

# ENQUÊTE

Par son zèle en matière de justice sociale, Capgemini s'assure un bon score ESG.

## Capgemini chez les *woke*

Le leader mondial de la transformation numérique se veut *“mieux-disant que la loi dans la lutte contre toute forme de discrimination”*. Un engagement ancré dans l'ADN du groupe français qui fait grincer en interne.

Par Victor Eyraud

**G** *et the future you want. Digital and technology should benefit all society.* Les ambitions de Capgemini sont claires. Depuis plusieurs années, le leader mondial de la transformation numérique s'est investi d'une autre mission, plus globale, plus politique, plus militante: accompagner — voire accélérer — la bascule mondiale vers une société *« inclusive et diversitaire »* pour *« façonner l'avenir de la planète et de la société »*.

*« Nous sommes convaincus qu'un environnement diversifié, équitable et inclusif rend l'entreprise plus résiliente, agile et prospère »*, professe Shobha Meera, directrice de la responsabilité sociale et environnementale, sur le site de l'entreprise française. La bannière de son compte Twitter trahit un engagement plus profond, lié aux préoccupations de l'époque: l'antienne *“Stronger together”* (“l'union fait la force”) y est inscrite aux couleurs arc-en-ciel du drapeau LGBT+ agrémentées du rose et bleu pâle des non-binaires, précédées du brun et noir des partisans du mouvement Black Lives Matter.

Forte de ses 360 000 salariés répartis dans 50 pays, Capgemini jouit du pouvoir d'influence des grands groupes à l'implantation mondiale. De quoi se servir de sa politique interne comme d'un levier pour influencer durablement les sociétés. Une mission inscrite dans le détail au fil de l'*“Accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, la parentalité, l'équilibre des temps et la mobilité durable au sein de l'UES Capgemini”*. Un document interne que *Valeurs actuelles* s'est procuré, comme beaucoup d'autres — modules de formation, chartes, questionnaires, vidéos, etc. —, qui illustre l'engagement de Capgemini à l'international.

### “Construction d'une culture respectueuse des personnes LGBT+”

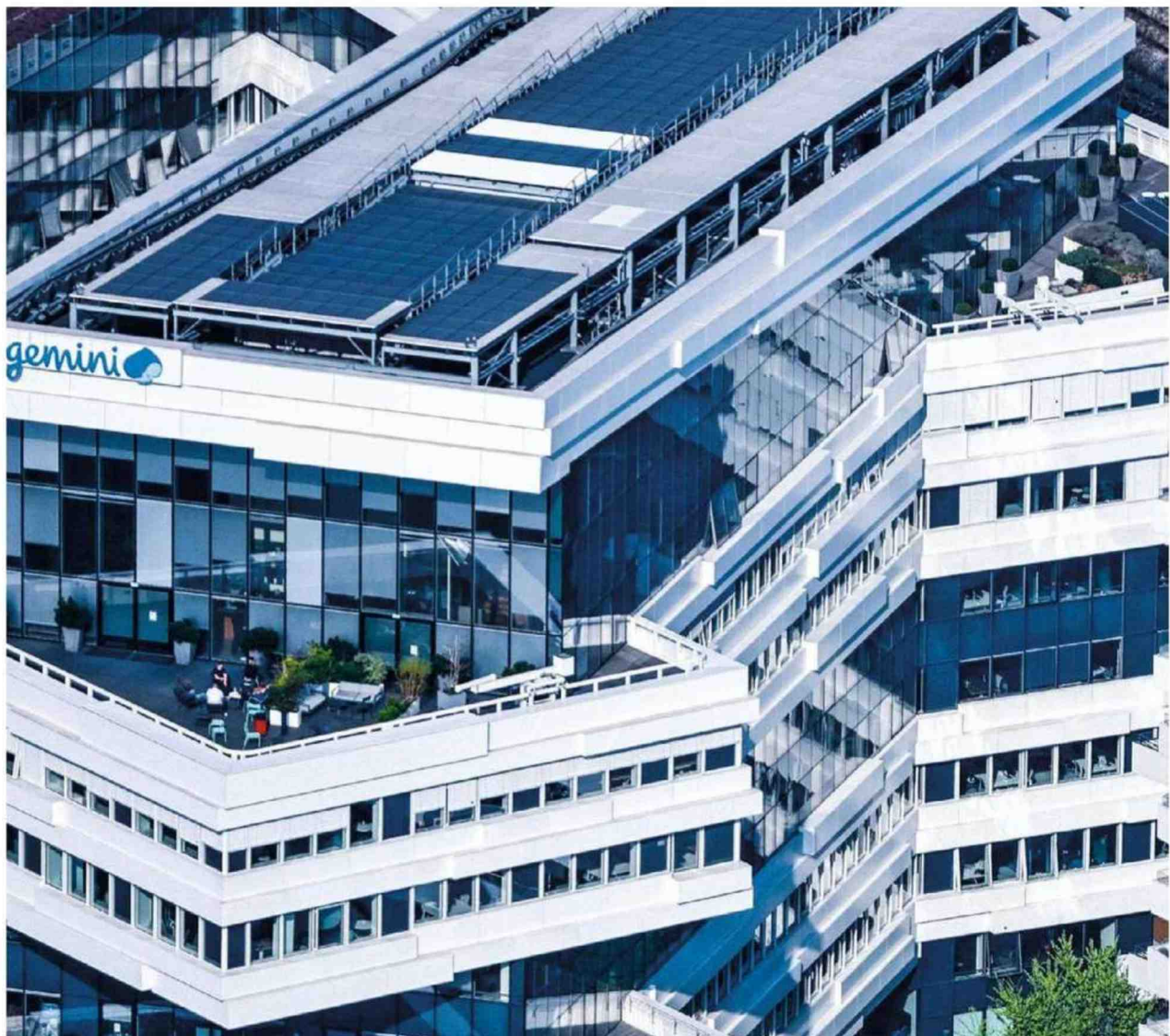
Daté du 21 avril 2021 et valable jusqu'en 2024, il engage les différentes délégations syndicales (CGT, CFDT...) dans la manifestation d'une *« volonté de combattre les représentations, les préjugés et toute forme de discrimination »*. Racisme, sexisme, homophobie, “mégenrage” (emploi d'un pronom



LAURENT GRANDGUILLOT/IFEA

ne correspondant pas à l'identité de genre choisie par son interlocuteur), tout y passe.

Dans son rapport intégré de 2020, Capgemini vantait déjà sa qualité de membre fondateur de Partnering for Racial Justice in Business, initiative du Forum économique mondial visant à *« établir les nouvelles normes mondiales pour l'équité raciale dans les entreprises »*. Plus loin, l'entreprise s'enorgueillissait aussi d'avoir signé la charte Race at Work de l'organisation britannique Business in the Community, puis créé l'Inclusion Leadership Advisory Council pour promouvoir la représentation des Africains-Améri-



cains, Hispaniques et Asiatiques aux États-Unis.

En matière de « construction d'une culture respectueuse des personnes LGBT+ », Capgemini ne lésine pas non plus. En lançant OutFront France en 2020, le groupe peut se targuer d'avoir mis en place un « réseau LGBT+ et alliés », chargé de « rendre le groupe plus diversifié et inclusif pour les minorités sexuelles et de genre: lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et queer ainsi que leurs alliés ».

Pas question de se reposer sur ses lauriers. « Depuis 2007, nous élargissons notre réseau mondial de collaborateurs OutFront, aujourd'hui présent

dans 21 pays », se félicite encore le rapport intégré. Autre engagement: « Privilégier une juste représentation dépourvue de stéréotype sur le genre ou sur l'orientation sexuelle dans leurs publications. » Avec, en illustration du pro-

**“LES MEMBRES DE GROUPES IDENTITAIRES MARGINALISÉS SE SENTENT PEU ENGAGÉS AU TRAVAIL ET MOINS MOTIVÉS POUR SE DONNER À FOND.”**

pos, un selfie de collaboratrices aux visages pailletés, censées « représenter Capgemini au Mardi gras LGBT+ de Sydney ».

« Ça fait des années que j'y suis — je ne connais que deux LGBT », confie un salarié, exaspéré par la prépondérance du sujet identitaire qui empiète sur son travail. Et pour cause: un module de sensibilisation obligatoire invite les employés à « parler ouvertement du sexisme, du racisme et d'autres formes d'injustice au travail ».

Depuis 2021, tous les managers et cadres dirigeants de Capgemini participent aussi à une « formation sur le leadership inclusif, y compris un →



## ENQUÊTE

atelier sur les biais inconscients, œuvrant ainsi au développement d'un état d'esprit et de comportements inclusifs ». Quant au « module de formation en ligne sur le recrutement et la diversité », mis à jour pour tenir compte des nouvelles problématiques soulevées par le « wokisme », son visionnage a été rendu obligatoire pour tout salarié impliqué dans le processus de recrutement.

Et pas question d'y échapper : pour mesurer l'assiduité de ses salariés, Capgemini évalue le taux de visionnages des séminaires et soumet régulièrement ses employés au sondage sur le sexisme en entreprise dans le cadre de l'initiative #StOpE.

### Le module classe les employés « dans la majorité ou la minorité »

Parmi les documents consultés par *Valeurs actuelles* figurent notamment différents modules de formation à l'inclusivité. Au programme d'un premier texte intitulé « La diversité et les différences de pouvoir » : les « privilégiés » et les « racisme et sexisme systémiques », analysés à travers une grille de lecture aussi péremptoire que douteuse.

Selon les différents aspects de l'identité — valeurs, opinions, genre, âge, orientation sexuelle et origine ethnique —, le module classe les employés automatiquement « dans la majorité ou la minorité ». Puis, suivant ce postulat, les « membres de groupes identitaires dominants » possèdent « un statut et un pouvoir supérieurs », tandis que « les membres de groupes identitaires marginalisés se sentent peu engagés au travail, moins impliqués dans l'entreprise et moins motivés pour se donner à fond ».

« C'est un scandale, fustige un salarié de Capgemini. À quoi bon exceller dans son boulot, puisque l'entreprise a décidé de mettre en avant telle ou telle personne, parce que minorité visible ? » Les exemples ne manquent pas : l'agenda inclusif de Capgemini



PHOTOS : WIKIMEDIA COMMONS ; ROMAIN GALLARD/FREA

est pétri de toutes les contradictions du « wokisme ».

« Il est rappelé que les décisions de promotion sont prises sans tenir compte du genre », stipule l'accord d'entreprise sur l'égalité professionnelle... avant de se contredire une ligne plus loin : « La direction se donne pour objectif d'avoir un taux de promotion de femmes supérieur à celui des hommes. » S'ensuit une sous-partie entièrement dédiée à « l'accroissement des promotions des femmes » — entérinant par définition le sexe, ou genre, comme critère de poids dans la décision de promotion selon le principe de discrimination positive.

« Mettre en avant des salariées parce qu'elles sont femmes relève du sexisme et est réducteur, déplore un autre employé. Mettre en avant des salariés pour leur couleur de peau relève d'un racisme de fond et est réducteur. Nous

devons être considérés pour notre seule valeur professionnelle et ce que nous apportons à cette organisation humaine qui crée de la valeur, nourrit des foyers et enrichit l'économie du pays. »

La direction de Capgemini va même plus loin que le simple respect du principe de non-discrimination sur le lieu de travail. En signant la Charte de la diversité de 2021, les employeurs de la société se sont engagés avec zèle dans « une démarche volontariste et mieux-disante que la loi dans la lutte contre toute forme de discrimination ».

Les parties signataires de la Charte font aussi part de leur souhait d'« accompagner les salariés dans la prise de conscience des situations de violences extérieures à l'entreprise, notamment aux violences faites aux femmes », via notamment un module de sensibilisation de la Fondation des femmes sur le harcèlement de rue.



**ENQUÊTE**

Page de gauche, Verna Myers, responsable de la stratégie d'inclusion chez Netflix. Elle enjoint les salariés de Capgemini à déceler leurs biais racistes. Ci-dessous, l'entreprise se targue d'être un fleuron de l'inclusivité...



Les efforts paient : en 2021, pour la neuvième année consécutive, Capgemini a été reconnu par l'institut Ethisphere comme l'une des entreprises les plus éthiques au monde. De quoi lui assurer le maintien d'un bon score ESG, outil de mesure de l'investissement socialement responsable d'une entreprise dans les domaines environnementaux, sociaux et de gouvernance.

Un moyen de montrer patte blanche aux potentiels investisseurs soucieux du respect des préoccupations dans l'air du temps — ou conscients du poids de ces dernières dans le monde qui vient. Dans un «webinaire» de décembre 2021, le directeur général de Capgemini, Aiman Ezzat, rassurait ses investisseurs ESG : «*La démarche ESG est dans l'ADN de Capgemini depuis cinquante ans. Durant ces cinquante années, nous avons eu pour objectif d'avoir un impact positif sur la planète.*»

Seulement voilà : sauver la planète et changer la société ne suffisent pas. Invités — en atelier obligatoire — à travailler sur leurs «*biais inconscients*», les cadres et managers de Capgemini découvrent les ambitions du groupe :

changer l'Homme, trop excluant, discriminant, mauvais par nature. Car, après tout : «*Si vous êtes un être humain et que vous avez un cerveau, vous avez des préjugés.*»

Cette phrase, prononcée par Verna Myers, traduit la logique profondément ancrée dans les mouvements antiracistes américains. Dans le module vidéo consacré à l'introspection, la responsable de la stratégie d'inclusion chez Netflix invite tout un chacun à trouver en lui le coupable de racisme, de sexisme ou d'homophobie.

Et ensuite ? Ne reste qu'une seule solution : «*Être ouvert au feedback et faire mieux*», «*admettre ses erreurs et présenter ses excuses*», insiste Capgemini. Un ton paternaliste et mora-

lisateur révélateur de la volonté du «wokisme» de façonner l'humain nouveau comme on éduque un enfant. Avec la notion d'«allié.e», le groupe français embrasse une autre logique proprement woke : qui n'est pas «*une personne favorisant l'équité et l'inclusion grâce à des relations de soutien et à des actes publics de sponsoring et de défense*» est... un traître à la cause LGBT+.

**“Sors ta phrase d'alliée”**

Avec, en prime, cette illustration par l'exemple de salariés modèles, censés indiquer le bon comportement à suivre. En témoigne le récit poignant de cette intervenante à un séminaire de formation : «*J'ai vu la publication d'un homme sur la Journée internationale de la femme, plutôt négatif, plein de préjugés. Je me suis sentie en panique. Je rougissais. Et je me suis dit : “Sors ta phrase d'alliée.” J'ai donc tapé mes deux mots : “Pas cool.” J'ai appuyé sur “Envoyer”. Quelle que soit votre phrase d'allié.e, réfléchissez-y. Gardez-la dans votre poche virtuelle, prête à l'emploi, pour la dégainer sans y réfléchir au moment opportun.*» Sans y réfléchir... ●

**“SI VOUS ÊTES  
UN ÊTRE HUMAIN  
ET QUE VOUS AVEZ  
UN CERVEAU,  
VOUS AVEZ  
DES PRÉJUGÉS.”**

