

LGBT+ au travail: une décennie d'efforts face au risque d'un retour en arrière

Baromètre Out@Work, Edition 2025

JUIN 2025



têtu.

Méthodologie

Pour la septième année depuis 2015, Pride@BCG, le réseau LGBT+ du Boston Consulting Group a renouvelé son **baromètre sur les attentes et les perceptions des jeunes LGBT+ vis à vis du monde professionnel**, en partenariat avec TETU

En Mars 2025, un panel représentatif de 1,000 personnes a été interrogé :

- **Enquête diffusée exclusivement en France**
- **Un questionnaire de ~50 questions, ciblant uniquement les répondant·es salarié·es**
- **Répondant·es LGBT+ (y compris non binaires, transgenres, ...) et non-LGBT+, dont les réponses sont utilisées à titre de comparaison**

Le questionnaire a été auto-administré sur Internet, distribué par un institut de sondage

Une enquête sur l'inclusion des jeunes LGBT+ en entreprise lancée par Pride@BCG, réseau LGBT+ du BCG, en partenariat avec TETU

Enquête réalisée entre le 17 et le 25
Mars

Un échantillon représentatif de la population française pour cette 7^{ème} édition

1,000 répondant·es

~72%

Entre 18 et
44 ans

75%

Répondant·es
LGBT+

40%

Femmes et

5%

Non-binaires

~78%

En Zone
urbaine¹

~89%

Venant de
PME & STI²

1. vs. 79% de la population française (INSEE, 2021); 2. <10,000 salariés, représentatif de la population française: 72% des salariés français travaillant dans des entreprises de <5,000 employés (INSEE, 2022)
Source: analyses BCG

LGBT+ au travail : une décennie d'efforts face au risque d'un retour en arrière

1

L'inclusion des personnes LGBT+ en entreprise stagne depuis 2018 et atteint un plafond de verre

48%
des LGBT+

Ont fait leur coming-out auprès de tous leurs collègues au travail, **contre 54%** en 2018 - malgré une progression dans le cercle familial

31%
des LGBT+

Pensent qu'être out au travail représente un désavantage, **contre 30%** en 2018

29%
des LGBT+

Ont déjà caché leur orientation sexuelle ou identité de genre à leur manager ou ont volontairement omis de la mentionner, **contre 28%** en 2018

2

Des tendances de fond émergent, suggérant une potentielle dégradation à venir

61% des
répondant·es

Considèrent que les LGBT+ devraient avoir les mêmes droits que les autres, **contre 72%** en 2021

72% des
LGBT+ non-out

Considèrent leur orientation sexuelle ou identité de genre comme un sujet privé, **contre 62%** en 2021

13%
des LGBT+

Ont observé une évolution négative du climat en entreprise depuis le début de l'année 2025

3

Les entreprises développant ou conservant leurs initiatives continuent de recruter et retenir les talents LGBT+

Une dualité des entreprises dans leurs politiques de diversité et d'inclusion depuis 2021 :

- **Accélération** des initiatives RH sur le recrutement, la gestion de carrière et l'homogénéisation des politiques de parentalité (*zoom parentalité disponible en annexe*)
- **Désengagement** des initiatives liées à la gouvernance, aux lignes directrices et à la communication interne & externe

Une forte corrélation entre action des entreprises et bien-être et performance au travail

94%
des LGBT+

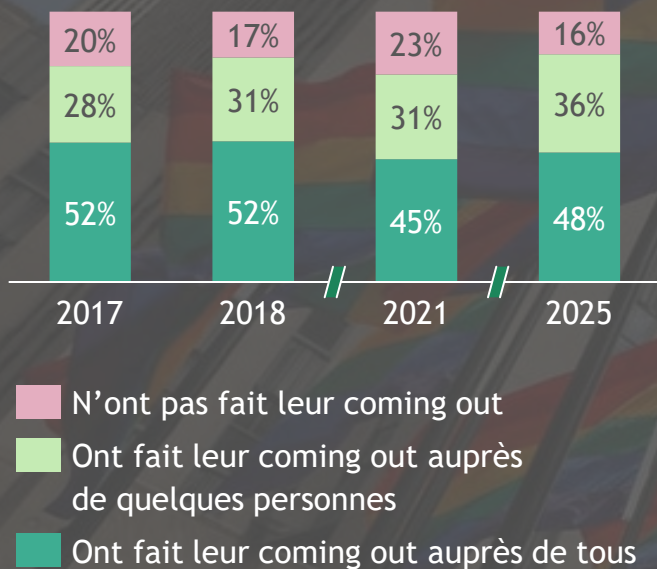
se sentent à l'aise pour s'exprimer dans les entreprises les plus investies, **contre 62%** dans les moins investies

95%
des LGBT+

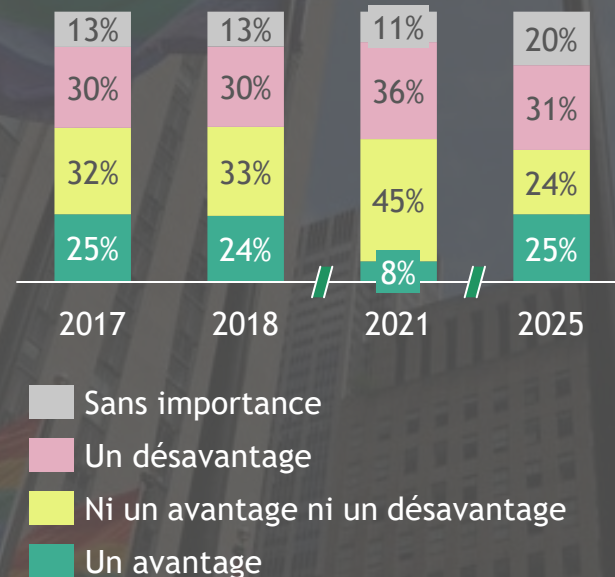
donnent le meilleur d'eux/elles-mêmes dans les entreprises les plus investies, **contre 74%** dans les moins investies

L'inclusion des personnes LGBT+ en entreprise stagne depuis 2018 et atteint un plafond de verre

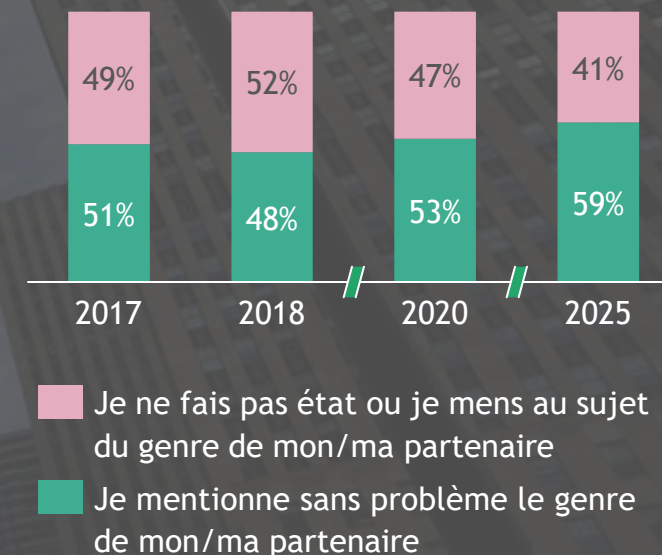
Coming-out : les LGBT+ plus souvent out au travail en 2025 qu'en 2017, mais auprès de moins de personnes



Perception : être out au travail, un désavantage pour ~30% des LGBT+ out en entreprise depuis 2017



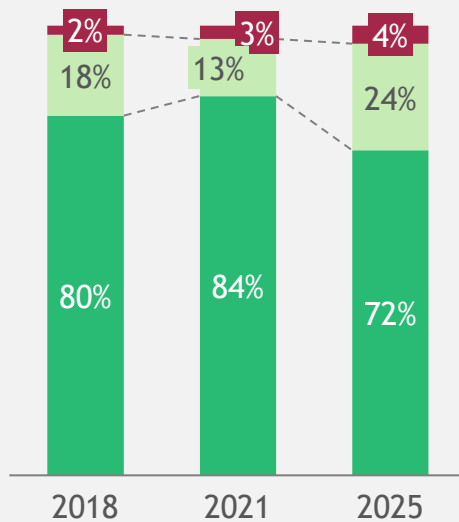
Transparence : en 2025, les LGBT+ sont légèrement plus à l'aise d'évoquer le genre de leur partenaire au travail qu'en 2017



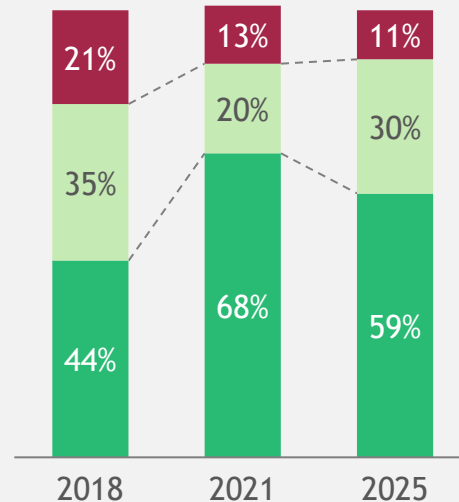
Coming-out | Les LGBT+ de plus en plus out dans le cercle familial; peu de progression dans la vie professionnelle

Vie privée

Etes-vous out auprès de vos ami·es ?

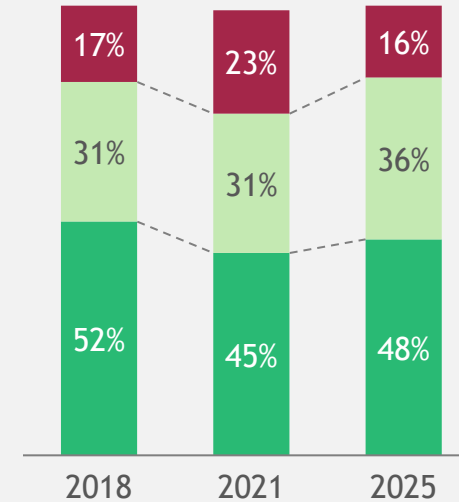


Etes-vous out auprès de votre famille

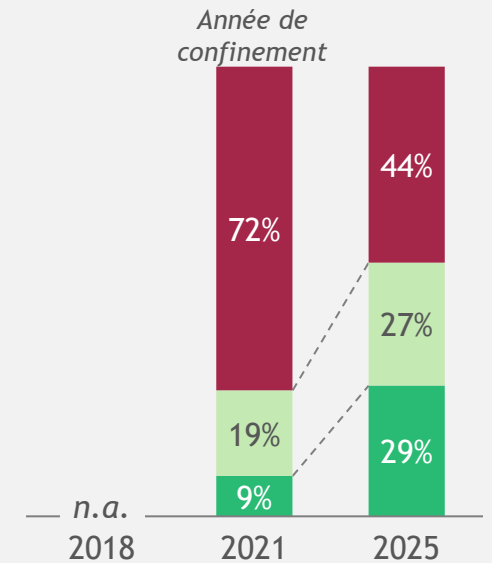


Vie professionnelle

Etes-vous out auprès de vos collègues ?



Etes-vous out auprès de vos client·es ?



Zoom en page suivante

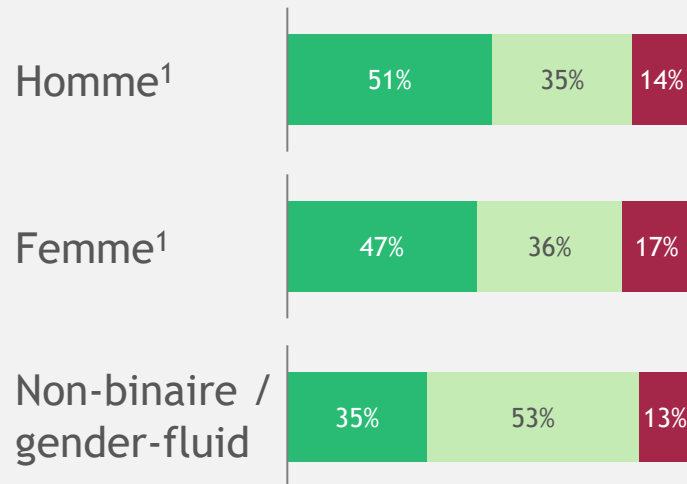
Out auprès de la plupart Oui, mais seulement auprès de certain·es Non out

Source : analyses BCG

Coming-out auprès de ses collègues | Les personnes non-binaires, transgenres et bisexuelles sont les moins out au travail

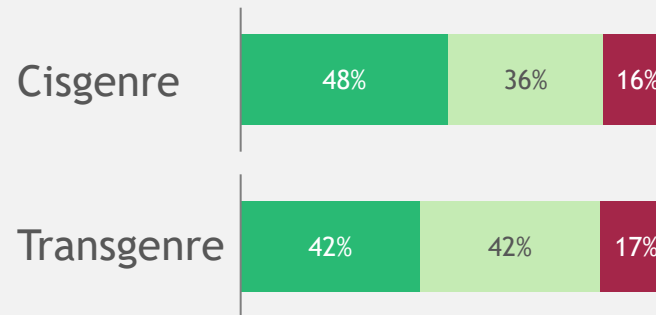
Genre

Les femmes moins out que les hommes et non-binaires



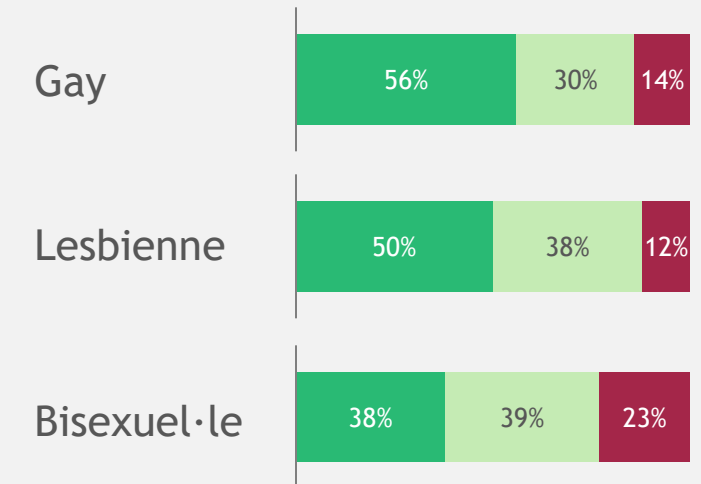
Transgenre

Les personnes transgenres légèrement moins out que les personnes cisgenres



Orientation sexuelle

Les bisexuel-le-s sont moins out que les homosexuel-le-s

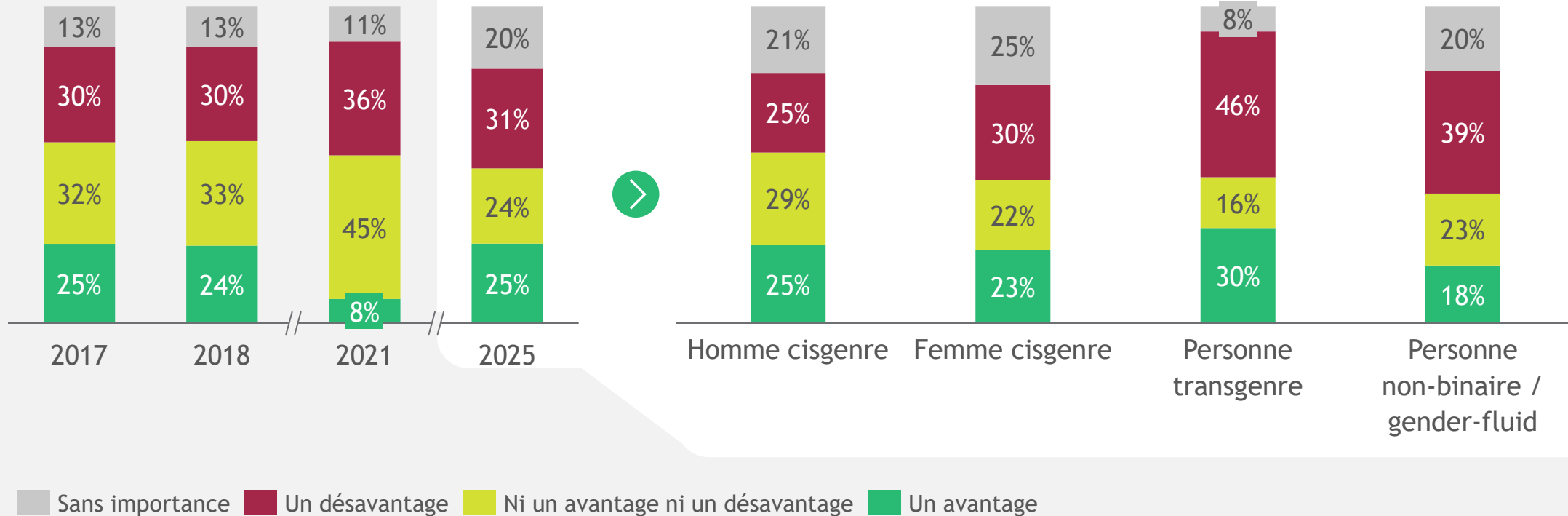


Au travail, je suis out..

■ Auprès de tous (ou presque) mes collègues ■ Auprès de certains collègues ■ Auprès de personne

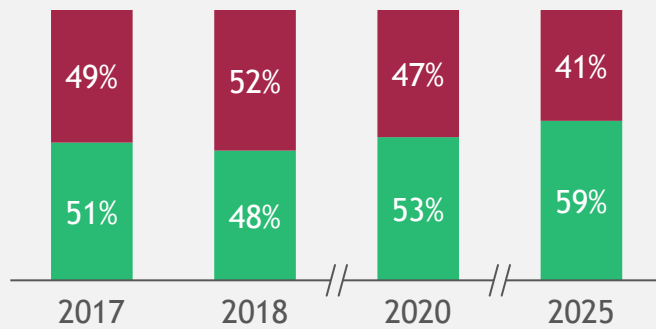
Perception | Être out au travail, un désavantage pour ~30% des LGBT+ out en entreprise depuis 2017

*Dans la vie professionnelle, être ouvert sur son orientation sexuelle et son identité de genre est généralement...
[pour les répondants LGBT+]*



Transparence | De plus en plus de salarié·es LGBTQ+ dissimulent leur identité auprès de leurs collègues et client·es

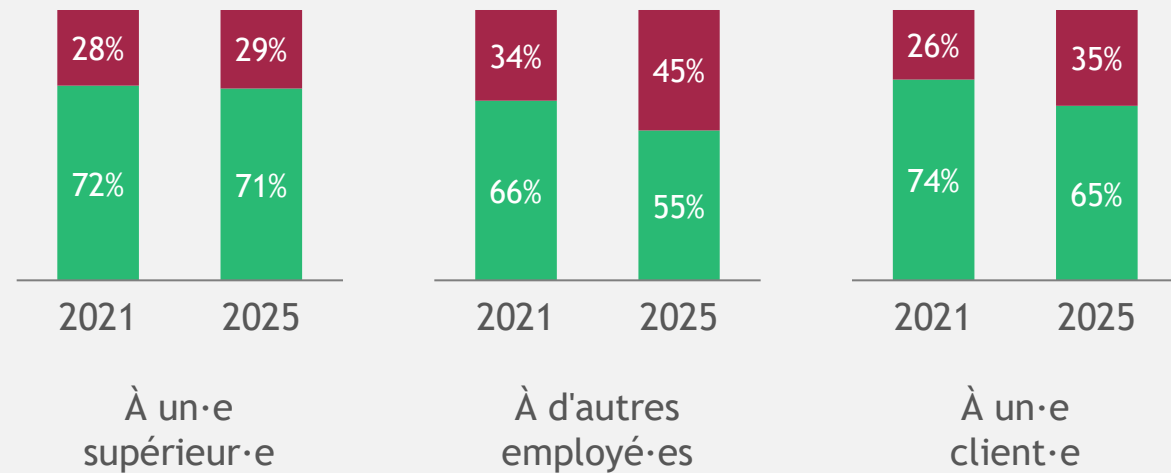
Dans le cadre d'une discussion informelle avec votre manager...



■ Je ne fais pas état ou je mens au sujet du genre de mon/ma partenaire

■ Je mentionne sans problème le genre de mon/ma partenaire

Avez-vous déjà caché ou volontairement omis votre orientation sexuelle ou identité de genre au travail ?



■ Oui

■ Non

Des tendances de fond sociétales émergent, suggérant une potentielle dégradation à venir

Dans la société : une régression des opinions sur les enjeux de diversité et inclusion des LGBT+¹

61%

Estiment que les personnes LGBT+ devraient avoir les mêmes droits que les autres
-11pp depuis 2021

63%

Soutiennent le mariage pour tous
-5pp depuis 2021

55%

Considèrent que chacun devrait pouvoir s'identifier selon son genre
-13pp depuis 2021

En entreprise : un espace de moins en moins structurant pour les personnes LGBT+ qui intériorisent de plus en plus leur identité

72%

Des employé·es LGBT+ non-out en entreprise considèrent leur orientation sexuelle ou identité de genre comme un sujet privé
+10pp depuis 2021

66%

Des employé·es LGBT+ se déclarent ouverts sur leur orientation sexuelle indépendamment des valeurs portées par leur employeur
+9pp depuis 2021

29%

Des employé·es LGBT+ considèrent que leur organisation "en fait trop" sur les sujets de diversité et inclusion, un niveau similaire aux employé·es non-LGBT+

Tendance 2025 : des signaux suggèrent un risque de dégradation à venir, d'ores et déjà observée par les répondant·es LGBT+

Ont observé un recul des politiques D&I depuis janvier 2025

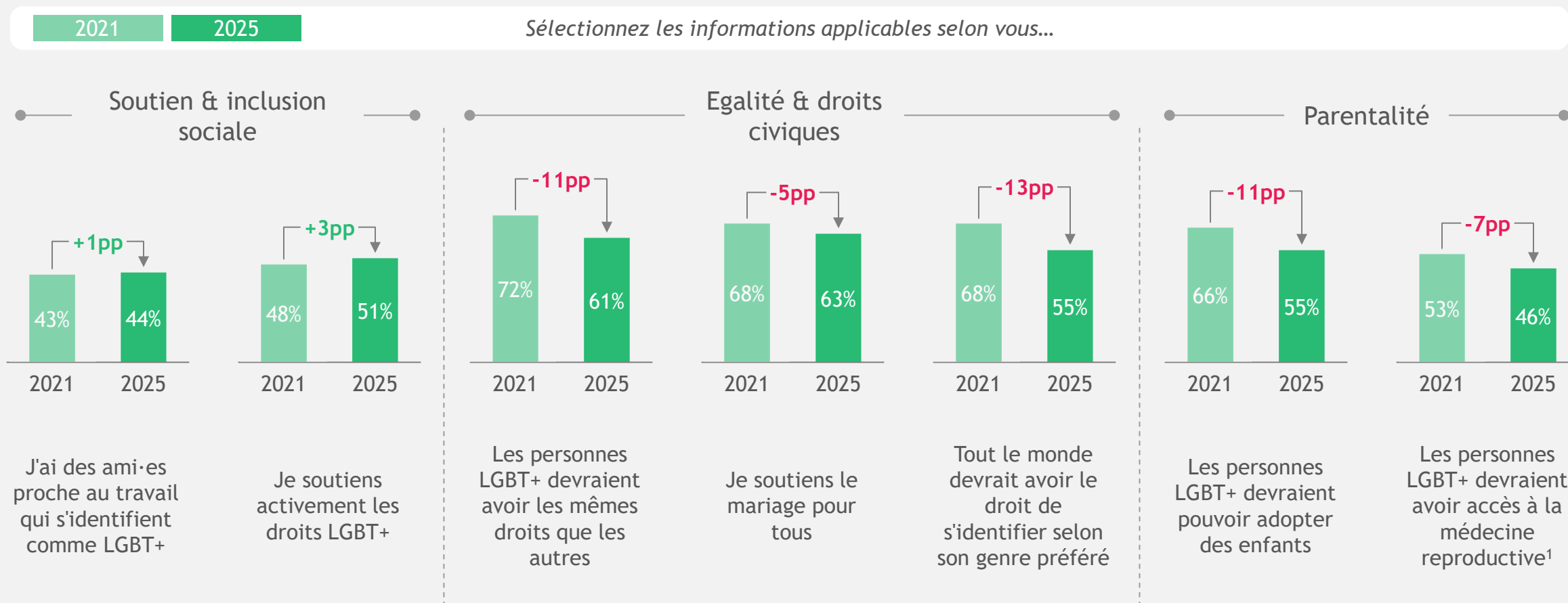
10%

Ont observé une évolution négative du climat en entreprise depuis janvier 2025

13%

1. Constat partagé par d'autres études récentes, e.g. enquête IPSOS LGBT+ PRIDE 2024 (31/05/2024) révélant déjà une baisse significative du soutien sociétal aux personnes LGBT+ (notamment aux mesures comme le mariage pour tous); Article du Monde (07/04/2025) évoquant la hausse des moqueries envers les personnes LGBT dans certaines entreprises

Dans la société | Les opinions concernant les droits LGBTQ+ reculent sur les sujets d'égalité et de parentalité

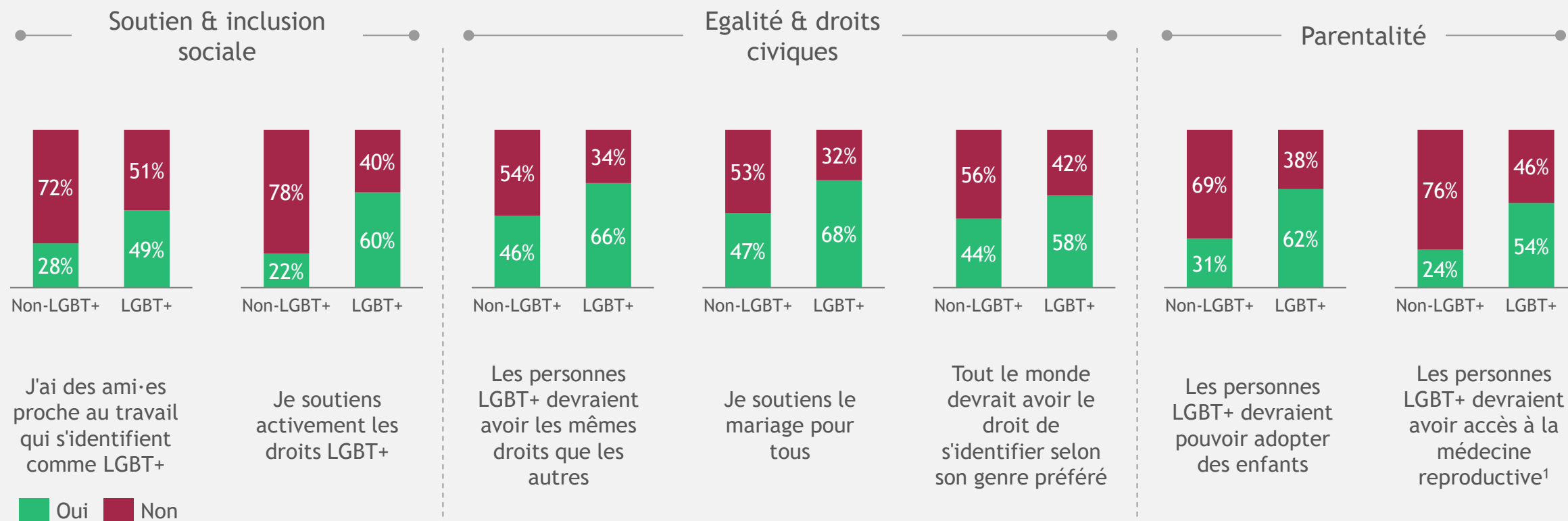


1. Y compris la gestation pour autrui
Source : analyses BCG

Dans la société | Le recul des opinions est tiré par un écart significatif entre non-LGBT+ et LGBT+

2025

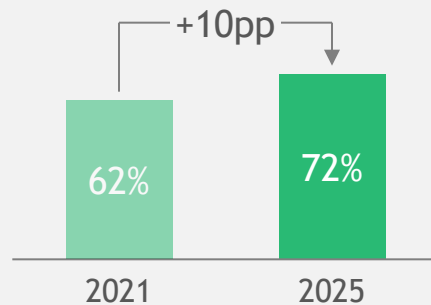
Sélectionnez les informations applicables selon vous...



1. Y compris la gestation pour autrui
Source : analyses BCG

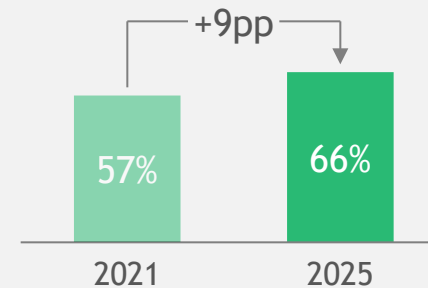
En entreprise | Un espace de moins en moins structurant pour les personnes LGBT+ qui intériorisent de plus en plus leur identité

L'orientation sexuelle de plus en plus perçue par les LGBT+ comme un sujet privé



LGBT+ non-out considérant que leur orientation sexuelle est une affaire de vie privée

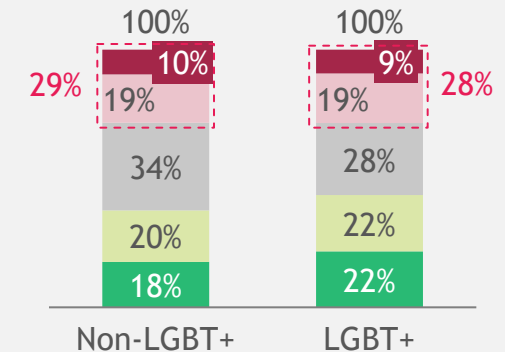
Le coming-out de plus en plus indépendant des valeurs de l'entreprise



LGBT+ se déclarent ouverts sur leur orientation sexuelle indépendamment des valeurs portées par leur employeur

Le rôle de l'entreprise remis en question par les employés, même LGBT+

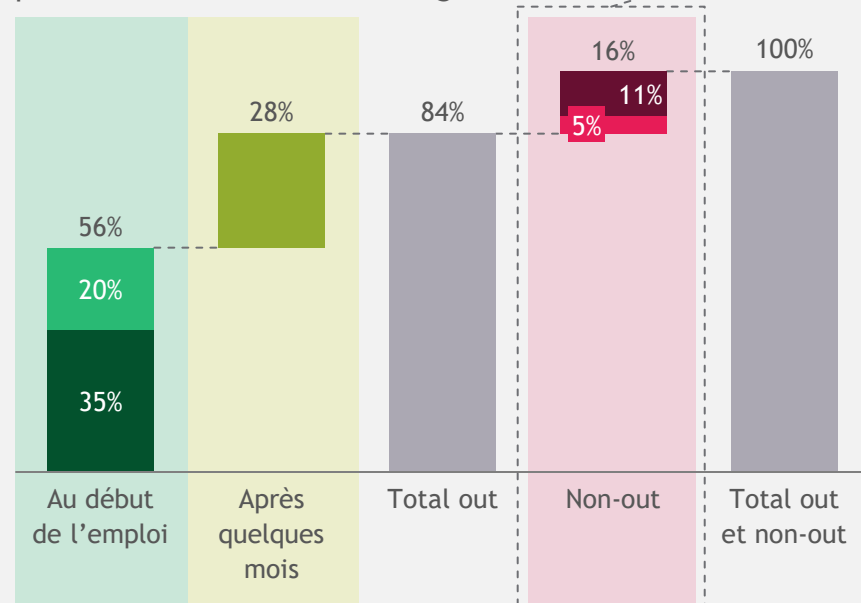
Trouvez-vous que votre entreprise en fait trop pour améliorer la diversité et l'inclusion ?



- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord

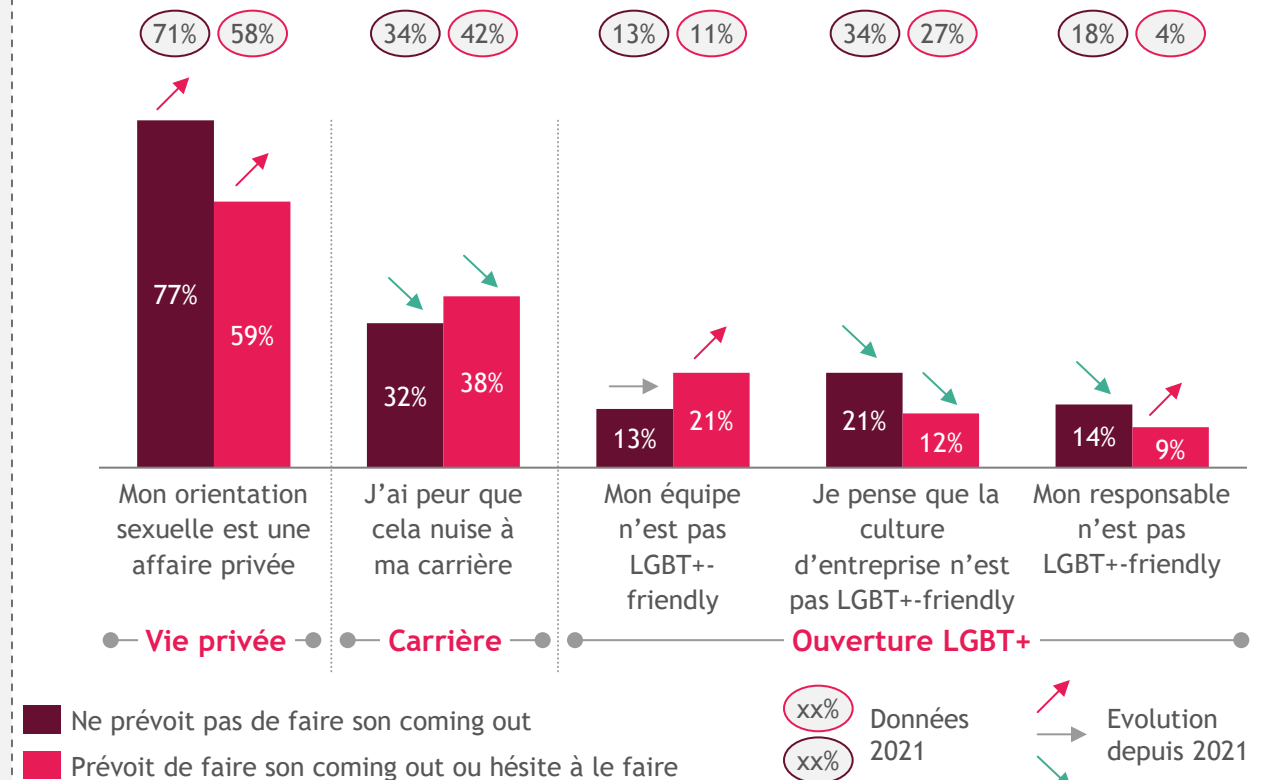
En entreprise | Les salarié·es LGBT+ non-out considèrent leur orientation sexuelle comme un sujet de plus en plus privé

Pourcentage de personnes LGBT+ out et non-out, en fonction du moment où elles ont fait / prévoient de faire leur coming-out



- A fait son coming-out au début de l'emploi
- A fait son coming-out en postulant
- A fait son coming-out après quelques mois
- Prévoit de faire son coming-out ou hésite à le faire
- Ne prévoit pas de faire son coming-out

Motivations principales des personnes LGBT+ à ne pas dévoiler leur orientation sexuelle au travail (en % des répondant·es)



En entreprise | Pourtant, le coming-out reste un facteur de bien-être et de performance significatif

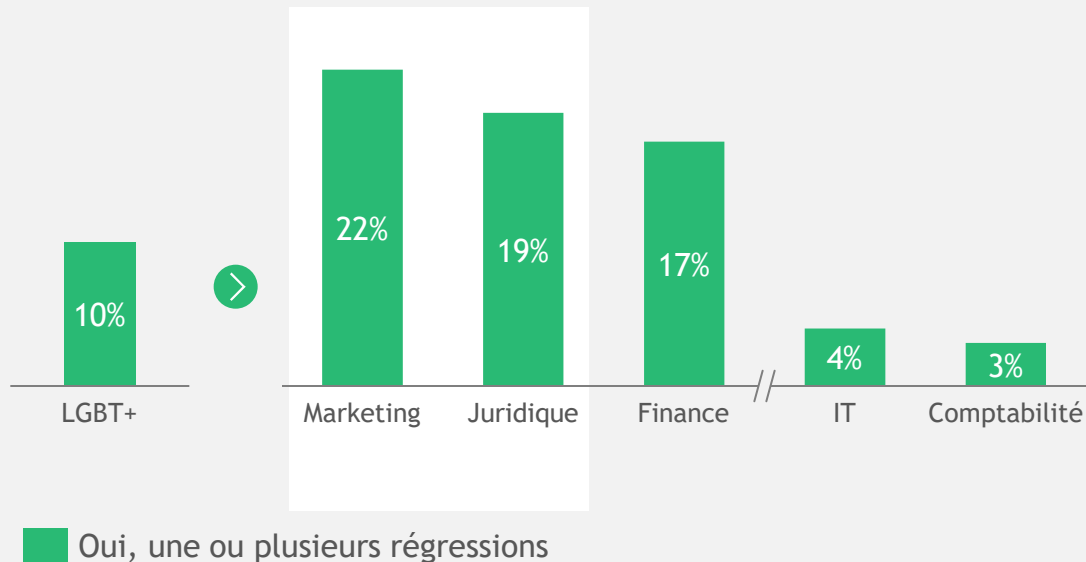


Source : analyses BCG

Tendance 2025 | Des premiers signaux suggèrent un risque de dégradation à venir

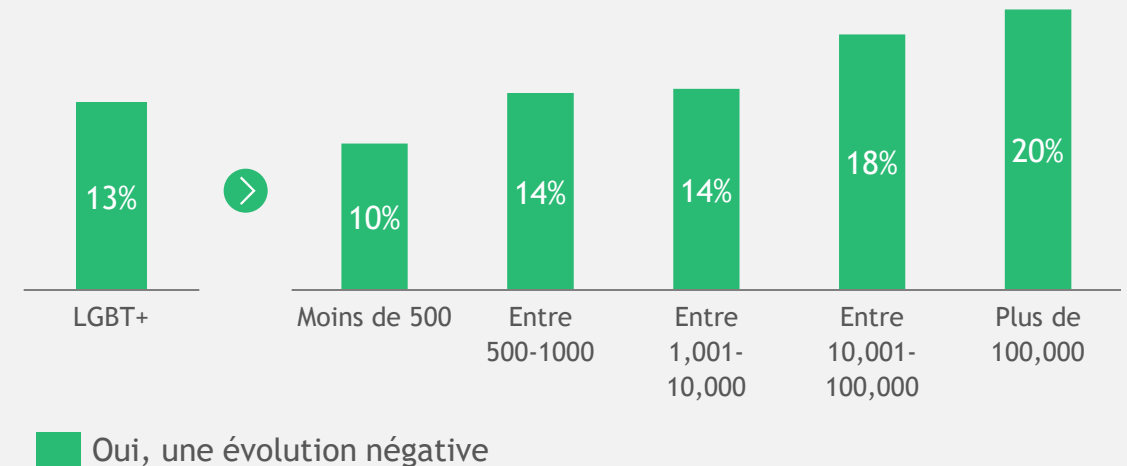
Les départements¹ en lien avec les politiques d'entreprise constatent davantage un changement sur les sujets D&I

Depuis le début de l'année 2025, avez-vous constaté un changement dans les politiques Diversité et Inclusion de votre entreprise ?



L'évolution du climat plus visible dans les grands groupes

Depuis le début de l'année 2025, avez-vous senti une évolution du climat dans votre entreprise sur les sujets LGBT+ ?



Note : réponses obtenues avant le 25 mars 2025

1. 5 des 15 départements représentés dans l'ordre décroissant des LGBT+ observant des régressions dans les politiques D&I de leur entreprise

Source : analyses BCG

Les entreprises développant ou conservant leurs initiatives continuent de recruter et retenir les talents LGBT+

Une dualité des entreprises : accélération des moyens sur le recrutement, l'accompagnement de carrière et la visibilité mais désengagement sur les autres leviers

49%

Des salariés sont dans une entreprise ayant mis en des politiques soutenant le recrutement des LGBT+
+29pp depuis 2021

56%

Des salariés sont dans une entreprise ayant mis en des politiques soutenant le développement de carrière et la visibilité des LGBT+
+21pp depuis 2021

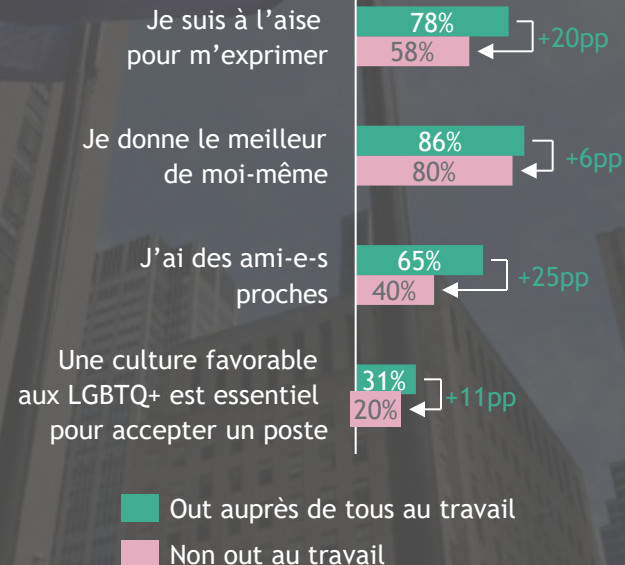
7%

Des salariés sont dans une entreprise affichant des rôles modèles visibles incarnant la diversité du leadership
-15pp depuis 2021

11%

Des salariés sont dans une entreprise disposant d'un comité dédié en matière de diversité
-9pp depuis 2021

Un enjeu qui demeure crucial pour recruter et retenir les talents LGBT+ : les LGBT+ inclus et out au travail expriment pleinement leur potentiel au travail



Dans les entreprises les plus investies:

95%

Des LGBT+ out donnent le meilleur d'eux/elles mêmes

94%

Des LGBT+ out sont à l'aise pour s'exprimer au travail

70%

Des LGBT+ out le sont auprès de tous

Dans les entreprises les moins investies

74%

Des LGBT+ out donnent le meilleur d'eux/elles mêmes

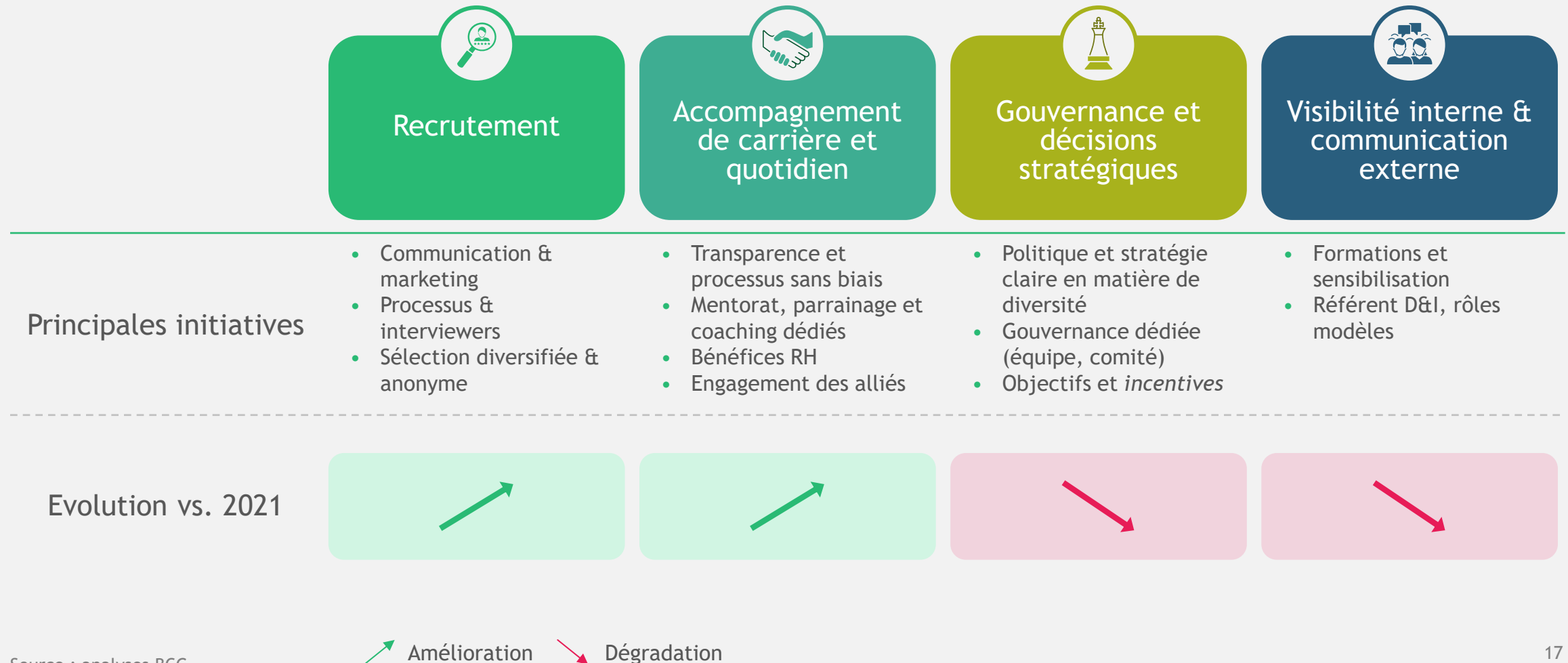
62%

Des LGBT+ out sont à l'aise pour s'exprimer au travail

55%

Des LGBT+ out le sont auprès de tous

Dualité | Accélération sur le recrutement, la gestion de carrière et le quotidien; régression sur les lignes directrices et la visibilité



Dualité | Les entreprises ont accéléré les moyens déployés sur le recrutement, la gestion de carrière et le quotidien des LGBT+



Recrutement

Que fait votre entreprise pour recruter spécifiquement des personnes LGBT+ ?	% de répondant·es sélectionnant l'initiative	Evolution du % de répondant·es vs. 2021
Sélection anonyme des candidatures	20%	+17pp
Sélection diversifiée des candidat·es	19%	+13pp
Communication auprès de viviers de talents plus diversifiés, (i.e., des réseaux professionnels spécifiques)	12%	+1pp
Supports marketing destinés aux candidat·es issus de la diversité	12%	+1pp
Interviewers diversifiés	11%	+5pp

Amélioration
 Dégradation



Accompagnement de carrière et quotidien

Comment votre entreprise soutient-elle le développement de carrière et le réseautage des personnes LGBT+ ?	% de répondant·es sélectionnant l'initiative	Evolution du % de répondant·es vs. 2021
Expérience quotidienne sans biais, (i.e., constitution des équipes, choix des participants aux réunions)	21%	+4pp
Évaluation et décisions de promotion sans biais	20%	+12pp
Engagement de la majorité, par exemple, implication des allié·es	17%	+2pp
Réseautage / groupes de ressources pour employé·es / communautés de soutien entre pairs	15%	-12pp
Mentorat formel ou informel pour les employé·es issus de la diversité	15%	+4pp
Coaching exécutif et développement professionnel	15%	+9pp
Parrainage formel des individus et plans personnalisés pour l'évolution de carrière	12%	+10pp
Couverture de santé adaptée, par ex. pour les partenaires de même sexe et les personnes transgenres	11%	+5pp
Interventions structurelles (toilettes neutres en termes de genre, etc.)	10%	+5pp

Dualité | Les entreprises reculent concernant les lignes directrices et la visibilité interne & externe des LGBT+



Gouvernance et décisions stratégiques

Quelles initiatives votre entreprise a-t-elle intégrées dans ses lignes directrices et processus ?	% de répondant·es sélectionnant l'initiative	Evolution du % de répondant·es vs. 2021
Politiques anti-discrimination	31%	-8pp
Référent diversité et inclusion	15%	-1pp
Une stratégie spécifique en matière de diversité	13%	-14pp
Équipe / comité dédié en matière de diversité	11%	-9pp
Définition des objectifs de diversité et mesure par rapport aux KPI	7%	-<1pp
Lier la rémunération des dirigeants aux objectifs de diversité	7%	+3pp



Visibilité interne & communication externe

Quelles initiatives votre entreprise a-t-elle intégrées dans ses lignes directrices et processus ?	% de répondant·es sélectionnant l'initiative	Evolution du % de répondant·es vs. 2021
Transparence publique sur les écarts & progrès (publication de données, traitement des écarts de rem.)	21%	+10pp
Engagement public du PDG	17%	-2pp
Participation à des événements et classements externes, par exemple, la Gay Pride	16%	+<1pp
Formation, par ex. sensibilisation aux biais	15%	-6pp
Partage des arguments en faveur du changement	11%	-18pp
Rôles modèles visibles qui représentent la diversité du leadership	7%	-15pp



Inclusion | Forte corrélation entre le nombre d'initiatives mises en place et le bien-être et la performance des salariés LGBT+

17 initiatives testées auprès des personnes LGBT+



Gouvernance et décisions stratégiques

Il existe des règles explicites contre la discrimination des LGBT+

Il existe un engagement en faveur de la diversité dans le code de conduite de l'entreprise

L'entreprise a signé une charte pour renforcer les droits des personnes LGBT+



Accompagnement de carrière & quotidien

L'entreprise participe à certains événements Pride

Il existe des avantages inclusifs pour les personnes transgenres

Il y a des formations obligatoires pour tous les employé-es sur les sujets LGBT+

L'entreprise a un réseau LGBT+

Il existe un programme de mentorat pour les employé-es LGBT+

L'entreprise organise des événements dédiés à la carrière & au recrutement des LGBT+



Visibilité interne & communication externe

Les dirigeant-es communiquent activement sur la diversité LGBT+

L'entreprise utilise un langage inclusif envers les LGBT+ dans sa communication interne

Il y a des déclarations positives sur l'orientation sexuelle /identité de genre sur le site de l'entreprise

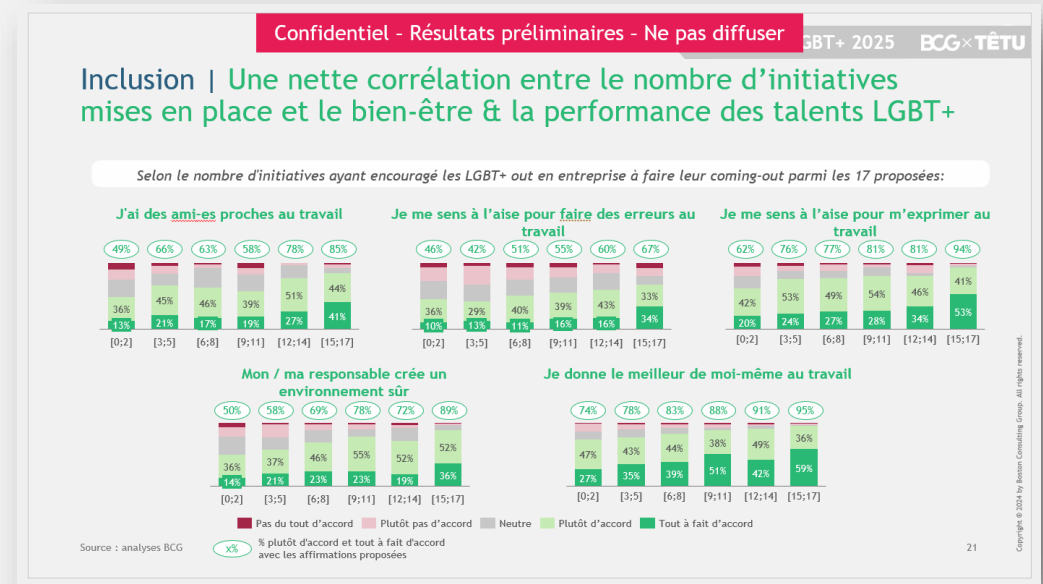
Il y a des déclarations positives sur la diversité sur le site web de l'entreprise

L'entreprise est impliquée dans le discours politique en faveur des droits LGBT+

L'entreprise a reçu un label LGBT+

Des personnes en position de leadership ont fait leur coming-out

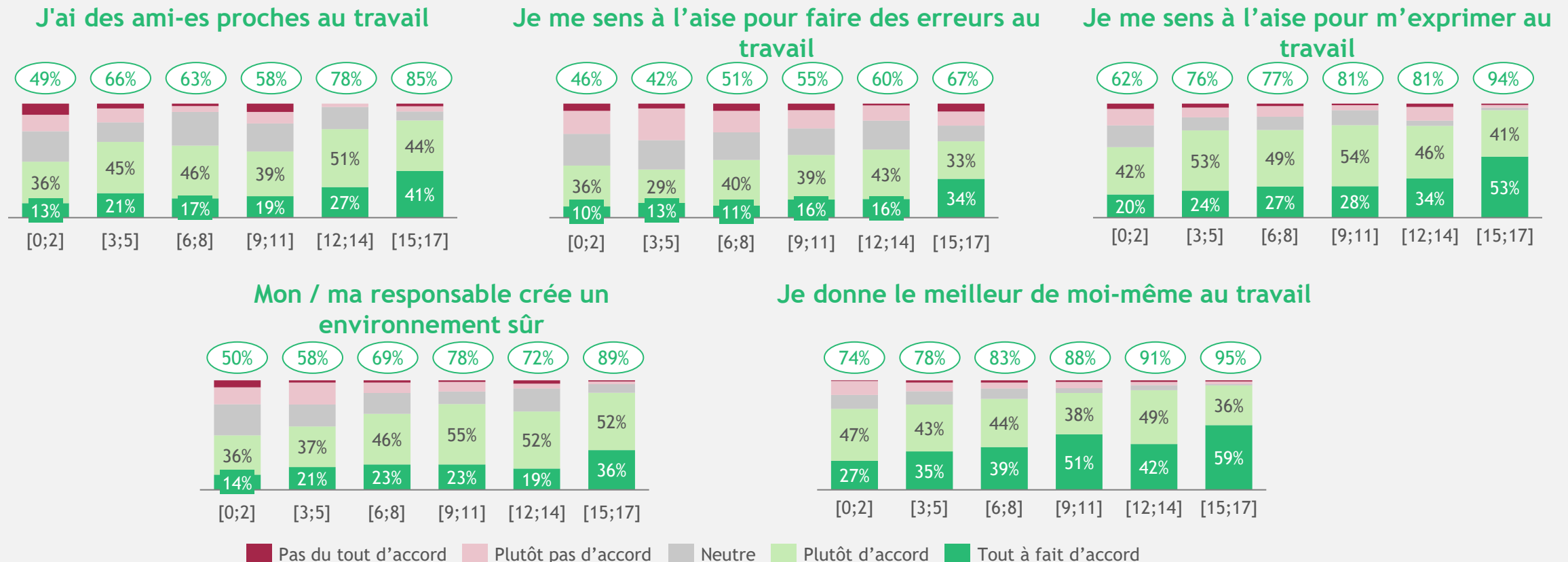
D'autres personnes LGBTQ+ dans l'entreprise ont fait leur coming-out



Zoom en page suivante

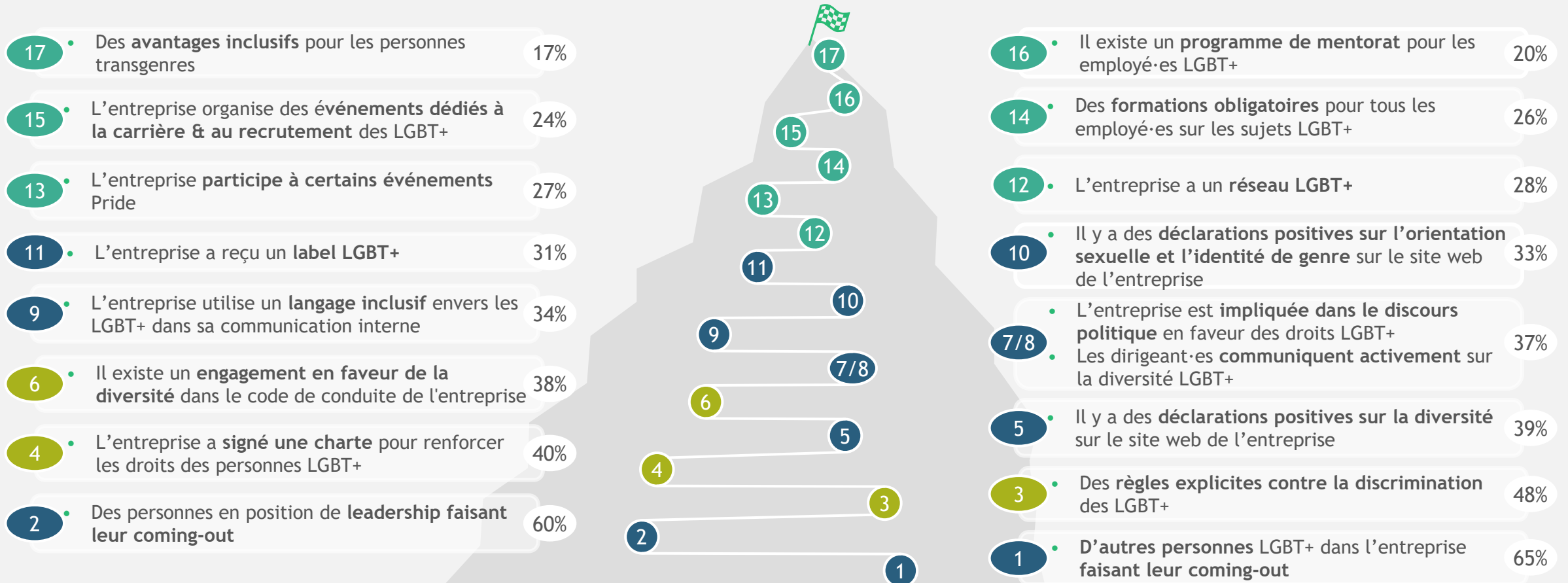
Inclusion | Une nette corrélation entre le nombre d'initiatives mises en place et le bien-être & la performance des talents LGBT+

Selon le nombre d'initiatives ayant encouragé les LGBT+ out en entreprise à faire leur coming-out parmi les 17 proposées:



Inclusion | Les employés LGBT+ attendent d'abord une meilleure visibilité et un engagement inscrit dans les lignes directrices

À votre avis, lesquels de ces facteurs sont caractéristiques d'une entreprise LGBT+ friendly ?



Source : analyses BCG



Classement des facteurs proposés aux répondants, du moins sélectionné au plus sélectionné,

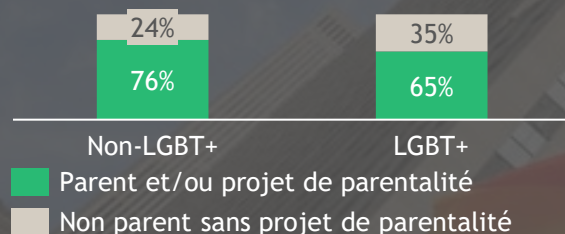
x%

% de répondants ayant sélectionné le facteur



Une majorité de LGBT+ est concernée par une parentalité difficile à vivre en entreprise, les initiatives lancées étant encore à leurs débuts

Projet parental LGBT+ : La parentalité concerne une majorité de LGBT+ mais reste difficile à vivre ouvertement en entreprise



Accès à la parentalité : L'adoption: le premier choix pour des LGBT+ non parents ayant un projet de parentalité

Pour les LGBT+ parents (avec ou sans projet de parentalité)

- 1 Relation hétérosexuelle précédente
- 2 Adoption
- 3 PMA

Pour les LGBT+ non parents ayant un projet de parentalité

- 1 Adoption
- 2 PMA
- 3 Relation hétérosexuelle précédente

Parentalité en entreprise : Un tiers des personnes concernées rencontrent des difficultés à vivre leur parentalité en entreprise

Parmi les LGBT+ parents & les LGBT+ non-parents ayant un projet de parentalité

- 30% Ont déjà adapté leur discours sur leur parentalité selon leur interlocuteur/trice
- 19% Ont déjà modifié ou caché la manière dont ils sont devenus parents

Parmi les LGBT+ ayant un projet de parentalité

- 32% Ont peur de la stigmatisation au travail
- 26% Ont peur de susciter la polémique

Engagements parentaux : Les dispositifs et initiatives mis en place pour accompagner les familles LGBT+ en sont encore à leurs débuts

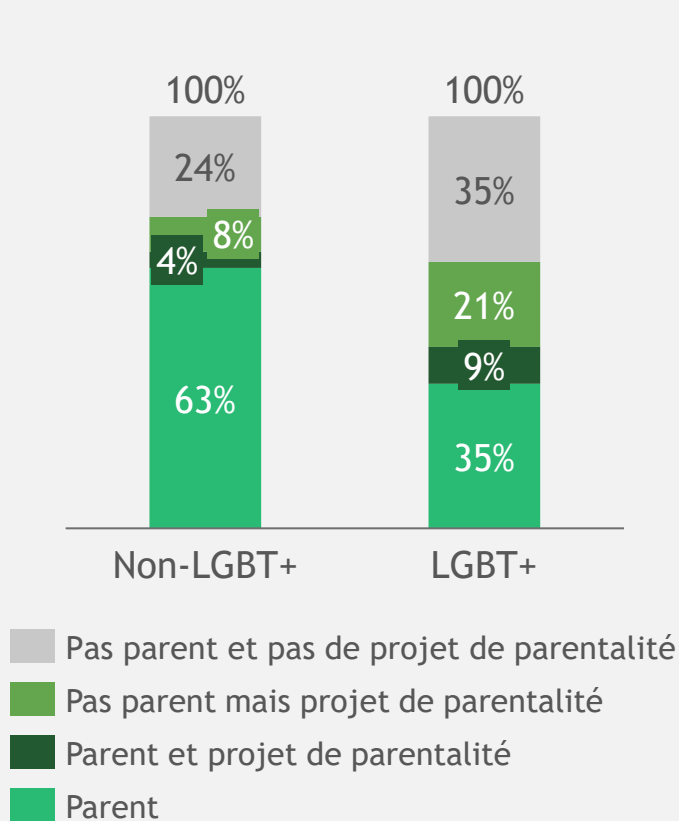
Parmi les LGBT+ parents & les LGBT+ non-parents ayant un projet de parentalité

- 33% Déclarent qu'aucun dispositif n'est mis en place
- 30% Déclarent qu'il y a des congés accueil de l'enfant quelle que soit la configuration familiale
- 14% Indiquent que leur entreprise sensibilise et forme sur la diversité des familles

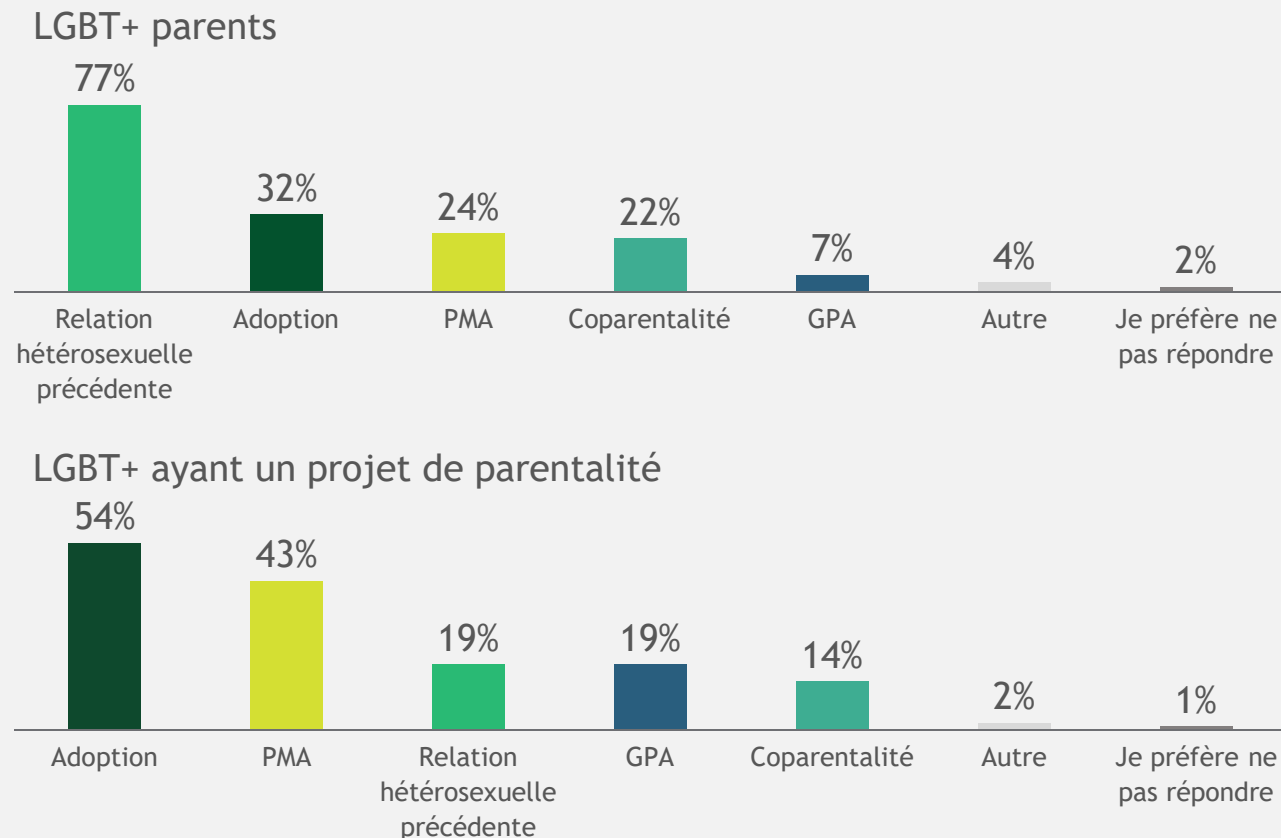
Projet parental LBGT+ | La parentalité concerne une majorité de LBGT+ qui privilégient l'adoption pour leur projet d'enfant

65 % des LBGT+ sont ou envisagent d'être parents

Comment avez-vous eu / prévoyez-vous d'avoir votre / vos enfants ?



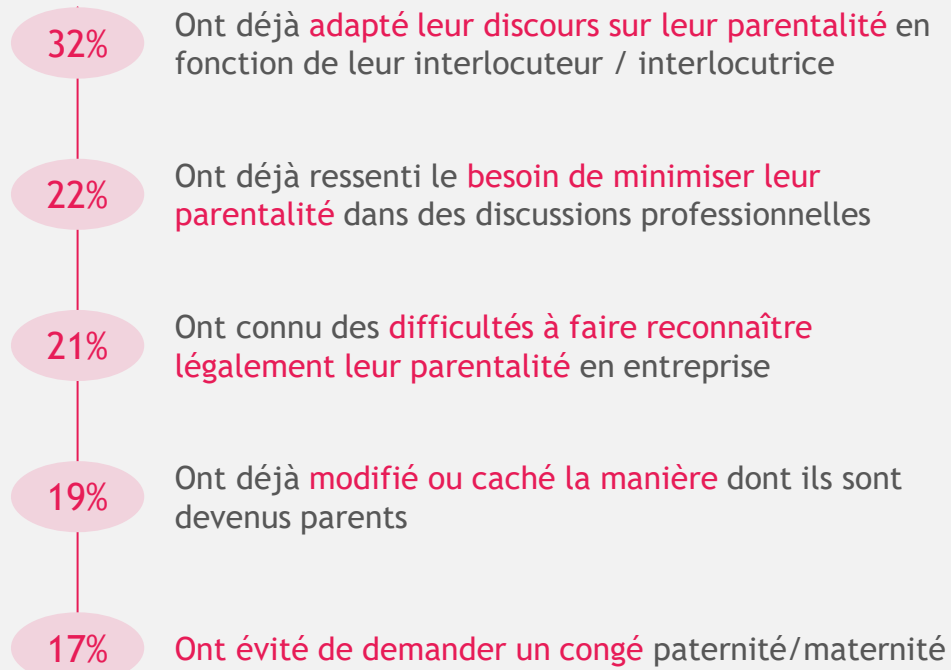
Source : analyses BCG



Parentalité en entreprise | Un tiers des LGBT+ rencontrent des difficultés à vivre leur parentalité en entreprise

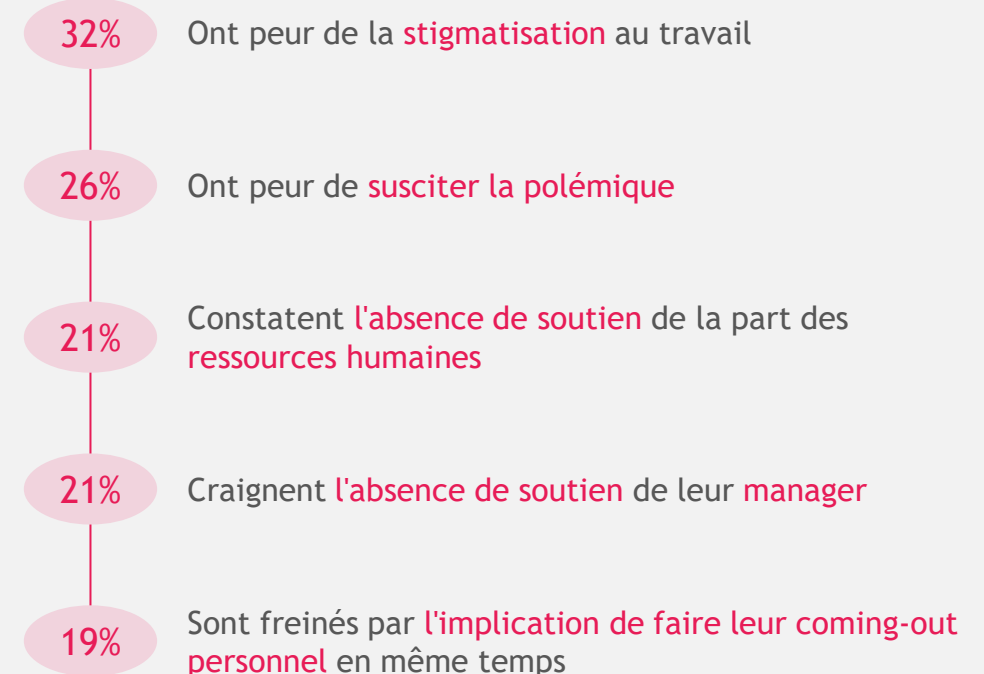
Les LGBT+ rencontrent des difficultés à être à l'aise avec leur parentalité en entreprise...

Parmi les LGBT+ parents



...freinés par un climat professionnel encore peu sécurisant

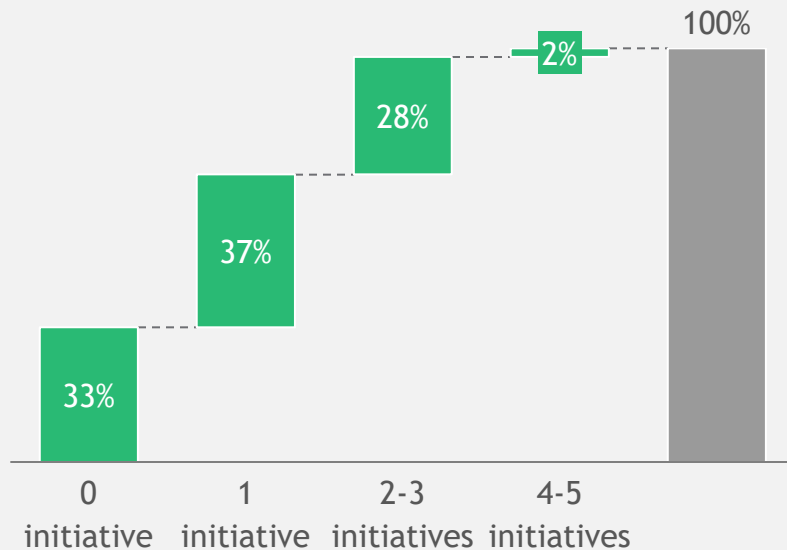
Parmi les LGBT+ ayant un projet de parentalité (parents ou non)



Engagements parentaux | Près d'un tiers des entreprises n'ont aucun dispositif mis en place pour accompagner les familles LGBT+

Votre employeur propose-t-il des dispositifs spécifiques pour accompagner les familles LGBT+ ?
[Répondants LGBT+ parents et non-parents ayant un projet de parentalité]

1/3 des répondants travaillent dans des entreprises n'ayant mis en place aucune initiative



Initiatives sélectionnées, des plus aux moins fréquentes

Oui Non

Congés accueil de l'enfant quelle que soit la configuration familiale

30%

70%

Prise en charge (partielle ou complète) du congé parentalité via mutuelle ou aide financière

25%

75%

Autres types de congés pour accompagner les parcours de parentalité

23%

77%

Réseau ou groupe de soutien interne pour les parents LGBT+

19%

81%

Sensibilisation et formations sur la diversité des familles

14%

86%

Disclaimer

The services and materials provided by Boston Consulting Group (BCG) are subject to BCG's Standard Terms (a copy of which is available upon request) or such other agreement as may have been previously executed by BCG. BCG does not provide legal, accounting, or tax advice. The Client is responsible for obtaining independent advice concerning these matters. This advice may affect the guidance given by BCG. Further, BCG has made no undertaking to update these materials after the date hereof, notwithstanding that such information may become outdated or inaccurate.

The materials contained in this presentation are designed for the sole use by the board of directors or senior management of the Client and solely for the limited purposes described in the presentation. The materials shall not be copied or given to any person or entity other than the Client ("Third Party") without the prior written consent of BCG. These materials serve only as the focus for discussion; they are incomplete without the accompanying oral commentary and may not be relied on as a stand-alone document. Further, Third Parties may not, and it is unreasonable for any Third Party to, rely on these materials for any purpose whatsoever. To the fullest extent permitted by law (and except to the extent otherwise agreed in a signed writing by BCG), BCG shall have no liability whatsoever to any Third Party, and any Third Party hereby waives any rights and claims it may have at any time against BCG with regard to the services, this presentation, or other materials, including the accuracy or completeness thereof. Receipt and review of this document shall be deemed agreement with and consideration for the foregoing.

BCG does not provide fairness opinions or valuations of market transactions, and these materials should not be relied on or construed as such. Further, the financial evaluations, projected market and financial information, and conclusions contained in these materials are based upon standard valuation methodologies, are not definitive forecasts, and are not guaranteed by BCG. BCG has used public and/or confidential data and assumptions provided to BCG by the Client. BCG has not independently verified the data and assumptions used in these analyses. Changes in the underlying data or operating assumptions will clearly impact the analyses and conclusions.



[bcg.com](https://www.bcg.com)