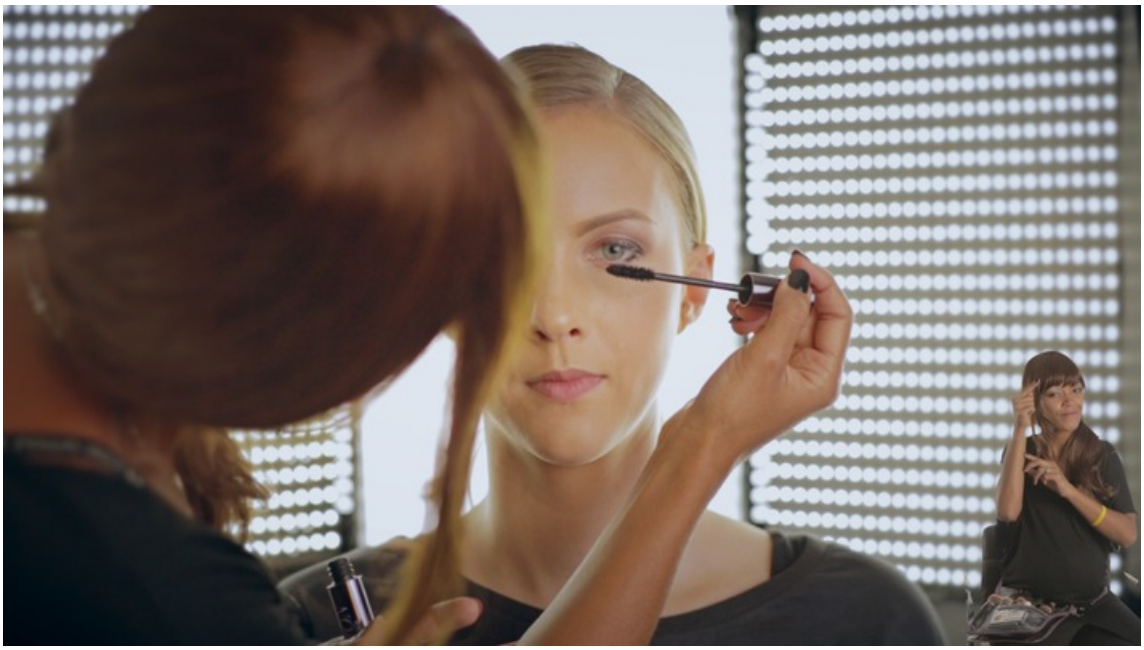
L'Oréal Suisse SA

24.11.2016 – 07:00 Uhr

L'Oréal Suisse et sa marque Urban Decay intègrent des personnes en situation de handicap



Genève (ots) -

L'Oréal se classe parmi les 20 premières entreprises mondiales en matière de diversité et d'inclusion selon le nouvel indice Diversité & Inclusion (D&I) lancé en septembre dernier par Thomson Reuters. En Suisse, L'Oréal a adopté une approche inclusive inédite du handicap: l'entreprise recrute non seulement des personnes en situation de handicap sur des métiers de contact, elle crée aussi un tutoriel à l'usage des consommatrices sourdes ou malentendantes.

Depuis plus de 10 ans, L'Oréal s'engage à développer une stratégie de Diversité et d'Inclusion orientée vers les résultats et reposant sur plusieurs axes. "La diversité et l'inclusion font partie intégrante de la mission de L'Oréal, "la beauté pour tous"", déclare Jean-Claude Le Grand, Directeur du Développement International des Ressources Humaines et Directeur Corporate de la Diversité de L'Oréal. "Notre culture centrée sur les personnes et nos effectifs diversifiés figurent parmi nos facteurs de réussite et, bien sûr, parmi nos valeurs fondamentales. C'est pourquoi il est essentiel d'accélérer l'intégration des personnes en situation de handicap dans le monde pour contribuer à notre ambition de devenir l'un des leaders mondiaux dans la gestion de la diversité."

Dans ce contexte, L'Oréal Suisse a décidé d'affirmer son engagement en faveur de l'inclusion des personnes handicapées. Dès le printemps 2016, l'entreprise a recruté 3 make-up artistes sourdes et malentendantes pour sa marque sélective Urban Decay, en collaboration avec la Fédération suisse des sourds. Les jeunes femmes ont ainsi été formées et sont actives à temps partiel sur les stands de la marque à Zurich et Lausanne. "Engager des personnes sourdes ou malentendantes sur un métier de contact permet de sensibiliser directement ou indirectement la clientèle entendante à ce handicap", s'exclame Lucie, malentendante, make-up artiste dans le pop-up store Urban Decay à Lausanne.

Au-delà des outils pour faciliter la communication au quotidien, L'Oréal a d'autre part développé un tutoriel maquillage Urban Decay en langue des signes destiné à ses consommatrices sourdes et malentendantes.

Plus tôt dans l'année, les équipes du siège de L'Oréal à Genève étaient sensibilisées au handicap dans le cadre d'un Diversity Day. Une mise en situation leur était proposée par le biais de divers ateliers: café des signes, parcours mobilité, atelier braille et visite de PRO, sous-traitant de longue date de L'Oréal, qui emploie 200 personnes en situation de handicap à Genève.

La filiale suisse de L'Oréal souhaite désormais poursuivre cette démarche, qui a mobilisé tant les équipes Ressources Humaines que Marketing. L'entreprise compte intégrer davantage de personnes en situation de handicap, dans son siège et dans les métiers de la beauté. Elle entend ainsi recruter 2% de ses effectifs parmi ce groupe de population.

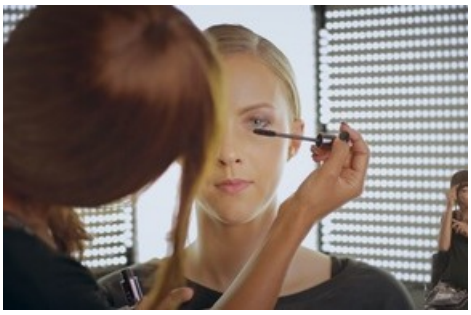
Le tutoriel maquillage Urban Decay en langue des signes est
disponible ici:
https://vimeo.com/190774379
Mot de passe : 2016

Des entretiens sur site avec les différents acteurs du projet sont réalisables sur rendez-vous.

Contact:

Danielle Bryner | danielle.bryner@loreal.com | tél. : 058 105 11 42 |
www.loreal.ch

Medieninhalte



Urban Decay a développé un tutoriel en langue des signes à l'usage de ses consommatrices sourdes et malentendantes. Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100051682 / L'utilisation de cette image est pour des buts redactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/L'Oréal Suisse SA/Serge-Alain Simasotchi"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100051682/100796040 abgerufen werden.