



ÉDITO

Peut mieux faire

Le VIH est-il un handicap comme les autres ? Faut-il en parler ou pas ? Les entreprises ont tendance à éviter la distinction entre cette pathologie et les nombreux autres handicaps qui peuvent affecter des salariés. Un malaise persiste. Crainte de rejet pour les salariés concernés, crainte aussi pour l'image de l'entreprise. Résultat : les démarches globales pour la diversité ont la faveur d'une majorité d'entreprises.

Lancé en 2008, le label diversité répond au besoin de garantir une plus grande égalité de traitement en entreprise, pour toutes les personnes qui sont assimilées – qu'elles le souhaitent ou

non – à une minorité. Femmes, personnes de couleur, personnes handicapées sans reconnaissance d'inaptitude au travail, sont notamment concernées par les 18 critères que définit ce label, vis-à-vis desquels l'entreprise ne doit pas tolérer de discrimination. Selon un sondage réalisé par la Halde* avec le CSA, sorti en mai 2009, les personnes handicapées sont avec les gens du voyage et les personnes âgées de plus de 45 ans, quel que soit le secteur et quelle que soit la situation, les plus exposées aux discriminations dans le monde professionnel.

Entre le label diversité (délivré par l'Afaq) et les multiples autres démarches engagées pour favo-

riser une plus grande ouverture et mixité au travail, de campagnes de sensibilisation en quotas imposés de travailleurs handicapés, l'on peut espérer de plus en plus d'ouverture et de tolérance. Les entreprises affirment travailler dans ce sens. Mais au-delà des grands discours autour l'embauche de travailleurs handicapés, au-delà des événements publics organisés à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre le sida le 1^{er} décembre, un travail spécifique autour de la discrimination dont sont victimes les personnes séropositives reste nécessaire. ■

* Haute autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité.

Le BIP est édité par Presscode pour l'association Arcat.

Directeur de la publication : Jean-Marc Borello (jmb@groupe-sos.org)
Directeur adjoint : Gilles Dumoulin (gd@presscode.fr)
Directrice de la rédaction : Anne Guérin (directeur@arcat-sante.org)
Rédactrice en chef : Louise Bartlett (louise.bartlett@groupe-sos.org)
Secrétaire de rédaction : Magali Jourdan (magali.jourdan@presscode.fr)
Direction artistique : Matthieu Lifschitz (matthieu.lifschitz@presscode.fr)
Maquette : Laetitia Laracca (laetitia.laracca@presscode.fr)

Edition et diffusion :

Presscode
Tél. : 04 96 11 05 80
Philippe Morihon, Isabelle Ladouce (editions@groupe-sos.org)
www.presscode.fr
27, rue Vacon - 13001 Marseille
Impression : Graph 2000 61203 Argentan
Entreprise certifiée PEFC et Imprim'Vert.
Imprimé sur papier recyclé avec encres végétales.
Commission paritaire en cours.
Dépôt légal à parution.
Les articles et graphismes du BIP sont la propriété exclusive du journal.

Arcat est une association Loi de 1901.
94-102, rue de Buzenval - 75020 Paris
Tél. : 01 44 93 29 29 - Fax : 01 44 93 29 30
Directrice : Anne Guérin

Délégation générale du Groupe SOS :
102, rue Amelot - 75011 Paris
Tél. : 01 58 30 55 55 - Fax : 01 58 30 55 35
Le Groupe SOS se compose de dix associations : SOS Drogue International, SOS Habitat et Soins, SOS Insertion et Alternatives, Arcat, JCLT, Collège Coopératif de Paris, Crescendo, Auxilia, Le Kiosque Info Sida, et Voiture & Co. Il rassemble aujourd'hui plus de 2500 salariés et 160 centres sanitaires et sociaux et structures d'insertion.

www.groupe-sos.org

AU SOMMAIRE

DANS MON ENTREPRISE ENQUÊTE : LES GRANDES ENTREPRISE FACE AU SIDA

LE POINT SUR... L'OBLIGATION D'EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

ARCAT À L'AFFICHE BILAN DE LA 22^e ÉDITION DE LA BRADERIE ARCAT : « LES CRÉATEURS ONT DU CŒUR »



DANS MON ENTREPRISE

Les grandes entreprises à la hauteur face au sida ?

Alors que certaines grandes entreprises françaises veulent croire que le VIH est moins tabou, rares sont les salariés qui osent évoquer leur séropositivité au travail. De plus en plus investies dans la lutte contre le sida, elles communiquent peu sur leur engagement. Stratégie marketing, nécessité économique ou réel intérêt à combattre le fléau ? Enquête.



Forte de ses 160 000 cheminots, la SNCF est la seconde entreprise de France. A l'instar d'autres grands employeurs, elle a signé un accord d'entreprise pour favoriser l'embauche de salariés souffrant d'un handicap, notamment la séropositivité, mais aussi pour sensibiliser l'ensemble du personnel. «*En tant qu'entreprise nationale de service public, nous nous devons de montrer le bon exemple*», assure Laurent Thévenet, responsable de la mission Handicap depuis trois ans. Dans une plaquette flambant neuve, la SNCF rappelle qu'elle est «*une*

entreprise citoyenne, engagée en faveur du développement durable et dans la lutte contre toute forme de discrimination. » Une philosophie sur les rails si l'on en croit Laurent Thévenet : «*L'entreprise doit être attentive à ses salariés. Nous avons toujours eu le culte de la solidarité. La première étape quand on accueille une personne bénéficiant de la RQTH (1), c'est de favoriser son intégration dans une équipe.* » Plus facile à dire qu'à faire. Lorsque le handicap est visible, l'équipe doit vite adopter les bons réflexes : ne pas parler dans le dos d'une personne sourde, aménager l'outil de travail pour celle en

fauteuil, etc. Mais lorsqu'il s'agit de handicaps invisibles (troubles psychiques ou séropositivité), impossible de divulguer la nature du problème sans l'accord de l'agent et donc de confronter l'entourage professionnel à la spécificité dudit handicap... Une situation que tente de faire évoluer la mission Handicap via le site intranet de la SNCF auprès de ses 40 délégués nationaux. Objectif : aiguiller les esprits sur le «*vivre au travail avec le VIH/sida*... On peut lire : «*Les personnes séropositives, bien plus que les personnes atteintes de pathologies invalidantes n'ont pas que la maladie à combattre,*

mais aussi les idées reçues des collègues ou des employeurs. Soixante deux pour cent maintiennent le secret. Ce choix les expose au risque de se trouver isolées dans leurs difficultés et d'être privées des possibilités de concertation sur l'aménagement des postes de travail. » Reconnaissance d'une maladie chronique, injonction à dire sa séropositivité ou réel souhait de l'entreprise de mieux intégrer la personne séropositive ? Laurent Thévenet n'a, en tout cas, aucun souvenir qu'un agent SNCF ait parlé de sa séropositivité au travail... Il arrive que la SNCF prenne le train en marche et accepte de soutenir l'initiative d'associations locales. Aides 94 a pu mener des actions de prévention et de dépistage en installant au sein même de gares du Val-de-Marne une antenne de dépistage l'espace d'une journée pour inciter voyageurs et personnel à se protéger et à prendre conscience du danger d'une sérologie tardivement connue : «*La SNCF n'a pas pour vocation de se mêler du transport amoureux, mais la gare étant un lieu de passage très fréquenté, elle se doit d'œuvrer au bien être public!*», argue malicieusement Laurent Thévenet.

Le VIH, un handicap comme les autres ?

La mission Handicap en entreprise a été officialisée en 2005. Nombre de sociétés ont trouvé l'opportunité de faire



face au handicap en créant un poste spécifique (La Poste, Allianz, L'Oréal, la Société Générale, Pinault-Printemps-Redoute, etc.). Un moyen aussi de ne pas se faire "tacler" par l'Etat sur l'obligation, pour les entreprises de plus de 20 salariés, d'embaucher 6 % de travailleurs handicapés. Un chiffre difficile à honorer : la SNCF n'en emploie que 2,85 %. « Plus de la moitié de nos métiers concernent la sécurité soumise à des aptitudes strictes définies par la loi. Les personnes atteintes d'un handicap sont souvent exclues. Concernant le sida, nous ne mettons rien en place de particulier, mais tout agent en RQTH bénéficie de temps supplémentaire. Une gestion plus compliquée pour un manager, car le travail ici est très minuté... »

Malaise ou précaution ?

La plupart des entreprises ne souhaitent pas faire de distinguo entre VIH et autres pathologies. Malaise avec le sujet ou réelle intention de ne pas stigmatiser les personnes séropositives ? « Le rôle d'une grande entreprise qui possède une mission Handicap est de déjouer les éventuelles discriminations autour d'une pathologie. Nous nous engageons à le faire via des campagnes de sensibilisation en interne, un recrutement non discriminatoire des individus (sexe, âge, handicap/état de santé, diversité des origines), une gestion préventive des inaptitudes... », indique Leslie Chaffot, responsable Développement chez PPR (2). Et, s'excusant de ne pouvoir en dire davantage : « On pourrait déplorer que cette politique ne soit pas plus ciblée sur l'axe VIH, qui mériterait un traitement particulier, mais à ce jour, ça n'a pas encore été fait, comme d'autres critères parmi les 18 indiqués par la loi... Nos démarches Diversité et mission

Handicap sont aujourd'hui globales. » Même son de cloche au Club Med. « Les personnes en RQTH n'ont aucune obligation de nous révéler la nature de leur handicap. Nous ne faisons rien de spécifique par rapport au VIH, nous essayons de démystifier d'une manière générale le handicap. Aucun n'est comme les autres », justifie Annick Radovic, responsable de la mission Handicap créée en 2007 au Club Med. Pour autant, elle n'oublie pas que l'entreprise dédiée aux plaisirs des loisirs a connu le deuil de plusieurs GO (gentils organisateurs) et GE (gentils employés), morts du sida. « Nous avons la culture du vivre ensemble. Six à huit mois par an, nos salariés partagent une maison dans un de nos 80 villages, on se côtoie, on ne se discrimine pas ! », assure-t-elle.

En deux ans, l'entreprise est passée de 18 salariés handicapés à 80. « Une victoire » même si le Club Med embauche des compétences, pas des handicaps. « N'oublions pas que toute entreprise doit faire des résultats. Une mission Handicap ne peut donc pas être qu'une image de marque. » Au Club Med, on zappe la journée mondiale contre le sida : les GM (gentils membres) sont quand même là en vacances...

D'une initiative individuelle à une volonté collective

Pièce de théâtre sur le sida, distribution de préservatifs, plaquettes informatives, organisation de colloques sur le retour à l'emploi des personnes séropositives... L'investissement d'une entreprise dépend souvent de quelques-uns. Mais est-ce son rôle ? « Oui, mais pour qu'une entreprise fasse campagne, encore faut-il qu'elle ait en interne une remontée de problèmes. Or, le VIH reste secret », répond Laurent Thévenet. Depuis

quelques années, Arcat lance une opération « sets de table » pour sensibiliser les entreprises au VIH. L'association envoie gratuitement les sets à celles qui en font la demande. « C'est rarement la volonté globale de l'entreprise ou de la direction, mais la démarche personnelle du médecin du travail ou de l'infirmière scolaire », indique Emilie Pachéco, en charge de l'opération. De bonnes intentions qui ne suffisent pas toujours. « Il arrive que l'action soit bloquée par la direction ou la communication qui trouvent de mauvais goût d'évoquer le sida à table, ou non renouvelée l'année suivante car la personne instigatrice s'est retrouvée isolée ou raillée par ses collègues. Mais cela se passe aussi très bien ! Axa est très enthousiaste de revoir les bases de

la prévention sous forme de dessins humoristiques. »

Au fil des années, les grandes entreprises semblent davantage intégrer le VIH dans leur politique de management, mais certains services de communication filtrent les informations. Solidarité forcée ou pudeur face à un engagement ? Il s'avère bien mal aisé de trouver le bon interlocuteur en interne qui s'estime légitime et autorisé à parler du sida à l'externe, lorsque ce n'est pas le silence pour unique réponse...

■ Dominique Thiéry

(1) Reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.

(2) Pinault-Printemps-Redoute.

Au CAC 40, cap au Sud

« Confrontées à la pandémie, de grandes entreprises internationales implantées au Sud ont compris que si elles ne faisaient rien contre le sida, cela allait leur coûter plus cher. » Eric Maville est le directeur France de la GBC (Global business coalition), une fondation regroupant 220 entreprises dans le monde dont 10 françaises du CAC 40 (Areva, Total, Lafarge, etc.) qui cotisent pour lutter contre le sida, la tuberculose et le paludisme. Elles représentent une alternative dans des régions où le système public ne fonctionne pas ; dotées de centres de soins, elles prennent en charge leurs salariés et leur famille, mais aussi les communautés locales. Cette responsabilité sociale leur confère une certaine sécurité sanitaire, mais aussi une bonne image marketing... « L'important est qu'elles respectent leurs engagements, même si certaines le font pour de mauvaises raisons », confie Eric. D'autres demeurent réticentes à associer le sida à leur enseigne. « Elles aimeraient englober le VIH dans une politique de santé générale, une manière d'esquiver ! » Mais il reste confiant sur l'avenir de la GBC : « Je suis surpris que des entreprises fassent plus qu'elles ne le disent. Certains salariés ignorent même leurs actions ! Alors qu'il faudrait plus de personnes ressources au sein des entreprises. » Mal à l'aise avec ces questions, elles préfèrent que la GBC communique pour elles. « Depuis trois ans, il y a une réelle écoute des dirigeants. Une campagne de dépistage volontaire a même été organisée à laquelle 80 % des employés ont participé. »

■ Dominique Thiéry

LE POINT SUR...

L'obligation d'emploi de travailleurs handicapés

En application de la loi du 11 février 2005 pour « l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées », tout employeur devra remplir la déclaration obligatoire d'emploi des travailleurs handicapés et l'envoyer à la Direction départementale du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle, le 15 février 2010, au plus tard. Pour entrer dans le calcul de la contribution, il était nécessaire d'embaucher au plus tard le 1^{er} juillet 2009. A leur grande surprise, les employeurs de plus de 20 salariés, non lecteurs du *Bip*, et ne remplissant pas leur obligation, découvriront alors que la contribution à l'Agefiph est passée de 400 ou 600 fois le Smic horaire en

fonction de la taille de l'établissement, à 1 500 fois le Smic horaire, soit environ 13 000 € par salarié manquant.

Vous souhaitez être plus solidaires ?

L'arrêté du 9 février 2006 prévoit que les employeurs peuvent déduire de cette contribution, dans la limite de 10 % de son montant, les dépenses notamment liées au partenariat avec des associations ou organismes œuvrant pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées (à l'exclusion des actions financées dans le cadre du mécénat). ■

Plus d'infos : www.teledoeth.travail.gouv.fr et www.arcat-sante.org/243/Partenariats_Handicap

Arcat, partenaire des entreprises

Arcat est à disposition des entreprises pour élaborer des partenariats contribuant à la lutte contre l'infection par le VIH/sida et les pathologies associées, et renforcer la solidarité avec les personnes touchées. Entre autres propositions :

- Prise en charge d'abonnements multiples au Journal du sida, qui pourront être largement diffusés.
 - Participation à l'opération « Sets de table », à l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre le sida (réponse impérative avant le 10 novembre 2009).
 - Organisation de sessions de sensibilisation sur l'emploi de personnes vivant avec le VIH ou une hépatite virale.
- Arcat œuvre chaque année pour l'insertion sociale et professionnelle de plus de 400 personnes souffrant d'une pathologie chronique évolutive. Si votre entreprise se situe sur l'Île-de-France, n'hésitez pas à contacter l'association.

Contact : entreprise@arcat-sante.org
ou insertionpro@arcat-sante.org

ARCAT À L'AFFICHE



22^e édition de la braderie Arcat : « Les créateurs ont du cœur »

Merci !

La réalisation du projet de vie des personnes vivant avec le VIH n'est possible que si ne viennent pas s'ajouter à la pathologie des freins tels que l'accès à l'emploi, la discrimination face au handicap, le secret autour de la maladie, le coût d'une alimentation saine et équilibrée, la barrière de la langue ou encore des troubles psychologiques voire psychiatriques. Avec plus de 10 000 articles vendus, plus de 200 donateurs et plus de 4 000 visiteurs, l'ensemble de l'équipe de l'association se joint aux personnes vivant avec le VIH et suivies par Arcat, pour remercier les partenaires, donateurs et clients qui ont permis de récolter plus de 160 000 € à l'occasion de la 22^e édition de la Braderie d'Arcat « Les Créateurs ont du cœur ». Les bénéfices de cette opération permettront d'améliorer le quotidien des personnes malades, à travers la proposition de chambres d'hôtels en hébergement d'urgence, l'attribution de tickets services, l'accompagnement pour l'accès aux droits, aux soins, et à l'insertion professionnelle, l'organisation de sessions d'éducation thérapeutique, la mise en place d'actions de prévention ou encore l'information pour lutter contre les discriminations et mettre en place un monde plus solidaire. ■