

Communiquer sur le handicap en entreprise





Qu'est-ce que l'Agefiph ?

L'Agefiph (Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées) est née avec la loi du 10 juillet 1987 instaurant une obligation d'emploi de personnes handicapées dans les entreprises de 20 salariés et plus. Elle perçoit et gère les contributions des entreprises qui satisfont ainsi en tout ou partie à cette obligation d'emploi. La mission de l'Agefiph est de favoriser l'insertion professionnelle et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées dans les entreprises privées. Pour ce faire, l'Agefiph apporte aux personnes handicapées et aux entreprises des aides financières, des prestations et des services mis en œuvre par des réseaux de partenaires sélectionnés par elle.



Que dit la loi ?

Depuis la loi du 10 juillet 1987, les entreprises de 20 salariés et plus ont l'obligation de compter un minimum de 6 % de personnes handicapées dans leur effectif. Pour satisfaire à cette obligation, elles peuvent embaucher, faire appel au secteur protégé et adapté, signer un accord sur l'emploi et le handicap ou verser une contribution à l'Agefiph. La loi du 11 février 2005 renforce cette obligation d'emploi dans les entreprises. Cette loi pose le principe de non-discrimination et d'égalité de traitement vis-à-vis des personnes handicapées, tant pour leur accès à l'emploi que pour leur maintien dans l'emploi et leur évolution de carrière. Elle instaure dans les entreprises ayant des sections syndicales d'organisations représentatives du personnel l'obligation de négocier sur l'emploi des personnes handicapées et crée le « droit à compensation » du handicap.

La communication sur le handicap

Dans l'entreprise, l'information et la sensibilisation sur le handicap visent à créer un climat de confiance favorable à l'intégration durable de collaborateurs handicapés. À l'externe, en valorisant les engagements pris et les actions mises en œuvre, l'entreprise se différencie positivement.

Communiquer sur le handicap : informer, rassurer, s'engager

Communiquer, pour une entreprise, quelle que soit sa taille, c'est faire entendre sa voix pour expliquer ses choix et accompagner sa stratégie. Communiquer sur le handicap, c'est informer, instaurer un dialogue sur le sujet en interne et afficher ses engagements en matière de responsabilité sociétale à l'externe.



La communication a un rôle central à jouer pour une meilleure prise en compte du handicap au sein de l'entreprise. Une stratégie efficace contribue à favoriser l'intégration, l'évolution professionnelle et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées.

Communiquer en interne sur le handicap : confiance et sensibilisation

Les salariés d'une entreprise peuvent hésiter à faire savoir à leur employeur qu'ils sont reconnus handicapés. De même, confrontés à des difficultés de santé ayant des répercussions sur leur emploi, les salariés ignorent souvent la possibilité de faire reconnaître leur handicap. Ils ne perçoivent pas toujours clairement l'intérêt de déclarer leur situation.

Pour l'entreprise, il s'agit d'informer sur le statut de personne handicapée, les titres qui y donnent droit et les démarches à engager lorsque le handicap survient ou s'aggrave. Il est essentiel que les salariés sachent que ce statut ouvre la possibilité de bénéficier des avantages liés au fait d'être reconnu handicapé dans l'entreprise, qu'ils sachent qu'un tel statut ouvre la possibilité de bénéficier d'un accompagnement spécifique, d'un aménagement du poste de travail ou d'aides à la formation pour compenser les conséquences du handicap.

Communiquer sur le handicap permet d'établir un climat de confiance et ainsi de faire en sorte que les salariés handicapés, et ceux susceptibles de le devenir, ne perçoivent pas le fait d'engager une démarche de reconnaissance de leur handicap ou le fait de faire connaître leur statut de personne handicapée dans l'entreprise comme un risque mais bien comme un avantage.

Les services de santé au travail, les instances représentatives du personnel, les services des ressources humaines et les managers de proximité sont autant d'acteurs relais à associer et à mobiliser pour faire passer les messages auprès des salariés concernés ou susceptibles de le devenir.

Parfois, la communication sur des sujets proches du ●●●

●●● handicap, comme la sécurité, les gestes et postures, la pénibilité..., peut être l'occasion d'aborder la question du handicap avec le personnel.

Un autre enjeu de la communication en interne sur le handicap est la création des conditions nécessaires à l'intégration réussie et durable d'un collaborateur handicapé que l'entreprise s'apprête à recruter ou à réintégrer après la survenance d'un handicap.

Souvent, un des obstacles à l'intégration réussie est la mauvaise connaissance de la réalité du handicap, les idées reçues à son sujet.

Encore aujourd'hui le handicap fait peur et véhicule nombre de clichés et d'idées reçues. Ainsi, 55 % des salariés qui ne travaillent pas avec des personnes handicapées pensent encore que celles-ci ont du mal à accomplir leur travail et 19 % des personnes interrogées pensent même que leur tâche serait compliquée à accomplir par un collaborateur handicapé* ! Communiquer revient ici à sensibiliser l'ensemble des membres de l'entreprise aux réalités du handicap : rappeler que les handicaps sont divers et le plus souvent invisibles, qu'ils ne riment pas avec absentéisme et qu'un collaborateur handicapé apporte avant tout ses compétences professionnelles.

Préparer l'intégration d'un salarié handicapé dans un collectif de travail nécessite de faire preuve de pédagogie, pour éviter malaises et maladroites. Par exemple, des sessions de questions-réponses, des jeux de rôle ou des formations réalisées par des prestataires spécialisés peuvent aider à lever les incompréhensions et donner les clés pour aborder sereinement la prise en compte du handicap au travail.

Communiquer en externe sur le handicap : s'engager et se différencier

Valoriser les actions concrètes mises en œuvre en matière d'emploi et de handicap permet d'enrichir et d'alimenter la communication sur la responsabilité sociétale de l'entreprise et ses engagements en

faveur de la diversité et de l'égalité des chances.

Très concrètement, les actions menées par l'entreprise en faveur des personnes handicapées sont un moyen de se distinguer de concurrents auprès des parties prenantes de l'entreprise (actionnaires, clients, partenaires). Un engagement qui compte lors de candidatures à des appels d'offres, notamment publics, où les actions menées en faveur des personnes handicapées peuvent faire la différence. Faire appel aux agences de notation extra-financière peut être utile, même pour les PME, afin d'évaluer de façon transparente et de faire connaître les engagements et actions de son entreprise en matière d'intégration du handicap.

Communiquer en externe sur une politique d'emploi durable peut également servir efficacement la démarche de recrutement d'une entreprise, qui se fait ainsi connaître auprès de personnes handicapées sur un marché du travail où les candidats handicapés qualifiés sont rares.

Au-delà, le sujet des valeurs et du projet social de l'entreprise est un atout essentiel pour une entreprise qui cherche à recruter des jeunes. Pour 71% des candidats âgés de 21 à 35 ans, l'engagement citoyen et environnemental d'une entreprise influe sur leur décision d'y travailler**.

Les conditions d'une communication efficace

Communiquer sur le handicap ne peut mobiliser l'ensemble de l'entreprise qu'à la condition que cette politique soit impulsée par la direction générale, qui en définit les axes de communication en concertation avec les instances représentatives du personnel.

Une communication efficace sur le handicap s'appuie sur des réalisations concrètes et suivies. Attention aux effets d'annonce ou aux simples intentions ! La nomination d'un collaborateur référent ou d'un comité de pilotage chargé de veiller

En chiffres

85%

des handicaps sont acquis au cours de la vie.



À noter

Les frais engagés par l'entreprise au titre de la formation et de la sensibilisation de l'ensemble des salariés dans le cadre de l'embauche ou du maintien dans l'emploi de collaborateurs handicapés peuvent faire partie des dépenses prévues par la loi pouvant être déduites à hauteur de 10 % maximum de la contribution Agefiph.

LA SEMAINE POUR L'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

Créée en 1997, la Semaine pour l'emploi des personnes handicapées mobilise chaque année, lors de la troisième semaine de novembre, recruteurs, candidats handicapés, professionnels de l'insertion, journalistes et, plus largement, toutes les personnes concernées par l'emploi et le handicap. Cette semaine est un moment privilégié pour les entreprises, qui peuvent communiquer sur les actions qu'elles mènent en faveur de l'emploi des personnes handicapées. À découvrir sur www.semaine-emploi-handicap-agefiph.fr

à la tenue des engagements et d'en publier les objectifs et les résultats régulièrement peut être un gage attestant la volonté de l'entreprise de s'engager et la réelle mise en œuvre d'un plan d'action.

Pour être efficace, la communication sur le handicap nécessite de s'inscrire dans la durée. Il peut être très positif de communiquer sur des actions concrètes ou des événements ponctuels, comme, par exemple, la participation de l'entreprise à la Semaine pour l'emploi des personnes handicapées. À condition, bien sûr, que ces actions soient suivies dans le temps et s'inscrivent naturellement dans la culture de l'entreprise.

Enfin, communiquer, c'est dialoguer : savoir employer les bons vocables, respectueux des personnes handicapées sans pour autant verser dans l'excès du politiquement correct.

Adopter une communication efficace passe par des échanges avec d'autres entreprises porteuses de bonnes pratiques. C'est également solliciter les conseils de professionnels du handicap et de la communication. Deux démarches permettant de donner à la communication sa juste place dans la politique que l'entreprise mène en faveur des personnes handicapées.

* Enquête d'opinion sur le handicap Harris Interactive pour l'ADAPT, septembre 2008

** Deloitte Volunteer Impact Survey 2011.

Parole d'expert

Delphine Jacob,

responsable pôle Handicap, Medef 71

Pourquoi conseillez-vous aux entreprises de communiquer sur le handicap ?

D. J. Dans le cadre de notre partenariat avec l'Agefiph, nous remplissons une fonction de conseil assurée par les conseillers Alther et rencontrons les entreprises, avec qui nous établissons un diagnostic de leurs besoins pour mener à bien leur mission handicap. Le plus souvent, nous constatons que la question de la communication sur le handicap s'impose d'elle-même avant d'envisager une démarche de recrutement de personnes handicapées. D'où notre certitude qu'il faut défaire ce nœud de la communication en priorité et convaincre les entreprises qu'elle est le préalable indispensable pour créer un environnement favorable à un recrutement ou au maintien dans l'emploi de personnes handicapées.

Quelles sont les principales réticences des entreprises à mener un plan de communication sur le handicap ?

D. J. Principalement, la peur de franchir le pas, de commettre des maladresses, la gêne d'utiliser le mot « handicap »... Certains chefs d'entreprise ont l'idée fautive que les actes se suffisent à eux-mêmes et que la communication est accessoire. Communiquer sur leurs actions ne leur apparaît ni prioritaire ni comme faisant partie de la solution à leur problématique de recrutement

ou de maintien dans l'emploi de personnes handicapées. Les PME se sentent pour la plupart démunies en termes de moyens financiers et humains : une entreprise d'une vingtaine de salariés ne dispose pas d'un service de communication ou d'une mission handicap et n'imagine pas qu'on peut communiquer facilement sans avoir besoin de beaucoup de moyens.

Quelle aide apportez-vous aux entreprises en matière de communication ?

D. J. La communication est un sujet transversal à toutes nos actions : de l'accompagnement par les conseillers Alther auprès des entreprises de 20 à 250 salariés à l'animation du club Entreprises et Handicap. Nous misons sur la mutualisation des outils et l'échange de bonnes pratiques, en mettant à disposition des entreprises des kits de communication : des affiches contre les idées reçues ou, par exemple, une vidéo de salariés de tous métiers confondus confiant leur perception du handicap. Nous organisons aussi des événements auxquels les entreprises peuvent inviter leurs collaborateurs, tels que les Trophées de l'insertion, qui récompensent les meilleures initiatives, ou des représentations théâtrales comme « Le Petit Fauteuil de Raymond », qui aborde avec humour et justesse la question du handicap dans le monde de l'entreprise.



Des moyens simples pour communiquer sur le handicap

Chargée de projet ressources humaines dans l'entreprise Webhelp à Montceau-les-Mines, Aurélie Legrand a placé la question du handicap au cœur de la communication interne de son entreprise.



+ OUTILS

Le club ADE 71, comme d'autres clubs d'entreprises en France, permet la mutualisation entre adhérents d'outils de communication développés sur le thème du handicap : flyers, affiches, livrets, vidéos...



« Faire bouger les choses dans l'entreprise sur la question du handicap ne demande pas forcément beaucoup de moyens financiers. Grâce à l'aide des partenaires Alther, Cap emploi mais aussi du comité départemental handisport de Saône-et-Loire, je n'ai consacré que 1 000 € de budget à l'ensemble des actions de communication menées en 2012. »

Aurélie Legrand,
chargée de projet RH,
Webhelp

En tant que chargée de projet ressources humaines (RH),

Aurélie Legrand est chargée des actions menées par l'entreprise sur le thème du handicap. « Un de nos axes de travail était d'encourager les salariés handicapés et ceux confrontés à des difficultés à leur poste à nous faire connaître leur situation pour leur proposer des solutions adaptées. Mais je ne voyais pas comment informer et sensibiliser l'ensemble des 350 collaborateurs à la question du handicap », explique-t-elle. Aurélie Legrand a donc mis en place le Mois du handicap, en avril 2012, qui consiste à délivrer chaque jour un message lié au handicap. « J'ai d'abord utilisé les outils à ma disposition. J'ai répondu à une interview sur la définition du handicap dans la newsletter et diffusé sur l'intranet chaque jour une information sur le sujet du handicap comme l'obligation légale des entreprises en matière d'emploi de personnes handicapées, par exemple. » À la fin du mois, la chargée de mission RH a organisé

pour les collaborateurs un forum d'information, « Cap sur le handicap », réunissant des acteurs clés du handicap : les conseillers Sameth, Cap emploi, Alther, l'assistante sociale de l'entreprise et un intervenant handisport. À cette occasion, Aurélie Legrand a diffusé une série de témoignages vidéo de collaborateurs handicapés, « créant la surprise parmi [ses] collègues qui découvraient leur handicap ». Elle a également mis en place des ateliers ludiques avec des accessoires tels que des casques anti-sons « pour que les collaborateurs puissent ressentir ce qu'est le handicap auditif ». Chaque participant au forum repartait en arborant un autocollant réalisé par des travailleurs handicapés d'un établissement et service d'aide par le travail (Esat). « Par cet autocollant, les collaborateurs sensibilisés encourageaient leurs collègues à participer au forum, explique Aurélie Legrand. J'ai également monté avec le comité de direction et le comité départemental handisport de Saône-et-Loire un événement pour les cadres. » Pendant une demi-journée, ils ont participé à des activités sportives en binôme avec des demandeurs d'emploi handicapés. Depuis, la chargée de mission RH multiplie les actions de communication, créant une synergie positive sur la question du handicap. « Le sujet devient moins tabou. Nous avons recruté trois personnes handicapées en contrat de professionnalisation et des collaborateurs ont engagé des démarches de reconnaissance de leur handicap. »

Un quiz géant pour sensibiliser au handicap dans l'entreprise



À Saint-Herblain (44), les 470 salariés de l'usine Newell Rubbermaid qui fabrique les stylos Waterman et Parker ont été sensibilisés à la question du handicap lors d'une opération événementielle grandeur nature.

« En cherchant un moyen innovant de sensibiliser les collaborateurs de l'usine à la question du handicap dans l'entreprise, j'ai été séduit par le Sensikit géant, un outil ludopédagogique proposé par le cabinet JLO Conseils, qui nous accompagne dans la mise en œuvre de notre politique handicap », raconte Bertrand Geffroy, infirmier du travail à l'usine de Saint-Herblain.

Le principe de cette animation ? Quatre bâches de 6 m², reprenant la charte graphique de l'entreprise, sont posées au sol. Chaque bâche représente une thématique et comporte des jeux et quiz autour de définitions ou de données chiffrées sur le contexte légal, les a priori et les réalités, les différentes typologies du handicap et la situation de l'entreprise.

Les participants circulent d'une bâche à l'autre, essaient de deviner les réponses aux quiz et reçoivent des informations clés sur le handicap dans l'entreprise. « Les collaborateurs étaient surpris d'apprendre que l'entreprise comptait un nombre important de salariés reconnus travailleurs handicapés. Cette découverte leur a fait prendre conscience que la majorité des handicaps sont invisibles », remarque Bertrand Geffroy. Avec l'aide de l'assistante sociale et de deux consultants animateurs, Bertrand Geffroy a le sentiment d'avoir contribué à faire évoluer les idées reçues à propos du handicap : « Cette approche ludique a le mérite de dédramatiser la question tout en apportant des réponses très concrètes. Des personnes qui s'interrogeaient sur leur propre situation abordent le sujet plus librement et ont fait des demandes de reconnaissance de handicap qui ont abouti. »

Bertrand Geffroy a aussi invité à participer à l'événement

le responsable de la fondation AMIPI, Bernard Vendre, pour qu'il présente aux collaborateurs son action d'intégration professionnelle de personnes handicapées. « J'ai eu l'idée de l'inviter après avoir visité un site de fabrication de câblages aux processus de production proches des nôtres avec les mêmes contraintes d'objectifs et de rendement. La seule différence étant que leur effectif est constitué presque intégralement de salariés handicapés. Cela me semblait un exemple parlant d'intégration réussie », explique Bertrand Geffroy. Cet événement a été très apprécié des salariés qui ont spontanément participé, attirés par la curiosité. « Cette opération m'a permis de faciliter le dialogue avec les salariés sur la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (RQTH), le travail des établissements et services d'aide par le travail (Esat) et d'instaurer un suivi particulier des personnes handicapées. Les collaborateurs ont aussi pu nous identifier, l'assistante sociale et moi, comme étant les acteurs référents sur le sujet », conclut Bertrand Geffroy, qui envisage qui envisage d'autres actions de ce type.



« Le Sensikit géant a libéré la parole sur le handicap. Depuis, les collaborateurs et moi-même abordons le sujet plus facilement en consultation et des situations de santé ont été dénouées grâce à la reconnaissance de qualité de travailleur handicapé (RQTH), dont les modalités sont mieux connues. »

Bertrand Geffroy,
infirmier du travail

+ EXPERTS

Il existe de nombreux cabinets de conseil en communication qui proposent des solutions d'accompagnement spécifiques à la question du handicap. Ces professionnels aident les entreprises à définir un plan de communication qui réponde à leurs besoins, à en concevoir les messages clés et à identifier les supports à privilégier.



Informations, conseils, démarches et aides existantes : toutes les réponses aux questions les plus fréquentes.

Quels **axes** de communication privilégier ?

Les axes de l'information interne :

- Informer l'ensemble du personnel sur :
 - ce qu'est vraiment le handicap ;
 - les différents titres permettant d'être reconnu handicapé ;
 - les démarches à engager pour faire reconnaître son handicap ;
 - les avantages associés à la reconnaissance du handicap.
- Permettre aux collaborateurs d'identifier les interlocuteurs dédiés dans l'entreprise (RH, mission handicap, représentants du personnel...). De nombreuses entreprises intègrent dans leurs communications une présentation de ces acteurs et la répartition des rôles.
- Communiquer sur les réalisations concrètes au travers des témoignages afin de donner de la crédibilité aux engagements de l'entreprise.

Les axes de l'information externe :

- Faire connaître l'engagement de l'entreprise et ses réalisations concrètes en faveur de l'intégration de personnes handicapées.

- Présenter les métiers de l'entreprise et valoriser les exemples d'insertion ou de maintien dans l'emploi réussis pour inviter les personnes handicapées à adresser leur candidature.

Les axes de sensibilisation :

- Lutter contre les idées reçues et faire évoluer les visions stéréotypées en anticipant les questions et les appréhensions des salariés quant à leurs relations avec des collègues handicapés.
- Informer sur les réalités des handicaps en général et dans l'emploi en particulier. Les témoignages de salariés handicapés et/ou de leur entourage professionnel (collègues, managers) mettent en lumière des expériences d'intégration réussie concrètes, permettant de dédramatiser les situations de handicap et de faciliter l'accueil de nouveaux salariés handicapés. Il est possible de mettre les salariés en situation de handicap le temps d'une expérience de simulation : parcours en fauteuil, utilisation d'un casque permettant de simuler la déficience auditive..., pour faire ressentir individuellement la réalité du handicap.
- Pour que la communication soit efficace, il est important d'expliquer en donnant des définitions, d'illustrer son propos avec des photos et de répéter les messages régulièrement sous des formes et selon des modalités différentes.

Les axes de formation :

- Former les décideurs et les relais auprès des salariés dans l'entreprise : collaborateurs des ressources humaines, encadrement, médecin du travail, membres des instances représentatives du personnel.



Quels supports de communication utiliser ?

Publications papier et supports digitaux :

Différents types d'actions et de supports sont déployés pour sensibiliser en interne, selon les moyens disponibles et les objectifs visés. Multiplier les actions de sensibilisation n'augmente pas forcément le taux de mobilisation global, mais cela envoie un message fort sur l'engagement de l'entreprise.

Les supports peuvent prendre la forme de vidéo, d'affiche, de message audio, de réseau social, de blog, de forum, de page intranet... De nombreuses entreprises élaborent des supports papier, sous différents formats : plaquette, flyer, affiche, bande dessinée, magazine, dépliant, guide, set de table, quiz, carte postale... Certaines entreprises choisissent de diffuser des supports d'information sur le handicap avec les fiches de paie.

Événementiel :

Mobiliser les salariés lors d'événements ponctuels ou réguliers est efficace : formation, conférence, mise en situation, tournoi sportif, réalisation de film, concours de photos...

Il est également possible de concevoir et distribuer des objets pour interpeller : T-shirt, jeu, sticker, pin's, tapis de souris ergonomique, marque-page, calendrier...

Quels messages clés véhiculer ?

- La situation de handicap peut aussi être la conséquence de problèmes de santé courants : tout collaborateur peut être concerné à un moment de sa vie professionnelle.
- Les handicaps et leurs conséquences sont divers.
- Aucun métier, aucun poste n'est a priori réservé ou interdit aux personnes handicapées.
- Se déclarer et entamer les démarches de reconnaissance du handicap sécurise l'emploi d'une personne handicapée.
- La majorité des handicaps sont compatibles avec une activité professionnelle.
- Un salarié handicapé ne représente pas une charge de travail supplémentaire pour ses collègues.

Trois conseils à retenir

1 Les mots pour le dire.

On parle d'une personne handicapée et non d'un handicapé. Encore moins d'invalidé ou d'incapable, qui ont des définitions médicales et légales différentes.

2 Attention au décalage entre la communication et la réalité.

La communication valorise les actions menées par l'entreprise et vise à créer de la confiance. Le décalage avec la réalité, source de méfiance, est contre-productif.

3 Évitez le politiquement correct.

N'ayez pas peur des mots pour autant : un excès de zèle conduit à des maladresses sémantiques et traduit un malaise face aux réalités du handicap.



À noter

Dialoguer mais respecter la confidentialité
Entamer une démarche de reconnaissance de son handicap peut être délicat pour un salarié, qui peut craindre de changer de statut aux yeux de ses collaborateurs. Il est donc essentiel de l'accompagner tout en lui garantissant la confidentialité.



À noter

Associer les acteurs clés
Externes (médecins du travail et professionnels du handicap) ou internes (instances représentatives du personnel), ils sont des relais utiles pour sensibiliser les collaborateurs et l'encadrement au handicap.

Quels moments clés pour communiquer sur le handicap ?

À l'occasion de la mise en place d'une politique du handicap :

La restitution des conclusions d'un diagnostic-conseil sur le handicap dans l'entreprise, la création d'une mission handicap, d'un comité de pilotage dédié à la question du handicap, la définition d'objectifs, toutes ces étapes sont autant d'occasions de communiquer.

Lors du recrutement d'un collaborateur :

Pour inviter à mentionner un éventuel handicap, il est possible de proposer aux candidats de manifester leurs éventuels besoins d'aménagements lors de l'entretien.

Lors de l'arrivée du salarié dans l'entreprise :

Afin d'informer les salariés et de les inviter au dialogue, certaines entreprises présentent dans le livret d'accueil, remis à tout nouvel embauché, les actions menées en faveur des salariés handicapés et les personnes référentes sur le sujet dans l'entreprise.

Au cours de la carrière :

Organiser un entretien avec un salarié connaissant des difficultés à son poste de travail ou en risque d'inaptitude peut être l'occasion de lui présenter la démarche et les avantages liés à la reconnaissance du handicap, les possibilités d'aménagement de poste...

Au moment de l'expiration de la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (RQTH) :

La RQTH est attribuée pour une durée limitée (entre 1 et 5 ans). Il est donc important d'anticiper et d'accompagner le salarié dans sa démarche de demande de renouvellement.

Qui peut vous aider ?

Les professionnels de l'emploi et du handicap :

À l'occasion du recrutement ou du maintien dans l'emploi d'un salarié handicapé, Cap emploi et Sameth, les partenaires-services de l'Agefiph, vous conseillent et vous accompagnent dans vos démarches. Ils peuvent notamment vous orienter sur des actions de communication à mettre en place auprès de l'encadrement et de l'ensemble des collaborateurs pour faciliter une intégration réussie et durable.

L'Agefiph et Alther, son partenaire-services dédié à la mobilisation des entreprises, vous accompagnent pour la définition et la mise en œuvre d'une politique d'emploi handicapé. À cette occasion, ils vous conseillent sur les actions de communication à mettre en place.

Les professionnels de la communication :

Des agences de communication et des cabinets de conseil RH se sont spécialisés dans les enjeux liés à la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et à la diversité. Ces professionnels offrent une gamme complète de services et de contenus spécifiquement conçus pour traiter les problématiques liées au handicap.

Sources :

IMS-Entreprendre pour la Cité, fiche pratique Diversité, décembre 2012,

IMS-Entreprendre pour la Cité, fiche pratique Diversité, juin 2013.



Zoom sur

Le diagnostic-conseil est la première pierre à l'édifice d'une politique emploi handicapé. C'est le moment où sont déterminés les enjeux, les principaux freins et leviers d'action afin de construire une stratégie réaliste, en phase avec la situation de l'entreprise, ses besoins et les spécificités de ses métiers. Pour réaliser un diagnostic, une entreprise de moins de 250 salariés, notamment si elle est nouvellement assujettie à l'obligation d'emploi, peut faire appel à Alther. Une entreprise de plus de 250 salariés doit se tourner vers un consultant extérieur et peut solliciter un cofinancement Agefiph.

+ loin

Retrouvez sur **www.agefiph.fr** des conseils, toutes les aides et tous les services, les adresses utiles, et consultez plus de 400 expériences d'entreprises.



LE WEBZINE « ACTIFS »

Chaque mois, retrouvez un portrait, un parcours, des initiatives, des succès.

ACTUALITÉS

L'actualité de l'emploi et du handicap. Abonnez-vous et recevez chaque mois la newsletter.

ESPACE EMPLOI

Consultez les CV et publiez vos offres.

L'AGEFIPH EN RÉGION

Toutes les informations sur l'emploi et le handicap au plus près de chez vous.

ESPACE ENTREPRISES

Des dossiers pratiques, des expériences et le détail de toutes les aides et tous les services de l'Agefiph. Prenez la parole sur notre forum.

SERVICES EN LIGNE

Toutes nos aides et tous nos services, les adresses, nos publications. Simulez votre contribution et suivez l'état d'avancement de votre dossier de demande d'aide.

Les partenaires-services de l'Agefiph vous accompagnent dans vos projets.

capemploi

sameth

alther

Sommaire

Communiquer sur le handicap en entreprise

03 ● Repères

Toutes les clés pour communiquer sur le handicap : informer, rassurer, s'engager.

06 ● Initiatives

Des moyens simples pour sensibiliser au handicap dans l'entreprise : deux initiatives portées par Aurélie Legrand, chargée de projet ressources humaines, et Bertrand Geffroy, infirmier du travail.

08 ● En pratique

Informations, conseils, démarches et aides existantes : toutes les réponses aux questions les plus fréquentes.

Ont collaboré à ce numéro : D. Jacob (Medef Saône-et-Loire), S. del Piano (JLO Com'RH) et F.-X. Krieg (Agefiph).

Cahiers déjà parus téléchargeables sur agefiph.fr :

- Recruter et accompagner un collaborateur **déficient auditif**
- **Réussir le recrutement** d'un collaborateur handicapé
- **Maintenir dans l'emploi** un collaborateur handicapé
- Recruter et accompagner un collaborateur **déficient visuel**
- Intégrer le **handicap** à la gestion des ressources humaines
- Recruter et accompagner un collaborateur **handicapé psychique**
- Travailler avec une personne handicapée atteinte d'une **maladie chronique évolutive**
- **Aménager la situation de travail** d'un collaborateur handicapé
- **Répondre à l'obligation d'emploi** de personnes handicapées
- **Former** des personnes handicapées dans l'entreprise
- Recruter et accompagner un collaborateur **handicapé moteur**



plus d'infos sur www.agefiph.fr