



RAPPORT DE
2022
SUR LA DIVERSITÉ,
L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION
MICHELIN AMÉRIQUE DU NORD, INC.





CONSTRUIRE UN MONDE MEILLEUR POUR TOUS



Tuscaloosa, Alabama

Alors même que nous sommes confrontés à l'incertitude du monde qui nous entoure, Michelin Amérique du Nord se concentre sur les mesures que nous prenons aujourd'hui pour bâtir un monde meilleur pour demain. Le respect de chacun est un élément important de notre identité chez Michelin. C'est aussi un ingrédient essentiel à la croissance et au succès à long terme pour nous et pour les collectivités que nous servons.

Je suis fier de ce que nous avons accompli jusqu'ici. En interne, nous avons formé près de 100 % de nos effectifs à reconnaître et à éliminer les préjugés inconscients et nous tentons d'accroître cette formation afin de développer le potentiel de tous les employés grâce à des possibilités d'apprentissage, de formation et d'amélioration des compétences. Nous tirons également parti de nos groupes de ressources internes et de nos conseils sur la diversité et l'inclusion pour créer des communautés de soutien au sein de Michelin afin de bâtir des relations et des possibilités de croissance pour tous les employés.

En externe, nous développons des partenariats stratégiques avec des universités pour élargir notre vivier de talents et avons créé des programmes novateurs pour améliorer l'accès aux carrières en industrie et en technologie. Nous avons également créé de solides relations avec des fournisseurs appartenant à des minorités et à des femmes. De plus, nous avons fait un don important au International African American Museum de Charleston en Caroline du Sud pour soutenir une exposition intitulée « Free to Move ».

Chez Michelin Amérique du Nord, nous sommes souvent reconnus pour nos efforts en matière de diversité. J'apprécie toujours cette reconnaissance mais avec humilité car nous savons que nous avons encore un long chemin à faire. Un changement durable prend du temps et nécessite de la collaboration, une intention réelle, de la détermination, et de la responsabilisation pour être atteignable.

C'est pourquoi le thème de notre plan stratégique est « Les gens rendent cela possible ». Je suis certain qu'ensemble, nous pouvons faire de Michelin un lieu où tous les collaborateurs ont un sentiment d'appartenance, où leurs expériences et leurs opinions comptent et où leurs précieuses contributions ont un impact sur notre avenir. Créer cette communauté où chacun peut s'épanouir et avoir un sentiment d'appartenance est notre responsabilité commune et vous pouvez compter sur mon entière détermination pour y arriver. Parce que c'est chaque personne chez Michelin Amérique du Nord qui fait de l'entreprise ce qu'elle est aujourd'hui et parce que, ensemble, nous faisons en sorte que tout cela soit possible.

Alexis Garcin
Président et directeur général
Michelin Amérique du Nord, Inc.



Waterville, Nouvelle Écosse



Festival et défilé unitaire de la fierté noire



Déjeuner de Women United



« Il va sans dire que notre action pour la diversité, l'équité et l'inclusion est un long chemin sur lequel nous nous engageons. J'ai confiance que nous trouverons les moyens de façonner notre culture et nos communautés pour qu'elles soient plus inclusives et équitables pour tous ».

—Tiffane Davis,
directrice diversité, équité et inclusion
Michelin Amérique du Nord, Inc.

En 2022, je suis devenue la directrice de la diversité, de l'équité et de l'inclusion de Michelin Amérique du Nord. En poste depuis près d'un an, me voilà plus motivée que jamais par l'engagement de l'entreprise sur ce sujet important. Cet engagement signifie que nous progressons et que nous continuerons à le faire.

Nous servons des employés, des clients, des partenaires et des communautés dont les besoins et les attentes évoluent et sont façonnés par le monde changeant qui nous entoure. L'ambition de Michelin Amérique du Nord de construire un lieu de travail plus diversifié et inclusif nous permet de nourrir et de tirer parti de la diversité et de la richesse des talents de tous nos employés pour mieux nous connecter avec nos clients, nos consommateurs et nos communautés.

Il y a plus de 20 ans que Michelin Amérique du Nord a créé pour la première fois un poste prenant en charge la diversité, l'équité et l'inclusion. Comme dans tout ce que nous entreprenons, nous ne cessons d'apprendre et de grandir. Nous continuons à approfondir notre engagement et à élargir notre compréhension de la diversité, de l'équité et de l'inclusion. Nous travaillons avec 11 groupes de ressources internes, 13 conseils sur la diversité et l'inclusion et de nombreux partenaires et conseillers externes stratégiques pour faire progresser l'impact sur le lieu de travail et bâtir une communauté plus inclusive.

Nous avons centré notre engagement en matière de diversité, d'équité et d'inclusion sur trois piliers stratégiques : enrichir nos équipes, cultiver une culture d'appartenance et avoir un impact sur la société. Cela commence entre nos murs en enrichissant nos équipes et en cultivant une culture d'appartenance pour tous nos employés. Nous voulons attirer les meilleurs talents et fidéliser des personnes qui ont une variété d'antécédents, d'expériences et de perspectives de travail et sont représentatives des communautés dans lesquelles nous vivons, nous travaillons, et que nous servons. Cette approche nous permet d'être plus innovateurs et concurrentiels. De plus, comme des équipes diversifiées s'épanouissent dans une culture d'appartenance, nous travaillons à lutter contre les préjugés, à accepter les différences et à développer le potentiel de chacun.

Notre engagement en matière de diversité, d'équité et d'inclusion s'étend aussi au-delà de nos murs. En donnant la priorité à la communauté et à des partenariats commerciaux diversifiés et durables, Michelin contribue par ses investissements à une société plus dynamique pour le plus grand bénéfice de tous.

Il va sans dire que s'engager dans la diversité, l'équité et l'inclusion est un long cheminement. Avec l'objectif de Michelin de créer une meilleure façon d'avancer et grâce à notre respect fondamental des personnes, j'ai confiance que nous trouverons les moyens de façonner notre culture et nos communautés pour qu'elles soient plus inclusives et équitables pour tous.



NOUS NOUS AMÉLIORONS.

Je suis fière de nos progrès à Michelin Amérique du Nord. Je suis fière des reconnaissances qui nous sont parvenues ces derniers mois, car elles sont représentatives de l'excellent travail de tellement d'équipes au quotidien.

Je suis reconnaissante de l'ouverture d'esprit et de l'humilité que j'entends dans les conversations sur le sentiment d'appartenance partout au sein de notre entreprise. Je suis également encouragée par le fait que nos employés sont toujours d'accord sur le fait que nous avons encore du chemin à faire.

Mais ensemble, nous pouvons y arriver.

Depuis que j'ai pris mon poste, nous nous sommes consacrés à devenir un employeur de choix dans nos communautés. Entre autres priorités, il s'agit de favoriser une culture dans laquelle chaque personne se sent valorisée, où chaque personne a la possibilité de s'épanouir.

La forte et durable culture de Michelin a été profondément influencée par les tendances qui nous entourent : le travail à distance suivi du travail hybride; « la grande démission » suivie d'un renouvellement de personnel sans précédent; les chocs des tragédies sociales suivis des spasmes de l'agitation politique.

Nous apprenons en cours de route : comme contrepoids à l'incertitude sociale, nos employés s'attendent désormais à trouver dans leur travail un sens véritable. Les gens s'attendent à être vus et entendus tels qu'ils sont, authentiquement, et non pas à devoir se conformer à un modèle préétabli par l'entreprise.

Nous apprenons également que chaque personne est un leader, qu'elle soit responsable d'une équipe ou non, parce que le leadership est une influence. Chaque personne apporte son influence à la table de discussion, nous devons donc entendre chaque voix lorsque nous résolvons des problèmes et prenons des décisions pour l'avenir.

Nous respectons nos engagements, comme vous pouvez le voir dans les messages d'Alexis Garcin et de Tiffane Davis. Parmi ces engagements, vous découvrirez dans ce rapport de nouveaux niveaux de transparence concernant les mesures que prend intentionnellement Michelin Amérique du Nord pour atteindre nos ambitions de diversité, d'équité et d'inclusion et pour construire un environnement qui suscite un sentiment d'appartenance et d'inclusion.

Nous demeurons également transparents et fermes à cet égard : chez Michelin, nous croyons au respect des personnes, de tout le monde.

Nous devons écouter chaque voix, nous devons voir chaque main, pour résoudre les problèmes de mobilité durable, pour conquérir de nouvelles frontières.

J'apprécie de voir le travail réalisé --- en nous-mêmes, entre nos murs, au sein de nos communautés --- qui prouve que nous donnons partout aux gens une meilleure façon d'avancer aujourd'hui. Ensemble, nous pouvons leur donner une meilleure vie en mouvement pour demain.

Félicia Sanders

Vice-présidente chef du personnel, Michelin Amérique du Nord, Inc.

L'ENGAGEMENT DE MICHELIN AMÉRIQUE DU NORD EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ, D'ÉQUITÉ ET D'INCLUSION

Uni par une valeur fondamentale, le respect des personnes, Michelin Amérique du Nord s'engage à adopter la diversité de ses employés, de ses clients et de ses partenaires. Par la sensibilisation et l'action continue, nous façonnons une culture où chacun a un sentiment d'appartenance, car chacun est valorisé, a la possibilité de s'épanouir, et peut contribuer au succès de l'entreprise et de la communauté.



Enrichir nos équipes

En attirant des personnes qui apportent une grande variété d'antécédents, d'expériences et de perspectives, et qui sont représentatives des communautés dans lesquelles nous vivons, nous travaillons, et que nous servons, nous serons plus innovateurs et concurrentiels sur le marché.



Cultiver une culture d'appartenance

En luttant contre les préjugés, en acceptant les différences et en développant le potentiel de chacun, nous cultiverons un environnement équitable et inclusif où tous les employés sont respectés et sont convaincus qu'ils peuvent s'y épanouir et donner un sens véritable à leur travail.

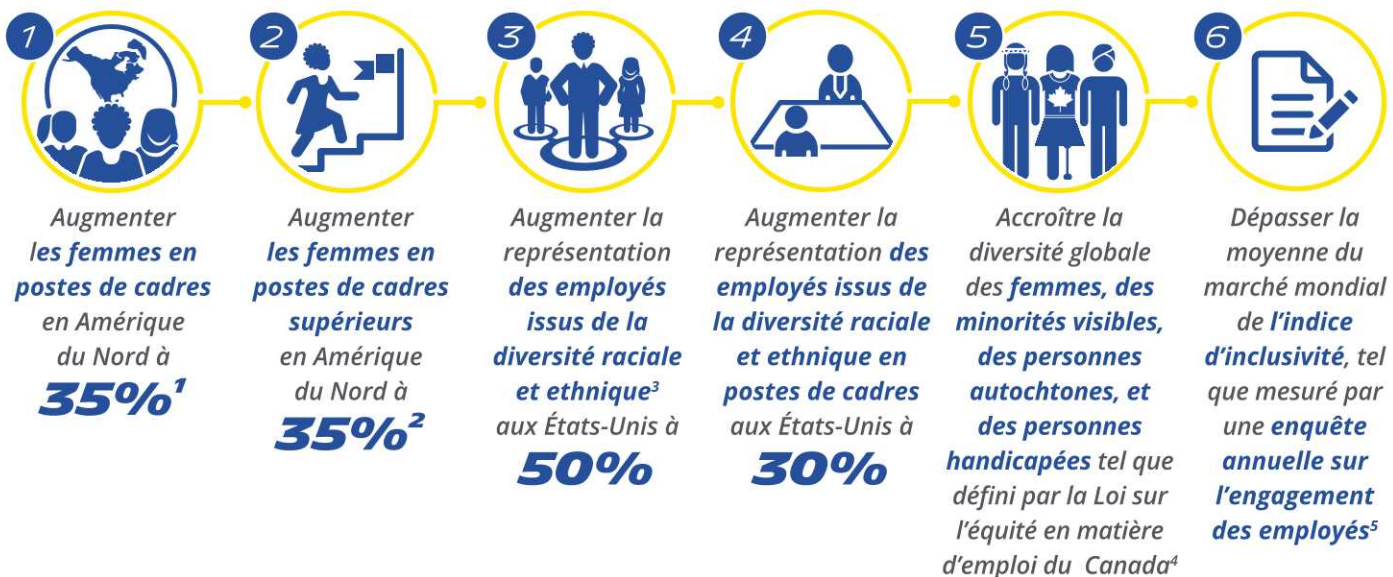


Impact sur notre société

En accordant la priorité à la communauté et à des partenariats commerciaux diversifiés et durables, nous contribuons par nos investissements à bâtir une société dynamique qui, à son tour, rend notre entreprise plus forte et plus innovante.

LES AMBITIONS DE DIVERSITÉ, D'ÉQUITÉ ET D'INCLUSION DE MICHELIN AMÉRIQUE DU NORD D'ICI 2030

Michelin a pour ambition d'accroître la diversité, l'équité et l'inclusion dans l'ensemble de l'organisation. Plus précisément, d'ici 2030, nous visons à :



¹ Les cadres représentent les salariés ayant un niveau de responsabilité individuelle de A à N, selon la méthode de Hay utilisée par le groupe Michelin.

² Les Dirigeants/cadres supérieurs représentent les salariés ayant un niveau de responsabilité individuelle de A à G, selon la méthode de Hay utilisée par le groupe Michelin.

³ La diversité fait référence à la représentation et à la dimension relative des différents groupes raciaux et ethniques au sein d'une population, où la diversité est maximisée lorsque tous les groupes sont représentés dans une zone et ont des parts égales de la population (US Census Bureau - www.census.gov/newsroom/blogs/random-samplings/2021/08/measuring-racial-ethnic-diversity-2020-census.html)

⁴ Voir www.canada.ca/fr/emploi-developpement-social/entreprise/portefeuille/travail/programmes/equite-emploi.html

⁵ Basé sur la moyenne des scores de six questions d'un sondage annuel sur l'engagement des employés administré par une entreprise externe, Mercer Sirotta



ENRICHIR NOS ÉQUIPES

En attirant des personnes qui apportent une grande variété d'antécédents, d'expériences et de perspectives, et qui sont représentatives des communautés dans lesquelles nous vivons, nous travaillons, et que nous servons, nous devenons plus innovateurs et concurrentiels sur le marché.



LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION EN ACTION

LE RÉSEAU HISPANIQUE DE MICHELIN ATTIRE DE NOUVEAUX TALENTS

Les populations minoritaires, en particulier celles qui parlent l'anglais comme langue seconde, peuvent hésiter à postuler à des emplois dans de grandes entreprises. Dans certains cas, ils peuvent avoir été traités injustement lors du processus d'entrevue ou rejetés en raison de leur origine ethnique.

Pour s'assurer que ces difficultés ne nous arrivent pas, l'usine Michelin à Spartanburg, en Caroline du Sud, a collaboré avec le réseau hispanique de Michelin, un groupe de ressource interne (BRG) qui favorise les initiatives d'embauche inclusive. Ensemble, ils ont travaillé à traduire le matériel de formation en espagnol, à créer des publicités numériques pour atteindre les candidats hispanophones potentiels et à utiliser les salons de l'emploi locaux et les organisations hispaniques à but non lucratif pour accroître la visibilité des offres d'emploi.

Michelin a également promu Patricia Vivas au poste de recruteur bilingue pour les employés rémunérés à l'heure à Michelin Spartanburg. Les entrevues d'embauche incluent désormais une option d'interprétariat en espagnol. L'usine propose également des cours d'anglais langue seconde



Spartanburg, Caroline du Sud

pour les candidats hispaniques préqualifiés qui souhaitent améliorer leur maîtrise de l'anglais.

Depuis sa collaboration avec le réseau hispanique, Michelin Spartanburg a augmenté son pourcentage de salariés hispaniques de plus de 100 %. Michelin a également étendu son réseau hispanique pour inclure un chapitre à l'usine de Spartanburg où les membres de l'équipe locale organisent des rencontres bilingues, accueillent les nouveaux employés et travaillent avec des organisations à but non lucratif locales sur des événements communautaires.



« Grâce au travail que nous menons avec le réseau hispanique, nous aidons les gens à surmonter les barrières culturelles, linguistiques et géographiques, et contribuons à construire une communauté diversifiée et culturellement riche à l'intérieur et à l'extérieur de Michelin ».

—Patricia Vivas, Recruteuse Bilingue, Michelin Spartanburg



Réseau Asie-Pacifique

RÉSEAU ASIE-PACIFIQUE ET LE LABORATOIRE MICHELIN INNOVATION

Les 11 groupes de ressources internes (BRGs) de Michelin Amérique du Nord sont loin d'être des clubs sociaux, comme le réseau Asie-Pacifique n'hésite pas à le dire : « Nous ne voulons pas être connus comme le groupe qui offre seulement de bons repas aux réunions. Notre ambition est de fournir un impact de valeur réelle à l'entreprise », a déclaré Sunita Bhatt, responsable du groupe de ressource interne Asie-Pacifique.

Parmi ses contributions, le réseau Asie-Pacifique a organisé une formation LinkedIn et offert des portraits professionnels gratuits à tous les employés souhaitant améliorer leur profil professionnel et développer leurs réseaux. À la fin de 2022, le Réseau Asie-Pacifique a décidé de tirer parti du laboratoire Michelin Innovation, un groupe de réflexion utilisé le plus souvent pour tester de nouvelles idées commerciales. Le laboratoire a sauté sans hésitation sur l'occasion de mettre son savoir-faire innovateur au service des initiatives de diversité, d'équité et d'inclusion.

À la suite d'un atelier, l'équipe a eu l'idée de fournir de courts clips vidéo pour accompagner les descriptions de poste. Actuellement, le réseau Asie-Pacifique travaille avec le service de recrutement pour élargir la mise en application de cette idée.

« Souvent, une description de poste ne suffit pas pour attirer les meilleurs talents. Les gens veulent savoir ce que c'est que de travailler chez Michelin. Nous avons créé des vidéos prototypes pour les postes vacants avec l'idée de montrer l'étendue des possibilités tout en mettant en valeur la diversité de notre main-d'œuvre ».

—Sunita Bhatt, responsable du groupe de ressource interne Asie-Pacifique et responsable de l'intégration informatique des clients.



Atelier au laboratoire Innovation





Réseau des femmes de Michelin

LES RÉSEAUX DE SOUTIEN ONT UN IMPACT

« En 2022, les entreprises ont vu le taux de renouvellement du personnel monter en flèche à plus de 20 %. Pour les membres du réseau des femmes de Michelin, ce taux a oscillé à 6 %. Ces chiffres montrent clairement que les réseaux de soutien font une différence. Le réseau des femmes comprend plus de 700 femmes et alliés. La force de ce réseau nous donne les moyens de faire progresser l'ambition de Michelin d'accroître la diversité des genres, notamment au niveau des postes de cadres ».

—Cammie Seymour, sponsor exécutive du réseau des femmes de Michelin et spécialiste principale de l'acquisition de talents



Magog, Québec

Mélissa Pinedo est impliquée dans le réseau des femmes de Michelin depuis qu'elle a rejoint l'entreprise en 2018. Elle est basée à Magog, au Québec, et a décidé d'agrandir le réseau des femmes en créant un chapitre local canadien-français appelé FEM. (Femmes Ensemble Michelin). « FEM offre une connexion pour les femmes travaillant et vivant au Québec. Nous nous concentrons sur le réseautage et la création d'un système de soutien qui inclut le mieux-être holistique : physique, mental et professionnel ». Depuis sa création en 2022, le réseau est passé à 60 membres et collabore avec les universités locales pour attirer des candidates.

POUR LA SUITE



« L'acquisition de talents est essentielle pour atteindre nos ambitions de diversité, d'équité et d'inclusion de 2030. Michelin continue de renforcer ses pratiques de recrutement en éliminant les préjugés potentiels et en élargissant la diversité de notre vivier de talents ».

—Monica Johnson, directrice du recrutement

EN 2023, MICHELIN VA PROCÉDER À :

- La révision de ses processus de recrutement et d'entrevue
- La réactualisation de la formation des cadres et des équipes de recrutement sur les meilleures pratiques d'embauche
- L'expansion de son vivier de candidats par :
 - des partenariats universitaires stratégiques
 - une focalisation sur son programme de stages/Co-Op
 - le marketing numérique



CULTIVER UNE CULTURE D'APPARTENANCE

En luttant contre les préjugés, en acceptant les différences et en augmentant le potentiel de chacun, nous cultivons un environnement équitable et inclusif où tous les employés sont respectés et sont convaincus qu'ils peuvent s'y épanouir et donner un sens véritable à leur travail.



LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION EN ACTION

GROUPES DE RESSOURCES INTERNES (BRGS)

Michelin Amérique du Nord compte 11 groupes de ressources internes qui favorisent les liens et le partage d'expériences. Nous mettons à profit la richesse des perspectives de ces organisations menées par les employés pour identifier spécifiquement les défis et les opportunités qui permettront de faire progresser la diversité, l'équité et l'inclusion chez Michelin.



« Nous offrons une communauté sûre où les employés peuvent apprendre, grandir et collaborer sur des sujets importants pour la communauté LGBT. Nous sommes convaincus que chaque employé doit se sentir valorisé et reconnu pour la richesse de ses perspectives personnelles ».

—Ashley Tomlinson,
co-responsable du groupe de
ressource interne des Alliés LGBT
et directrice principale des ventes
commerciales – région de l'Ouest



« Nous proposons aux militaires un forum pour leur permettre de se rencontrer autour d'expériences communes et pour améliorer leur transition chez Michelin. Nous offrons des suggestions sur la manière dont Michelin peut tirer parti des employés ayant une expérience militaire et peut allouer des ressources pour soutenir le personnel militaire et leurs familles ».

—Dan Porcaro,
membre du groupe de ressource
interne des anciens militaires,
membre actif des forces armées et
vice-président des ventes pour la
mobilité intelligente de Michelin



« Nous encourageons les nouveaux employés à tisser des liens et à accroître leur accès aux ressources pour les aider à réussir chez Michelin. Nous organisons des questions-réponses avec les responsables, des possibilités de bénévolat, des événements sociaux et des programmes de développement de carrière ».

—Jordan Dotson,
co-responsable du réseau des
nouvelles recrues et responsable
du marketing pour B2C



« Le groupe de ressource interne pour la foi et les croyances existe pour encourager la compréhension, le respect et l'appréciation pour toutes les foies et croyances. Michelin souhaite promouvoir un environnement sécurisant où chacun peut être totalement soi-même au travail, et pour de nombreux employés, leur foi et leurs croyances sont une partie intégrante de leur identité ».

—Bryan Zeigler, responsable et pilier du groupe de ressource interne pour la foi et les croyances et directeur du site de Camso à Emporia au Kansas

« Le groupe de ressource interne pour la route vers la santé financière existe pour aider les employés à planifier, comprendre et atteindre la santé et le bien-être financiers. Michelin se soucie du parcours de santé financière de chaque employé, de l'achat d'une maison au paiement des frais de scolarité des enfants ou à la préparation à la retraite. Nous mettons en évidence la gamme des ressources de santé financière que Michelin offre et nous donnons des informations et l'accès à des outils supplémentaires pour aider les employés ».

—Nenna Akpaete Culliver, co-responsable du groupe de ressource interne de la route vers la santé financière et directrice du groupe des véhicules utilitaires légers



« L'objectif principal du groupe de ressource interne de leadership ICARE est de connecter tous nos cadres aux comportements ICARE et entre eux. Nous avons mûri et suffisamment évolué pour reconnaître le besoin et la valeur réelle de créer de véritables liens au travail. Au début de 2022, nous avons donné le jour aux tables de transformation – un programme de développement du leadership de 12 semaines conçu pour créer le sens de la communauté, développer des relations solides et un parti pris pour l'action, le tout centré sur les comportements fondamentaux en matière de leadership ».

—David Coggins, président du réseau de leadership ICARE et responsable exécutif du service client

« Le conseil pour la diversité et l'inclusion de l'usine a un impact positif à la fois sur nos opérateurs de pneus et sur la collectivité. Nous travaillons avec les employés pour participer à des activités de service communautaire, notamment Habitat for Humanity, March for Dimes, la collecte de fournitures pour la rentrée scolaire et la visite sur les droits civiques à Tuscaloosa ».

—Lonnie Golightly, III, responsable du conseil pour la diversité et l'inclusion et spécialiste de la sécurité du site à l'usine de pneus BFGoodrich de Tuscaloosa en Alabama

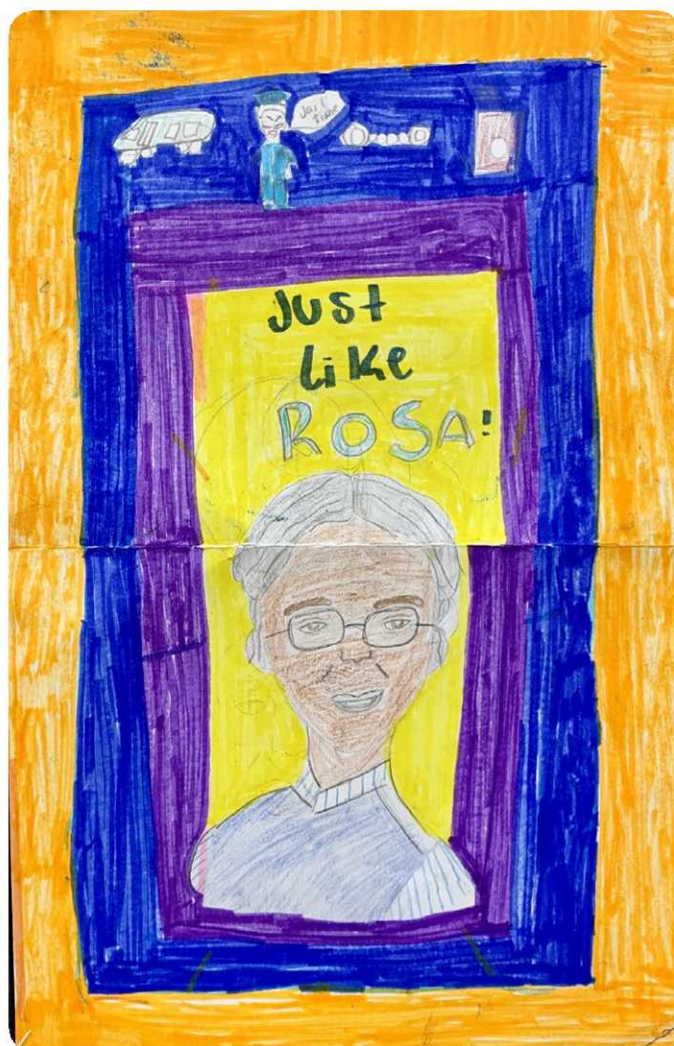


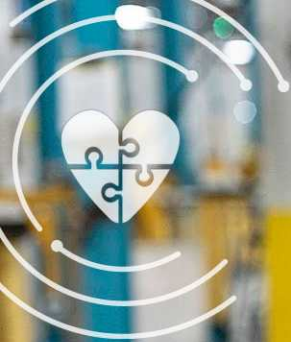


Réseau Afro-Américain

ÉCOUTER POUR COMPRENDRE

Le réseau Afro-Américain de Michelin compte 400 membres et s'efforce d'améliorer les performances de Michelin en augmentant la représentation, le développement, la promotion et la fidélisation des Afro-Américains et d'autres personnes d'origines diverses. Sa vision est de favoriser un environnement où les Afro-Américains peuvent tirer parti de leurs propres compétences et talents pour atteindre leur plein potentiel tout en contribuant au succès de Michelin. Le réseau s'efforce également de créer une plate-forme pour que les voix et les expériences des Afro-Américains soient entendues. L'année dernière, il a organisé des conversations mensuelles centrées sur des thèmes variés tirés de plusieurs films et portant sur des sujets forts sur la diversité, l'équité et l'inclusion pour tous les employés. Le réseau a également lancé le premier concours d'art de l'histoire (story art) pour célébrer le Mois de l'Histoire des Noirs. Les élèves des écoles élémentaires locales ont utilisé l'écriture et le dessin pour présenter un moment important de l'histoire des Noirs.





Bridgewater, Nouvelle Écosse

RENCONTREZ LES EMPLOYÉS LÀ OÙ ILS SONT

Plus de 63 nationalités sont représentées dans les 10 sites de Michelin Canada. Cette grande diversité, associée à la riche histoire et à la culture dynamique du Canada, signifie que les efforts de diversité, d'équité et d'inclusion doivent être adaptés aux besoins des employés qui y sont basés. Michelin Canada a fait un premier pas vers la définition des initiatives de diversité, d'équité et d'inclusion avec une enquête sur l'équité en matière d'emploi afin de mieux comprendre les différents horizons, perspectives et intérêts des employés. Selon les résultats de cette enquête, le conseil sur la diversité, l'équité et l'inclusion de Michelin Canada et deux conseils régionaux ont déterminé les mesures de diversité, d'équité et d'inclusion à prendre en 2023, notamment :

- Participer pour la première fois aux défilés et marches de la Journée internationale de la fierté LGBT à Halifax, Bridgewater et la vallée d'Annapolis
- Développer un programme de mentorat culturel pour aider les nouvelles recrues venant de pays différents à s'intégrer culturellement
- Explorer une formation à la sensibilisation à la diversité, l'équité et l'inclusion pour les membres du conseil, les cadres et les employés
- Participer en tant qu'entreprise sponsor aux Jeux Autochtones 2023 de l'Amérique du Nord qui se tiendront en Nouvelle-Écosse



Bridgewater, Nouvelle Écosse



Waterville, Nouvelle Écosse

POUR LA SUITE



« Le groupe de ressource interne capABLE travaille avec Michelin pour aider l'entreprise à être plus ouverte et accessible aux personnes handicapées et à leurs familles. Mais par où commencer pour effectuer une telle tâche? Nous avons décidé d'utiliser le questionnaire de l'indice sur l'égalité des personnes handicapées Disability : IN comme référence objective afin de déterminer le point de départ et la meilleure voie à suivre. S'appuyer sur l'expérience d'experts externes nous aide à être plus focalisés et plus efficaces ».

—Matt Hall, chef du groupe de ressource interne capABLE et responsable du progrès au Centre de Recherche des Amériques de Michelin (MARC)

EN 2023, MICHELIN AMÉRIQUE DU NORD VA PROCÉDER À :

- La mise en œuvre d'une journée annuelle de sensibilisation à la diversité pour l'ensemble de l'entreprise
- Le lancement du comité consultatif sur l'inclusion
- La poursuite de l'élaboration et de la mise en œuvre d'une formation sur le leadership inclusif
- La réalisation d'études externes de références, y compris des campagnes sur les droits de la personne et des handicapés



IMPACT SUR NOTRE SOCIÉTÉ

En donnant la priorité à la communauté et à des partenariats commerciaux diversifiés et durables, nous contribuons par nos investissements à bâtir une société dynamique qui, à son tour, rend notre entreprise plus forte et plus innovante.



DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION EN ACTION

FREE TO MOVE

La Fondation d'Entreprise Michelin est l'un des principaux donateurs du Musée international afro-américain (IAAM), ouvert en 2023 à Charleston, en Caroline du Sud. L'IAAM a été conçu pour rendre honneur aux histoires inédites du parcours afro-américain sur l'un des sites les plus sacrés de notre pays où de nombreux Africains ont foulé le sol américain pour la première fois. Le musée documente ce parcours qui a commencé en Afrique il y a des siècles et qui se poursuit encore aujourd'hui.

Michelin Amérique du Nord et la Fondation d'Entreprise Michelin collaborent avec l'IAAM depuis 2018. Le don de 1,5 million de dollars de la société soutient une exposition intitulée « Free to Move ». L'exposition explore les entrecroisements de la mobilité, de la race et de la culture dans l'histoire des Noirs américains, rendant hommage à ceux dont les mouvements n'ont pas toujours été libres et enseigne la valeur d'être « libre de se déplacer » dans toutes les sphères de la vie. L'exposition comprend une composante mobile conçue pour apporter des aspects de l'expérience du musée aux communautés éloignées.

Dans le cadre de la collaboration de Michelin avec le musée, un groupe de 10 employés de Michelin a eu l'occasion d'explorer leur généalogie grâce au centre d'histoire des familles du musée. Ce programme est dédié à aider les personnes et les familles à faire progresser leur compréhension de l'histoire de leur famille et du rôle que leurs ancêtres ont joué dans le façonnement de l'histoire américaine.



Marco Holt et sa famille



Musée International Afro-Américain



« Les histoires que nous avons découvertes expliquent pourquoi des mots comme résilience et persévérance font partie de l'histoire afro-américaine. Cette expérience a été incroyablement enrichissante et épanouissante ».

—Marco Holt, directeur de compte principal, B2B On-Road



Unity Park, Greenville, Caroline du Sud

Photo publiée avec la permission de la ville de Greenville.

UN AVENIR RASSEMBLEUR

Unity Park à Greenville, en Caroline du Sud, a ouvert ses portes en mai 2022 et symbolise l'équité et l'inclusion. Le parc fusionne deux parcs autrefois séparés en un vaste espace vert et une zone de loisirs accueillante pour tous. La Fondation d'Entreprise Michelin a fait don d'un million de dollars pour soutenir la restauration de cette section d'un demi-mile de la rivière Reedy et de 9 acres d'espaces verts appelés Michelin Green. Michelin Green sert de lieu de rassemblement public à Unity Park. La ville a également réservé des terrains en bordure du parc pour la construction de logements à prix modérés.



Unity Park, Greenville, Caroline du Sud

Photo publiée avec la permission de la ville de Greenville.

LA DIVERSITÉ DES FOURNISSEURS AMÉLIORE L'ÉQUITÉ



Warehouse Services, Inc.

Chaque année, Michelin Amérique du Nord dépense plus de 250 millions de dollars directement auprès de fournisseurs appartenant à des minorités et à des femmes. Depuis près de 20 ans, Michelin Amérique du Nord travaille avec l'entreprise Warehouse Services, Inc. qui appartient à une femme. Notre partenariat avec WSI a commencé avec un entrepôt et aujourd'hui, c'est le plus grand fournisseur de services de Michelin en Amérique du Nord avec près de 1 200 employés WSI dans le réseau de Michelin. WSI exploite trois des centres de distribution nationaux de Michelin, dont le plus grand centre pour Michelin dans le monde.



Ardmore, Oklahoma

La stratégie de relations communautaires de Michelin renforce des liens avec les collectivités où nous vivons, où nous travaillons, et que nous servons en contribuant à la vitalité de la région et en encourageant les employés à s'impliquer. Des milliers d'employés ont fait du bénévolat en 2022 dans des écoles élémentaires locales, dans des projets de nettoyage dans les communautés, dans la construction de maisons, et dans des collectes de fournitures scolaires, améliorant la vie et faisant une différence dans 34 communautés aux États-Unis et au Canada.



Louisville, Kentucky

POUR LA SUITE



« Dans mon rôle, je vois de première main les besoins des collectivités locales et l'impact des investissements de Michelin Amérique du Nord et de ses employés. Je suis fier de la différence que nous faisons et fier de travailler pour une entreprise qui tient compte de l'impact de ses décisions sur les personnes, les bénéficiaires, et la planète ».

—Will Whitley, directeur des relations communautaires et des affaires gouvernementales locales et d'état

EN 2023, MICHELIN AMÉRIQUE DU NORD VA PROCÉDER À :

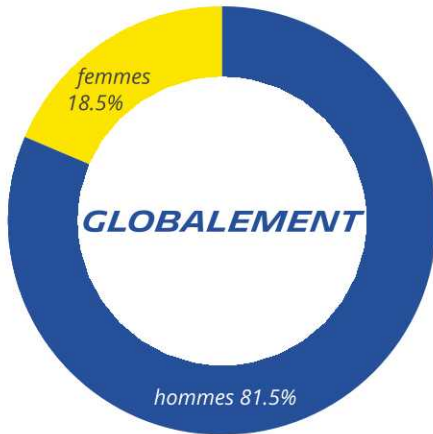
- Mettre en œuvre un processus pour capter les dépenses indirectes avec les fournisseurs appartenant à des minorités et à des femmes
- Développer les programmes Michelin Tech Scholars et Apprenticeship avec de nouveaux partenariats aux États-Unis et au Canada
- Poursuivre notre travail avec l'International African American Museum en tant qu'investisseur fondateur



NOS DONNÉES DE 2022¹

Michelin Amérique du Nord est convaincu que le respect de chacun est un ingrédient essentiel de notre croissance et de notre succès à long terme. Nous voulons être agent du changement en matière de diversité, d'équité et d'inclusion entre nos murs et dans la collectivité. Nous reconnaissons que la diversité va au-delà des simples questions de genre et d'ethnicité. Au fur et à mesure que nous grandissons et mûrissons, nous visons à élargir la façon dont nous saisissons et suivons les données pour englober des dimensions supplémentaires en matière de diversité.

REPRÉSENTATION DES GENRES (AMÉRIQUE DU NORD – ÉTATS-UNIS ET CANADA)



DIRIGEANTS / CADRES SUPÉRIEURS²



CADRES³



PAYÉ À L'HEURE



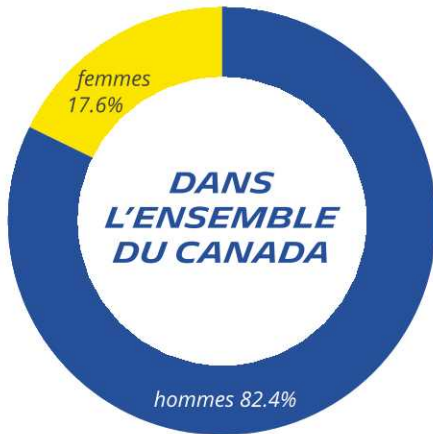
DIRIGEANTS / CADRES SUPÉRIEURS²



CADRES³



PAYÉ À L'HEURE



DIRIGEANTS / CADRES SUPÉRIEURS²



CADRES³



PAYÉ À L'HEURE



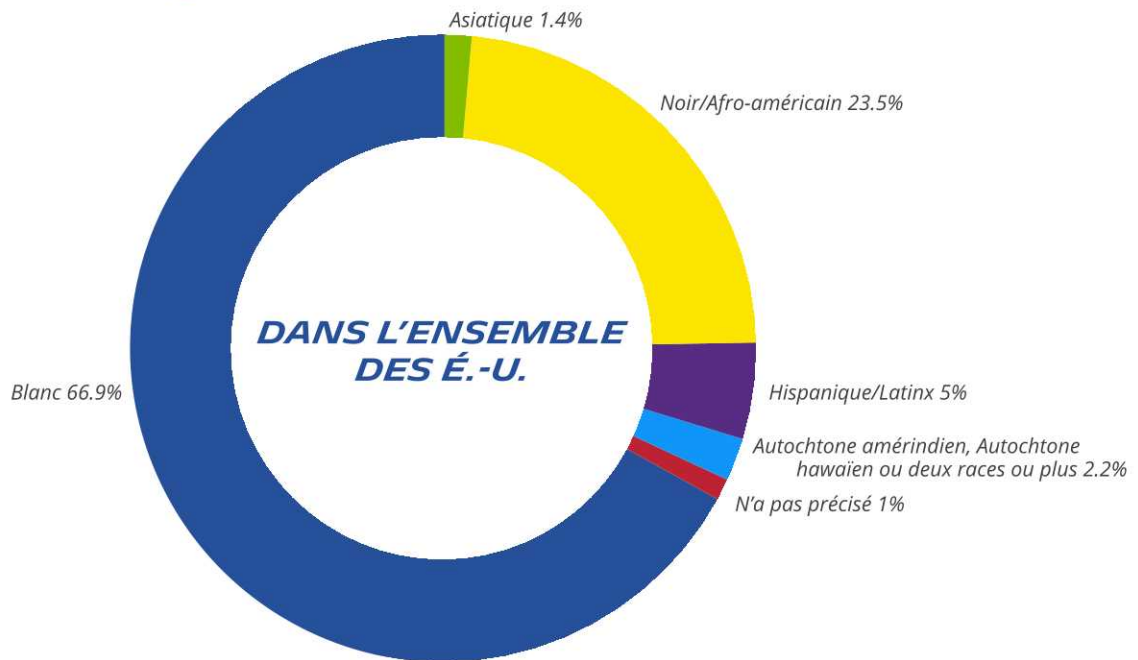
¹ Les données incluent les personnes salariées au 31 décembre 2022, dans les entreprises consolidées, sous toute forme de contrat de travail, à l'exception des stagiaires, étudiants en alternance, apprentis et intérimaires.

² Les Dirigeants/cadres supérieurs représentent les salariés ayant un niveau de responsabilité individuelle de A à G, selon la méthode de Hay utilisée par le groupe Michelin.

³ Les cadres représentent les salariés ayant un niveau de responsabilité individuelle de A à N, selon la méthode de Hay utilisée par le groupe Michelin.

⁴ Les données rapportées sur l'origine ethnique concernent uniquement les États-Unis. Cette information n'est pas actuellement déclarée au Canada. « N'a pas précisé » inclut les employés travaillant aux États-Unis en provenance de pays autres que les États-Unis ou les employés qui ont choisi de ne pas divulguer l'information; par conséquent, ils ne sont pas reflétés dans certains graphiques montrant les communautés sous-représentées aux États-Unis.

REPRÉSENTATION ETHNIQUE ET RACIALE (ÉTATS-UNIS UNIQUEMENT)⁴



DIRIGEANTS / CADRES SUPÉRIEURS²



CADRES³



PAYÉ À L'HEURE



INDICE D'INCLUSION : 71,8/100

Indice d'inclusion aide Michelin à évaluer nos progrès par rapport à d'autres entreprises mondiales, garantissant que nos efforts ont un impact et font une différence significative.

¹ Les données incluent les personnes salariées au 31 décembre 2022, dans les entreprises consolidées, sous toute forme de contrat de travail, à l'exception des stagiaires, étudiants en alternance, apprentis et intérimaires.

² Les Dirigeants/cadres supérieurs représentent les salariés ayant un niveau de responsabilité individuelle de A à G, selon la méthode de Hay utilisée par le groupe Michelin.

³ Les cadres représentent les salariés ayant un niveau de responsabilité individuelle de A à N, selon la méthode de Hay utilisée par le groupe Michelin.

⁴ Les données rapportées sur l'origine ethnique concernent uniquement les États-Unis. Cette information n'est pas actuellement déclarée au Canada. « N'a pas précisé » inclut les employés travaillant aux États-Unis en provenance de pays autres que les États-Unis ou les employés qui ont choisi de ne pas divulguer l'information; par conséquent, ils ne sont pas reflétés dans certains graphiques montrant les communautés sous-représentées aux États-Unis.



PARTENAIRES POUR LE PROGRÈS

Nous sommes fiers de nos progrès. En effet, Michelin se classe parmi les employeurs « les plus primés » dans la catégorie de la diversité, de l'équité et de l'inclusion. Cependant, nous reconnaissons qu'il y a toujours place à l'amélioration. Nous nous appuyons sur nos groupes de ressources internes et nos conseils sur la diversité et l'inclusion ainsi que sur des experts externes pour fournir des conseils sur la façon de faire évoluer nos politiques, pratiques et processus, afin de mieux répondre aux besoins de notre population diversifiée d'employés.

RECONNAISSANCES



FIERS D'ÊTRE PARTENAIRES AVEC :

