

PLAN SUR L'ÉQUITÉ, LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION 2022-2025

AU :	Conseil d'administration
RÉUNION :	6 octobre 2021
DE :	Marco Dubé, vice-président, Personnes et Culture
OBJET :	Offrir aux membres un aperçu du plan EDI 2022-2025

1. CONTEXTE

Dans le cadre de notre stratégie triennale *Entre nous, c'est pour la vie*, nous avons entre autres priorités d'incarner le Canada d'aujourd'hui.

Sous la direction du groupe de travail sur l'EDI, qui rassemble l'équipe de la haute direction (EHD) et plus de 15 employés dans toute l'entreprise, CBC/Radio-Canada lancera cet automne son nouveau plan 2022-2025. Ce plan est notre nouvelle feuille de route en matière d'EDI. Il sera ensuite rendu public sur notre site institutionnel.

Au-delà de notre engagement suivi en matière d'EDI, tous les trois ans, nous procédons à une réévaluation et à une réorientation de nos objectifs. Certes, après le bilan social des 18 derniers mois, ce plan est notre plus ambitieux à ce jour. Il montre où nous en sommes, établit où nous souhaitons arriver dans trois ans et détermine les dispositions à prendre pour concrétiser notre vision. Essentiellement, un plan EDI a toujours pour objet de baliser le travail, d'accroître la responsabilisation et d'accélérer le changement.

2. ÉLÉMENTS CLÉS

2.1 Situation actuelle en matière d'effectif

Le plan précise nos efforts visant à éliminer davantage les obstacles à l'emploi des membres des groupes sous-représentés, au premier chef desquels les quatre groupes désignés d'équité en matière d'emploi (Autochtones, personnes en situation de handicap, personnes racisées¹ et

¹ L'appellation « personnes racisées » remplace désormais celle de « minorités visibles ».

femmes) et la communauté LGBTQ2+².

Si on compare notre effectif au 20 juin 2021 avec sa composition en juin 2018, nous demeurons un leader de la parité femmes-hommes dans l'industrie des médias au Canada, nos résultats demeurant aussi supérieurs à ceux de la main-d'œuvre externe. Concernant les trois autres groupes désignés, malgré des chiffres à la hausse pour chacun depuis le lancement du plan actuel, chacun de ces groupes sont encore sous-représentés lorsqu'on compare nos pourcentages avec les tout derniers chiffres fournis par Statistique Canada sur la main-d'œuvre externe. La représentation de la communauté LGBTQ2+ est également à la hausse dans notre effectif. Du travail reste à faire pour tous les groupes afin de représenter pleinement toutes les communautés où CBC/Radio-Canada a ses installations. Voir le tableau 1 en annexe pour plus de détails.

2.2 Processus d'élaboration du plan

Au cours d'un processus qui s'est étendu sur plus de neuf mois, nous avons travaillé à établir la situation actuelle de l'EDI à CBC/Radio-Canada et à définir les prochaines dispositions à prendre, en nous appuyant sur une analyse à la fois quantitative et qualitative. Avec la collaboration de consultants externes, plus de 1 500 employés de partout au pays ont participé à des sondages, à des réunions, à des groupes de discussion et à des entretiens individuels. Tous les syndicats étaient en outre conviés à nous fournir leurs commentaires, principalement par l'entremise du comité équité, diversité et inclusion (CEDI) mixte.

Tout au long de l'élaboration du plan, nous avons attentivement tenu compte des principes de la *Loi canadienne sur les droits de la personne* et de la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*.

2.3 Cadre stratégique sur l'EDI 2022-2025³

Les apprentissages dégagés au fil du processus d'élaboration du plan ont joué un rôle clé dans l'établissement de notre cadre stratégique, guidant la planification et l'orientation organisationnelle en matière d'EDI. Voici notre nouveau cadre :

² Communauté LGBTQ2+ : lesbiennes, gais, bisexuels, transgenres, queers, bispirituels et autres diversité sexuelle et des genres.

³ Notre cadre stratégique sur l'EDI est actuellement en révision finale et pourrait évoluer légèrement et à des fins de communications avant le lancement du nouveau plan.

2.4 Un mot sur la portée du plan : de la diversité et l'inclusion à l'EDI

Si nous avons parlé de diversité et d'inclusion pour décrire la démarche accomplie dans le plan actuel, le processus d'élaboration a mis en évidence l'importance de faire avancer davantage l'équité. L'équité est tout aussi essentielle que la diversité et l'inclusion pour favoriser et pérenniser l'égalité des résultats et une culture d'appartenance qui rejoint tout le monde au sein de notre organisation. L'équité appelle à reconnaître que certaines personnes ont des besoins différents ou rencontrent des obstacles particuliers. En axant davantage nos efforts sur l'équité, nous pourrions d'autant mieux faire tomber les obstacles que rencontrent les groupes sous-représentés et offrir à tous les mêmes possibilités. Notre nouveau plan intègre ainsi dans sa conception cet aspect incontournable de toute organisation contemporaine.

2.5 Approche de communications

Le plan et le site web sont d'une importance capitale pour notre organisation dans ses relations avec les parties intéressées internes et externes. Ils donneront le ton au leadership qu'assume CBC/Radio-Canada et que l'organisation cherche constamment à parfaire.

Nous développerons une approche de communication solide pour promouvoir notre nouveau plan, pour démontrer les progrès que nous avons réalisés et où nous voulons aller. Nous voulons nous engager avec divers intervenants clés tels que le gouvernement, l'industrie et les employés, et ce travail se poursuivra en continu.

2.6 Points saillants du plan d'action national

Prenant comme point de départ le cadre stratégique sur l'EDI, nous avons mis sur pied un plan d'action national, tandis que nos grandes unités d'affaires ont chacune établi leur propre plan d'action adapté à leur réalité, pour une mise en œuvre de l'EDI à tous les paliers de l'organisation. Nos quatre grandes unités d'affaires sont :

- CBC (Services anglais)
- Radio-Canada (Services français)
- Technologies et Infrastructures (T et I)
- Services partenaires (Développement d'entreprise, Finances, Services juridiques et Personnes et Culture)

Les tableaux 2 et 6 en annexe présentent les faits saillants du plan d'action national.

2.7 Suivi du plan et responsabilisation

Le plan EDI 2022-2025 sera revu et adapté tous les ans de façon à y intégrer tout nouveau développement ou apprentissage. Les progrès feront l'objet d'une évaluation continue, les résultats obtenus seront comparés aux objectifs fixés et aux activités prévues. Par ailleurs, nous publierons des mises à jour périodiques à l'interne comme à l'externe pour demeurer transparents dans nos actions.

ANNEXE

Tableau 1 : Représentation au sein de l'effectif de CBC/Radio-Canada (au 20 juin 2021)*

Groupe	Effectif (%)	Variation depuis juin 2018 (%)	Disponibilité dans la main-d'œuvre externe (%)**
Autochtones	2,3 %	+0,1 %	2,5 %
Personnes handicapées	3,5 %	+1,0 %	8,2 %
Personnes racisées	15,6 %	+3,4 %	19,2 %
Femmes	48,9 %	+0,1 %	41,9 %
LGBTQ2+	7,9 %	+1,1 %	S.O.***

*Seuls les employés travaillant 13 semaines et plus. Ne comprend pas les employés absents. Données fondées sur l'auto-identification des employés.

**Basées sur les dernières enquêtes de Statistique Canada (2016-2017).

***Il n'y a pas de données de Statistique Canada sur la communauté LGBTQ2+.

Tableau 2 : Faits saillants du plan d'action national (Choisir l'EDI)

Objectif	Mesure	Résultat
Contribuer à faire du Canada un pays exempt d'obstacles d'ici 2040 conformément à la <i>Loi canadienne sur l'accessibilité</i> .	Élaborer une vision de l'accessibilité à l'échelle de la Société et l'accompagner d'un nouveau plan en matière d'accessibilité.	Élimination et prévention des obstacles dans une démarche proactive, en élargissant les possibilités offertes aux personnes handicapées dans leurs interactions avec la Société.
Soutenir les gestionnaires et les gestionnaires recruteurs afin de repérer et de supprimer les obstacles en matière d'embauche, de développement et de rétention des employés issus des groupes sous-représentés.	Former des champions qui seront chargés d'améliorer la culture interne ⁴ en aidant les gestionnaires à se débarrasser des préjugés à l'œuvre dans le processus de gestion des talents (dans tous ses aspects, par ex. la	1) Recensement des compétences attendues de la part des champions de la culture interne dans la promotion de l'EDI, et lancement de la formation (d'ici le 31 mars 2022).

⁴ Les champions de la culture interne proviennent de différentes équipes (partenaires d'affaires RH, Rémunération globale, EDI, Acquisition des talents et autres équipes de la Gestion des talents).

	progression salariale et le développement).	2) Élaboration d'un outil et d'un calendrier d'évaluation des compétences des champions de l'EDI (exercice 2022-2023+).
Faire avancer le travail de réconciliation en comprenant mieux les questions autochtones à l'échelle de la Société.	Appuyer la préparation d'une stratégie autochtone.	Systèmes et pratiques mieux adaptés à la réalité et aux besoins des Autochtones.

Tableau 3 : Faits saillants du plan d'action national (Contenus inclusifs)

Objectif	Mesure	Résultat
Produire du contenu représentatif de la population vivant au Canada.	Mettre sur pied des comités éditoriaux avec des membres des communautés sous-représentées pour enrichir la portée de nos contenus.	Contenus authentiques, nuancés et équitables, qui permettent d'accroître la diversité de nos auditoires et leur intérêt. Conquête de nouveaux auditoires. Auditoires mieux servis et contenus plus pertinents, qui permettent d'élargir notre portée.
Offrir des émissions qui reflètent fidèlement la réalité quant à la diversité des personnes vivant au Canada.	Appuyer et développer les talents issus de la diversité dans des postes clés de création, en mettant particulièrement l'accent sur les producteurs indépendants.	Industrie des médias plus équitable, qui accorde aux talents de la diversité plus de chances de réussir.
Mesurer la diversité et la qualité de nos contenus.	Trouver des parties externes pour évaluer notre contenu éditorial et notre degré de réussite dans l'expression de la diversité. Élaborer des outils d'évaluation.	Sensibilisation accrue et lacunes repérées pour mieux représenter les communautés et déterminer les occasions à saisir.

Tableau 4 : Faits saillants du plan d'action national (Culture interne)

Objectif	Mesure	Résultat
Inclure l'EDI dans la définition du succès de CBC/Radio-Canada.	Favoriser la responsabilisation des gestionnaires en déterminant que la question de l'EDI fasse obligatoirement partie du dialogue sur le rendement et le développement, et ce, en vue d'améliorer la représentativité des effectifs et le caractère inclusif des équipes.	L'EDI est l'affaire de tous, et est au cœur de nos décisions.
S'assurer que l'EDI est considérée comme un critère d'embauche important pour tous les postes de cadre.	Modifier les règles et les procédures relatives au processus d'embauche afin d'y inclure l'EDI comme critère d'embauche pour tous les postes de cadre (p. ex. inclure des mises en situation, qui ne sont actuellement prévues que pour les PS8+).	Le taux de rétention des employés provenant des groupes sous-représentés augmente par rapport à la période précédant le changement de politique.
Accorder la priorité à la gestion des talents, au développement et à la relève pour les membres des groupes sous-représentés, et ce, en commençant par le haut de l'organisation.	Mettre sur pied un programme de parrainage dans lequel chaque dirigeant ⁵ parraine une personne à fort potentiel issue d'un groupe sous-représenté, à commencer par les membres de l'équipe de la haute direction (EHD).	Le taux de promotion des employés parrainés est supérieur à celui des employés en général. Les obstacles au développement sont repérés et supprimés.

⁵ Dans le cadre de ce programme de parrainage, un dirigeant est défini comme un membre de l'EHD ou un subordonné direct de VP ou de VPP.



Tableau 5 : Faits saillants du plan d'action national (Branché sur les communautés)

Objectif	Mesure	Résultat
Favoriser l'accès des communautés sous-représentées à l'industrie des médias.	Mettre à profit notre expertise pour offrir des parrainages, des stages et de la formation à des talents issus de la diversité, notamment les jeunes.	Meilleur accès à l'industrie des médias à court terme, et augmentation des jeunes des groupes sous-représentés qui choisissent un parcours de formation menant à une carrière dans les médias.
Donner en retour aux communautés.	Utiliser notre expertise et nos ressources pour établir des relations de réciprocité avec les communautés par l'entremise de formations, d'ateliers, de partenariats, de parrainages, etc. (p. ex. fournir des locaux, assurer la formation de créateurs émergents, offrir l'accès à notre personnel et à nos cadres grâce au réseautage).	Enrichissement de nos connaissances et mise en place de relations fortes et mutuellement bénéfiques.
Mettre en avant de nouveaux talents.	Puiser dans les bassins de talents des communautés : organiser des événements de réseautage dans lesquels les cadres rencontrent des talents issus des communautés sous-représentées, notamment, mais sans s'y limiter, des créateurs de contenu (comme dans les initiatives Synergies de Radio-Canada et Match UP and Development Workshops for Diverse Creators de CBC).	Augmentation de la représentativité des groupes sous-représentés dans la création de contenu et les composantes médias.



Tableau 6 : Faits saillants du plan d'action national (Communications franches)

Objectif	Mesure	Résultat
Mieux faire connaître les mécanismes existants pour dénoncer les cas de discrimination et accroître la confiance des employés à cet égard.	Lancer une campagne pour promouvoir les mécanismes comme Fais-toi entendre, les mesures contre la discrimination, l'existence d'un médiateur, etc. (c.-à-d. à quoi ils servent, leur fonctionnement, leur efficacité, le suivi et l'application de la politique sur les mesures disciplinaires).	Employés : meilleure compréhension des différents mécanismes et leurs fonctions. Société : validation de la pertinence de ce qui est offert, et de l'adéquation avec les besoins de nos équipes.
Amener le personnel et les partenaires externes à s'intéresser à l'EDI et à l'adopter, en faisant mieux connaître la proposition.	Présenter et faire connaître les éléments associés à l'EDI dans la radiodiffusion publique sur la scène internationale (p. ex. organiser un forum virtuel pour que les participants échangent leurs pratiques exemplaires en matière d'EDI).	Les participants sont exposés à différentes approches de mise en œuvre de l'EDI, leur donnant ainsi de nouvelles idées pour leur propre contexte. Réussite de l'initiative évaluée au moyen d'un sondage auprès des participants.
Renforcer la capacité des gestionnaires à mettre en œuvre les changements envisagés en matière d'EDI.	Deux fois par an, organiser un événement bilingue afin de présenter les pratiques prometteuses mises en œuvre dans la Société pour promouvoir l'EDI.	Application des enseignements tirés des évaluations dans les trois mois suivant l'organisation de l'événement.

