



**Canadian Centre for Diversity and Inclusion**  
**Centre canadien pour la diversité et l'inclusion**

# Histoires de réussite

Enbridge Inc.

Une étude de cas canadienne de la diversité et l'inclusion

Avril 2016

## **Enbridge Inc. : une histoire de réussite canadienne de la diversité et l'inclusion**

Par Brenda van Ginkel, associée, avec recherche par Tracy Pan, assistante de recherche. Merci à Jill Chesley, Chef de l'équipe de la diversité et de l'inclusion, RH EO Diversité d'Enbridge Inc. de nous avoir parlé pour cette étude de cas.

# La puissance de l'engagement LGBT de changer les mentalités

« La diversité et l'inclusion est non seulement quelque chose dont vous parlez, c'est quelque chose que vous devez soutenir activement, que vous devez soutenir publiquement et que vous devez démontrer à vos employés et votre communauté que ces choses sont importantes. » Leon Zupan est éloquent dans une vidéo appuyant OUT at Night, la campagne de collectes de fonds pour la Human Rights Trust d'Égale Canada pour engager les Canadiens sur la crise de l'itinérance des jeunes LGBTQ2S. Il est un allié LGBT solide et un commanditaire exécutif de Prism Energy, le groupe d'Enbridge pour les employés identifiant comme LGBT, allosexuels et bi-spirituels, et alliés. Il est également Chef de l'exploitation d'Enbridge Inc.

Enbridge déclara leur soutien à la communauté LGBT à l'échelle nationale en 2015 avec leur vidéo OUT at Night. Nous nous sommes intéressés à la façon dont l'entreprise basée à Calgary créa l'engagement LGBT dans le milieu de travail et nous avons parlé avec Jill Chesley, Chef de l'équipe dans leur département de la diversité, pour en savoir plus.

Avec plus de 11 000 employés partout en Amérique du Nord et ses bureaux principaux à Calgary, Edmonton et Toronto, Enbridge possède une équipe de cinq personnes qui mènent leur stratégie et leurs initiatives de diversité, un comité de leadership de la diversité et d'inclusion menée par la direction et, avec Prism Energy, a des groupes-ressources des employés soutenant les femmes, les parents, les Autochtones, les femmes dans l'ingénierie, les jeunes professionnels, les professionnels diplômés à l'étranger et les professionnels administratifs.

Cette étude de cas examine ce qu'une entreprise énergétique dans un secteur conservateur a fait pour améliorer l'inclusion des personnes identifiant comme LGBT, en se concentrant sur Prism Energy, qui a été formé en 2013. Tout au long de l'étude de cas, les témoignages reçus par l'entreprise en réponse aux sondages auprès des employés illustreront les initiatives avec des expériences personnelles.

## La puissance de l'analyse de rentabilisation

L'analyse de rentabilisation de la diversité d'Enbridge se concentre sur la mobilisation des talents pour construire la croissance pour l'entreprise. L'analyse de rentabilisation est un cercle de cause à effet qui commence avec l'attraction et la rétention des talents; créant ensuite l'engagement des employés pour encourager la fidélisation des talents, l'innovation et l'amélioration de rendement; suivie par l'amélioration de la réputation de l'entreprise pour construire la valeur de la marque – ce qui ferme le cercle avec l'attraction des talents.

Pour intégrer la diversité et l'inclusion dans la culture d'entreprise afin qu'elle touche toutes les parties de la compagnie, Enbridge relia leur analyse de rentabilisation de la diversité à leurs valeurs fondamentales : l'intégrité, la sécurité et le respect entre les communautés, l'environnement et les gens. Et alors que les activités au sein des groupes-ressources des employés de l'entreprise ont créé des liens émotionnels avec les gens, elle apporta un sens personnel à ces valeurs parmi les employés.

**« Mon moment décisif : Parlant de la signification de la sécurité et l'étendant au-delà du bien-être physique seulement. » – Participant d'un événement Prism Energy**

Au sein d'Enbridge, leur politique de responsabilité sociale des entreprises imprègne l'entreprise dans toutes ses activités. Donc, quand elle toucha la planification des ressources humaines, la stratégie de la diversité a tiré parti des valeurs fondamentales de l'entreprise, ce qui l'a aidé de se connecter avec les employés et a façonné un sens du but dans leur analyse de rentabilisation de la diversité.

## La puissance de la conscience

La prise de conscience est particulièrement dynamique quand un groupe-ressources des employés peut changer les choses et peut étendre sa portée au-delà de ses membres à d'autres employés, et encore une autre étape au-delà, en dehors de l'entreprise à la communauté plus large. Beaucoup de groupes d'employés d'Enbridge sont ouverts vers l'extérieur, et comme les autres, Prism Energy a été en mesure d'étendre son influence et d'atteindre un public plus large en partenariat avec des organisations à but non lucratif nationaux, Égale et Fierté au travail Canada.

Cette participation avec les organismes sans but lucratif appuie les valeurs de la responsabilité sociétale des entreprises, l'engagement envers les lieux dans lesquels l'entreprise travaille, l'engagement pour refléter la démographie et les cultures locales, et l'engagement des employés que Enbridge embrasse.

Les relations du groupe avec Égale et Fierté au travail ont aidé à créer la conscience pour Enbridge comme une entreprise qui se soucie de la communauté LGBT, le rendant un endroit attrayant pour travailler. C'est une excellente représentation que, en tendant la main aux et en discutant ouvertement les questions touchant les personnes identifiant comme LGBT, l'entreprise a établi des liens de confiance – et une réputation en tant qu'employeur qui « comprend. »

**« Ayant cette GRE contribue à sensibiliser et influencer les attitudes des gens. Il favorise la compréhension et l'empathie, et cela rend plus facile pour les gens de la communauté LGBT à travailler non seulement pour Enbridge, mais de se sentir à l'aise ici. Il contribue également à élever ce sujet entre les personnes d'Enbridge quand, auparavant, il aurait pu aller non-dit. »**

Dans la vidéo pour la campagne OUT at Night d'Égale, qui aida les gens à voir que vivre ouvertement comme LGBT laissa bien des jeunes abandonnés par leur famille, Leon Zupan explique, « Comprendre l'itinérance est de comprendre les gens qui ont été faits sans-abri et de trouver les moyens de les réintégrer dans notre communauté. Je pense que cet (événement) est un excellent moyen de fournir ce genre de prise de conscience. »

Les partenariats d'Enbridge avec Égale et Fierté au travail sont fondées sur des valeurs communes. L'entreprise a utilisé une approche collaborative pour la sensibilisation, qui leur a donné une présence plus forte en tirant parti des valeurs partagées avec les partenaires de commandites et qui étendent l'impact social de leurs initiatives LGBT.

## La puissance de la narration

La façon dont Prism Energy a tiré profit de la narration lors des événements et avec les partenaires a aidé le groupe à construire son impact. Des sessions sur la manière d'être un allié et sur les différentes perspectives concernant vivre ouvertement ont résonné avec les employés, attirant davantage de personnes dans le groupe. Les événements d'allocutions ont été émotionnelles quand les gens d'Enbridge et dans la communauté se sont présentés pour parler de leurs expériences.

**« J'aime ce que Prism fait et je suis vraiment heureux d'être identifié comme un allié. Ceci est la meilleure et la plus précieuse événement que j'ai assisté à Enbridge. »**

Jill a parlé d'un effet transformateur parmi les employés qui identifient comme LGBT et alliés. Elle décrit un lien affectif que la chaise de Prism a fait avec le reste du groupe en parlant de ses expériences en se déclarant à sa famille et au travail. Un autre employé parla d'une lutte déchirante avec son père homophobe. Leur COO partagea comment il se sentait à propos des défis auxquels font face ceux qui identifient comme LGBT après que son fils s'est déclaré. Toutes ces histoires ont eu un impact émotionnel sur les gens, ce qui a contribué à la croissance de ce groupe.

## La puissance des alliés

Enbridge découvrit que les employés étaient moins à l'aise en parlant de l'identité LGBT que d'autres dimensions de la diversité et trouva que les alliés ont été particulièrement utiles en tant

que champions. Prism Energy soutient les amis et la famille des personnes identifiant comme LGBT avec des événements et des ressources qui adressent comment être un allié, et la discrimination, l'intimidation et la violence vécues par les personnes dans l'ensemble des préférences sexuelles et identités de genre qui ne sont pas hétéronormatif. Les cartes alliées du groupe identifient les espaces dans les bureaux de l'entreprise qui accueillent des conversations LGBT amicales.

**« Je suis un employé gay et ayant cette GRE me rend fier de travailler pour Enbridge. Je sais que Enbridge veille sur moi. »**

On a beaucoup écrit au sujet de la valeur du leadership pour faire avancer la diversité et cela est particulièrement évident chez Enbridge. Comme allié, Leon Zupan est notamment le plus haut dirigeant qui parraine un groupe-ressources des employés dans l'entreprise, et sa valeur a fait une différence considérable à ceux au sein de l'entreprise identifiant comme LGBT. Sa passion sur le sujet a promu la responsabilité de reconnaître ouvertement la diversité parmi les employés, en ciblant particulièrement le message à ceux qui pourraient être plus résistants à la connexion avec la communauté LGBT.

## Tactiques qui font une différence

Un des plus grands défis pour les professionnels de la diversité est la création d'initiatives qui sont significatives pour les employés tout en démontrant comment ils apportent de la valeur en alignant avec les objectifs de l'organisation. Lorsque nous avons posé des questions sur les effets que Prism Energy a eu au sein d'Enbridge, Jill rapporta qu'il y a eu une croissance de l'effectif du groupe, les articles sont écrits et partagés sur l'intranet de l'entreprise au sujet de leurs événements et initiatives, et les cartes alliées favorisent le dialogue et une meilleure compréhension des problèmes rencontrés par les personnes identifiant comme LGBT, en particulier ceux qui sont trans, et les plus susceptibles de faire face à l'intimidation, la violence et la discrimination.

Jill avait trois conseils pour les organisations planifiant pour la diversité qui peuvent soutenir des stratégies d'affaires, de ressources humaines, et de communication.

### **Soyez clair concernant l'analyse de rentabilisation**

Connectez l'analyse de rentabilisation de la diversité aux objectifs et aux valeurs de l'organisation. L'opinion d'Enbridge est que si, comme c'est largement reconnu, environ 20% de la population identifie comme LGBT, il est réaliste d'attendre de voir ce nombre représenté dans les milieux de travail et les communautés partout dans le monde. Ainsi, chaque organisation doit reconnaître ses personnes LGBT – et la promotion de l'inclusion doit aborder ce groupe explicitement. Il ne suffit pas de reconnaître poliment qu'il y a des gens en milieu de travail qui sont gay.

En alignant le cas d'affaires pour la diversité avec les objectifs et les valeurs de l'organisation, les leaders de la diversité et de l'inclusion peuvent créer le succès de leurs initiatives quand ils font appel à la vision de la direction, tout en touchant les cœurs et les esprits des employés.

## Soutenez le leadership créatif

Le soutien de la direction de haut niveau d'une organisation est indispensable pour que les groupes-ressources des employés soient efficaces – et Jill décrit qu'il est tout aussi important d'avoir un leadership fort qui est en mesure de représenter les intérêts de chaque groupe à l'intérieur. Les chefs de groupe qui peuvent courageusement se démarquer et inspirer les autres sont précieux dans la création de groupes qui peuvent amener du changement.

**« J'aime surtout comment ça sentait de parler en toute sécurité sur le sujet en public afin, que chacun puisse partager leurs expériences et aider les autres à apprendre aussi. »**

Bien que Prism Energy a la chance d'avoir quelqu'un dans les rangs de la direction comme un allié influent, Linda Stollings dirige le groupe comme présidente, et est un leader franc dans le partage de ses propres expériences, ce qui a habilité beaucoup de ses collègues identifiant comme LGBT et alliés. Avec Leon Zupan, leurs voix contribuent à une expérience LGBT forte et positive pour les employés – ce qui a renforcé l'importance de ce groupe dans l'entreprise.

## Commencez doucement

Jill suggéra que, en ouvrant des possibilités de discussion et créant un espace où les gens peuvent participer volontairement, Enbridge a vu Prism Energy croître organiquement. Dans les communications et les événements, ils ont offert de multiples points d'entrée pour les employés de se présenter, se connecter avec les problèmes, et engager émotionnellement. Jill expliqua comment la vidéo d'Égale commanditée par Enbridge s'est transformée en un grand démarreur de conversations qui a inspiré de nombreux employés à devenir des alliés de Prism Energy. L'équipe a également créé une vidéo spécifiquement à propos de Prism Energy qui est affichée sur le site intranet de l'entreprise que tous les employés puissent regarder.

**« J'ai assisté à un grand nombre de déjeuners-conférences avant et je n'ai jamais vu le niveau d'engagement et d'amour que j'ai ressenti aujourd'hui. »**

Les vidéos et les événements ont été des outils d'engagement précieux qui ont encouragé la participation au sein d'Enbridge, ainsi que les cartes alliées dans les bureaux et boxes qui ont commencé des conversations reconnaissant les différences et la diversité.

## Du plan d'affaires à l'engagement des employés

Le plan d'affaires d'Enbridge pour la diversité commença avec l'attraction et la rétention d'une main-d'œuvre diversifiée pour assurer que les ressources humaines aient la capacité de soutenir les objectifs commerciaux de l'entreprise. Le plan intégra la culture et les valeurs de l'entreprise avec un leadership efficace afin que les employés identifiant comme LGBT puissent se sentir accueillis dans un lieu de travail et en sécurité d'être eux-mêmes, ne sont pas obligés de se dissimuler, de subir les préjugés et la discrimination, et sont en mesure de réaliser leur potentiel.

Nous entendons de nombreux professionnels de la diversité et de l'inclusion parler de l'inclusion LGBT comme la dernière frontière, le dernier préjugé à aborder. Et tandis que de nombreuses

organisations sont en train de construire avec succès l'inclusion pour cette dimension de la diversité avec des stratégies et tactiques similaires, ce qui rend cette série d'études de cas intéressant est de voir chaque organisation créant son propre succès d'une manière unique – selon les facteurs qui entrent en jeu à partir de leur secteur, leur démographie, leur modèle d'affaires, leurs objectifs, leurs valeurs et d'autres considérations. L'étude de cas d'Enbridge pour la diversité et l'inclusion est une source d'inspiration en raison du genre de changement qu'ils aient pu effectuer sur les mentalités dans un secteur conservateur.

© 2016 Centre canadien pour la diversité et l'inclusion. Tous droits réservés. Vous êtes le bienvenu de faire un lien vers ce document sur notre site Web, ou d'imprimer ou de télécharger à des fins personnelles, ou d'utiliser une citation de ce document tant que vous incluez l'attribution et l'URL de la page. Si vous avez l'intention d'utiliser ce document pour l'enseignement ou la formation ou d'y faire référence dans une autre publication, veuillez demander la permission à [mail@ccdi.ca](mailto:mail@ccdi.ca).

## L'initiative des Histoires de réussite

Il y a étonnamment peu publié qui brille une lumière sur les réussites de la diversité et l'inclusion au Canada, mais il y en a beaucoup, à travers une vaste gamme d'organisations. Les études de cas référencés par les formateurs et les dirigeants ont tendance à être des rapports sur des différents pays, différents cultures, différents paramètres politiques et économiques.

Le but de cette initiative est de soutenir la direction de la diversité et l'inclusion avec des histoires qui sont pertinentes pour ce qui se passe maintenant, ici au Canada. En partageant leurs histoires, nous célébrons les réussites des organisations canadiennes, tout en contribuant à l'apprentissage pour tous ceux qui tiennent la diversité et l'inclusion à cœur.

Les employeurs qui ont développé des initiatives visant à promouvoir la diversité et l'inclusion comme des priorités dans le milieu de travail répondent à une économie de plus en plus concurrentielle qui est sensible à la diversité des employés – et du pays. Nous sommes reconnaissants à ceux qui ont participé à des entrevues.

Cette série d'études de cas sera publiée chaque mois tout au long de 2016. Vous serez tenu à jour avec les dernières études de cas en vous abonnant à notre bulletin mensuel à [ccdi.ca](http://ccdi.ca). Toutes les études de cas seront affichées en ligne à [ccdi.ca/successstories](http://ccdi.ca/successstories). Pour en savoir plus, contactez [communications@ccdi.ca](mailto:communications@ccdi.ca).

## Le Centre canadien pour la diversité et l'inclusion

Le CCDI a pour mission d'aider les organisations avec lesquelles nous travaillons à être inclusives, exemptes de préjugés et de discrimination – afin de générer la sensibilisation, le dialogue et l'action pour que les gens reconnaissent la diversité comme un atout et non un obstacle. Grâce à la recherche, les rapports et les outils que nous développons et nos ateliers, événements et consultations en milieu de travail, nous aidons les employeurs canadiens de comprendre leur diversité, de planifier en conséquence, et de créer l'inclusion.

Le leadership du CCDI a un modèle éprouvé qui a cultivé la confiance comme un tiers impartial. Notre expertise se concentre sur les thèmes de l'inclusion qui sont pertinentes au Canada maintenant et sur les différences régionales qui façonnent la diversité.

Un organisme de bienfaisance qui pense comme une entreprise, nous avons créé une niche avec notre technologie de recherche et notre analyse de données innovante qui apporte une compréhension plus profonde de la démographie de la diversité et des mentalités canadiennes à un moment donné.

Le CCDI est reconnaissant du soutien des employeurs affiliés partout au Canada. Pour obtenir des renseignements, communiquez avec Susan Rogers, chef des opérations visant la clientèle, [Susan.Rogers@ccdi.ca](mailto:Susan.Rogers@ccdi.ca) ou (416) 968-6520, ext 103.

Le CCDI est reconnaissant du soutien continu de nos partenaires fondateurs :



Centre canadien pour la diversité et l'inclusion

[www.ccdi.ca](http://www.ccdi.ca)