQ+.

*“Les gays vous couchez avec tout le monde”*

Les études montrent en moyenne un nombre équivalent de partenaires sexuels quelque soit notre orientation sexuelle.

# LES PRÉJUGÉS RENCONTRÉS



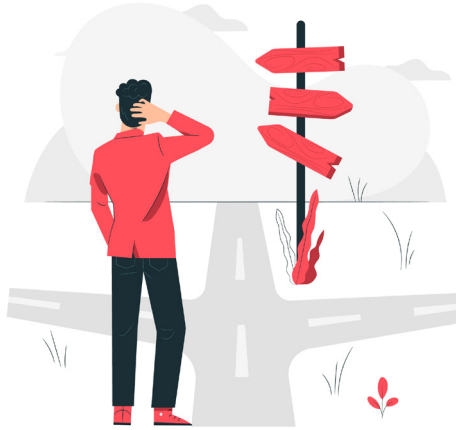
## PRÉJUGÉ N°1 : UN SUJET D'ORDRE PRIVÉ

Pour beaucoup, les problématiques liées à l'orientation sexuelle et l'identité de genre relèvent de la vie privée. L'entreprise ne doit donc pas s'y immiscer. Cinq minutes de conversation entre collègues font voler en éclat cette idée reçue car les univers de la vie professionnelle et de la vie personnelle s'imbriquent. Comment parler de son voyage de noces ou tout simplement de son week-end ?

L'entreprise elle-même contribue à rendre de plus en plus perméables les deux univers par la mise en place de crèches inter-entreprises, l'organisation d'événements pour les enfants (arbre de Noël...) ou par l'invitation des partenaires lors de certains repas.

Souvenez-vous qu'il est impossible de laisser chez soi son orientation sexuelle le matin avant d'aller travailler.

Garder son orientation sexuelle secrète impose d'être dans le contrôle quasi permanent, c'est une source de stress. Le bien-être et l'épanouissement au travail d'un.e collègue passent aussi par la capacité à être soi-même.



## PRÉJUGÉ N°2 : L'ORIENTATION SEXUELLE EST UN CHOIX

Pour beaucoup, l'orientation sexuelle serait le résultat d'un choix, au même titre que les caractéristiques qui nous définissent (couleur de cheveux, taille, caractère...), on ne choisit pas son orientation sexuelle. Elle fait partie intégrante de la personnalité de chacun.e

De la même manière que la question ne se pose pas de savoir à quel âge une personne hétérosexuelle a décidé de le devenir, il serait absurde de se poser la question pour une personne homosexuelle ou bisexuelle. De plus, l'attirance amoureuse n'est pas fondée uniquement sur le sexe du ou de la partenaire. Elle repose sur la personne dans sa globalité.

Souvenez-vous que, pour le Défenseur des Droits « l'orientation sexuelle décrit un mode durable d'attirance pour le sexe opposé (on parle d'hétérosexualité), le même sexe (on parle d'homosexualité), ou les deux sexes (on parle de bisexualité).

L'orientation sexuelle désigne le désir amoureux ou érotique des personnes, et non pas leur identité sexuelle ou de genre.



## PRÉJUGÉ N°3 : NOUS N'AVONS PAS DE RÉCLAMATION

Pour beaucoup, l'absence de réclamation liée à l'orientation sexuelle serait une preuve que la LGBTQ-phobie n'existe pas en entreprise. Pour autant, en 2012 un rapport mentionnait que 88% des salariés LGBTQ+ dans les entreprises françaises déclarent avoir été victimes ou témoins de LGBTQ-phobie au moins une fois dans leur carrière, comme des situations de harcèlement discriminatoire.

Il existe deux formes de LGBTQ-phobie :

- Sous sa forme explicite, elle se traduit par des actes et des propos adressés directement ou indirectement à la personne désignée, le plus souvent sous forme de « blagues » voire d'insultes.
- Dans sa forme implicite, elle correspond à un jugement négatif sur la personne; son contenu ne fait pas directement référence à son orientation sexuelle. Elle entraîne une attitude de rejet, de dénigrement ou d'indifférence qui se traduit par des non-dits, des sous-entendus, des allusions. Cette seconde forme est d'autant plus répandue que la première est socialement moins tolérée et pénalement condamnée. **La LGBTQ-phobie n'est pas une opinion mais un délit !**

Souvenez-vous que ne pas se saisir d'une situation d'homophobie peut entraîner un potentiel risque juridique et d'image pour les entreprises.



## PRÉJUGÉ N°4 : SI LES PERSONNES SE CACHENT, C'EST LEUR CHOIX

Pour beaucoup, ne pas dévoiler son orientation sexuelle est un choix. Or, c'est précisément parce que les personnes craignent des conséquences négatives sur leur carrière qu'elles ne le font pas. Elles redoutent des comportements hostiles : moqueries, manque de respect, insultes, mise à l'écart ou encore harcèlement.

Souvenez-vous que, pour les personnes qui choisissent de jeter un voile sur leur vie privée ou pire la travestir, cela peut se traduire par : un repli sur soi délibéré, un.e partenaire de l'autre sexe inventé.e, l'utilisation de mots neutres pour parler de la vie privée.

Cette attitude peut conduire à créer une situation de stress, un malaise sur le lieu de travail et un isolement de la personne. Ces conséquences peuvent entraîner à long terme de la dépression.

Pour les personnes qui ont choisi d'en parler librement, elles le font avec appréhension. Parmi celles-ci, un certain nombre d'entre elles le font pour éviter qu'on prenne la parole à leur place : on appelle cela la visibilité préventive.



## PRÉJUGÉ N°5 : TRAITER DU SUJET VA DONNER LIEU À UNE POLÉMIQUE

Pour beaucoup, mettre une situation problématique sur la place publique reviendrait à déchaîner les passions. Mieux vaut alors étouffer une affaire qui finira bien par être oubliée

On estime aujourd'hui que 7 % à 10 % de la population française est d'orientation sexuelle homosexuelle. Le groupe Volvo reconnaît la multiplicité des individus et des couples ; il œuvre pour être toujours plus inclusif.

Chacun.e dans l'entreprise doit se sentir respecté.e et être soi-même.

Les sujets de l'orientation sexuelle et de l'identité de genre font partie intégrante de la politique de promotion de la diversité de l'entreprise. En parler permet de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs pour briser ce tabou.

L'absence d'engagement en la matière et la crainte de comportements LGBTQ-phobes pourraient conduire des salarié.es à adopter des stratégies de masque, sources de stress.

Souvenez-vous que traiter le sujet de l'orientation sexuelle et de l'identité de genre répond à plusieurs enjeux :

- Éthique : en agissant de façon citoyenne pour rendre la société plus inclusive.
- RH : en attirant et fidélisant tous les talents, afin de contribuer à la performance de l'entreprise.
- Juridique : par la prévention d'éventuels cas de discrimination et de harcèlement.

# QUELLE ATTITUDE MANAGÉRIALE ATTENDUE ?

---

Les managers doivent promouvoir un environnement de travail professionnel, positif et inclusif, renforcer la prise de conscience sur la diversité, agir de façon exemplaire sur ce sujet et prendre sans délai les actions nécessaires en cas de harcèlement et de discrimination sur le lieu de travail.

Les managers du Groupe doivent être particulièrement vigilants à toutes actions pouvant heurter certain.es collègues car, si l'intention n'est pas toujours de nuire, elles ont pour conséquence de mettre à l'écart et d'exclure les personnes concernées.

---

## Comment accompagner un coming-out ?

Le manager prendra conscience qu'il s'agit d'un moment important pour la personne concernée. Il se montrera réceptif à la diversité des orientations sexuelles. Ce guide est là pour apporter une aide dans cette compréhension.

Le manager discutera avec le collaborateur ou la collaboratrice qui le souhaite des modalités selon lesquelles il ou elle souhaite réaliser son coming out auprès de l'équipe.

Le manager sera vigilant sur la réceptivité de l'équipe et n'hésitera pas, le cas échéant, à faire preuve de pédagogie.

La Direction et les équipes des Ressources Humaines sont en mesure d'accompagner le manager.

---

## Comment accompagner le changement d'identité de genre ?

Il est important, lorsqu'un collaborateur ou une collaboratrice manifeste son intention de changer d'identité de genre, que le manager offre une écoute attentive.

Le manager assurera également un lien étroit avec sa hiérarchie et la Direction des Ressources Humaines dont il dépend.

A person's silhouette is shown from the chest up, with their arms raised and hands joined to form a heart shape. The background is a bright sunset or sunrise with a rainbow flag draped across the top. The text 'V-EAGLE' is centered over the heart shape.

**V-EAGLE**





# CONTACTS

---

**MOKRANE BRAHMI**

**Co-gérant V-Eagle France**

**Mail : [mokrane.brahmi@volvo.com](mailto:mokrane.brahmi@volvo.com)**

**Téléphone : +33 6 65 85 90 86**

**DAVID PIN**

**Co-gérant V-Eagle Bourg-en-Bresse**

**Mail : [david.pin@volvo.com](mailto:david.pin@volvo.com)**

**Téléphone : +33 6 64 40 34 90**

**Nous rejoindre**



**[v-eagle@volvo.com](mailto:v-eagle@volvo.com)**

**[www.volvo.com/veagle/fr](http://www.volvo.com/veagle/fr)**

A close-up, vertical view of a rainbow flag. The flag is composed of six horizontal stripes of equal width, with colors from top to bottom: red, orange, yellow, green, blue, and purple. The flag is slightly wrinkled and draped, creating soft folds and shadows. The word "VOLVO" is printed in the center of the green stripe in a white, bold, sans-serif, all-caps font. The letters are widely spaced and have a slight shadow, making them stand out against the green background.

**V O L V O**