



Teleurgesteld
maar niet
verbaasd

**Equileap reikte
dinsdag de eerste
award uit voor
gendergelijkheid
op het werk.**

In samenwerking met de Universiteit Maastricht werden 3.000 internationale bedrijven met een beurswaarde van minstens 2 miljard dollar doorgelicht op 19 punten. De 200 best presterende bedrijven kwamen op de ranglijst, met L'Oréal aan kop. Het hoogst genoteerde Nederlandse bedrijf is vastgoedinvesteerder Unibail-Rodamco, op nummer 17. „Ik ben teleurgesteld maar niet verbaasd dat veel bedrijven nog erg slecht scoren,” zegt Diana van Maasdiik, medeoprichter van Equileap. „De eerste stap is nu gezet: transparantie.”

FOTO ISTOCK/BEELDBEWERKING NRC

GELIJKHEID OP HET WERK

Vrouw wordt expat? Dan ook een baan voor partner

L'Oréal verslaat andere grote multinationals qua gelijke behandeling van vrouwen. Wat valt er van ze te leren? „Diversiteit boekt winst.”

Door onze redacteur
Ykje Vriesinga

Wat gaat mijn partner daar doen? Dat is vaak een van de grootste zorgen als iemand de kans krijgt om in het buitenland te werken. Maar niet bij L'Oréal. Het grootste cosmeticaconcern ter wereld (zo'n 89.000 werknemers in 130 landen) ondersteunt de partners van expats om snel een baan te vinden op de nieuwe plek. Daarbij gebruiken ze onder andere connecties via een netwerk van andere multinationals, waaronder Nestlé en Danone.

Dankzij dit soort projecten scoorde het Franse L'Oréal dinsdag als hoogste in een onderzoek van Equileap naar gelijkheid tussen mannen en vrouwen binnen 3.000 grote bedrijven. Want vooral vrouwen nemen pas een internationale stap als er ook goed voor hun gezin wordt gezorgd, vertelt Jean-Claude Le Grand, hoofd diversiteit bij L'Oréal. „Werken in verschillende landen is geweldig voor je ontwikkeling. Ook vrouwen moeten dat doen.”

Le Grand werkt al meer dan tien jaar aan het bevorderen van diversiteit en gelijkheid binnen L'Oréal. Het Franse beursgenoteerde bedrijf (om-

zet ruim 25 miljard euro) is een van de slechts zes organisaties waar mannen en vrouwen evenveel verdienen voor hetzelfde werk.

Hoe hebben jullie dat bereikt?

„De eerste stap is erkennen dat vrouwen achtergesteld worden. Veel bedrijven willen dat niet onder ogen zien. Wij hebben alle salarissen vergeleken. Het bleek scheef te zitten. Vervolgens heeft het jaren gekost om vrouwen op gelijk niveau te krijgen. Een van de dingen die we nu doen is dat vrouwen die met zwangerschapsverlof zijn geweest dezelfde salarisverhoging krijgen als het gemiddelde van hun collega's.”

Maar zij hebben toch ook minder gewerkt?

„Ja, dat klopt, maar dat betekent niet dat ze minder goede werknemers zijn. Ouders leren bovendien nieuwe vaardigheden die ook van pas komen op het werk, bijvoorbeeld time management. We geven vrouwen wereldwijd minstens 14 weken betaald zwangerschapsverlof, ook als dat niet wettelijk verplicht is in hun land. Het betaalde verlof voor vaders gaan we verhogen naar tien dagen.”

Waarom is diversiteit zo belangrijk voor jullie?

„Omdat onze klanten ook extreem divers zijn. We zijn actief over de hele wereld, verkopen aan mannen en vrouwen, aan mensen van alle leeftijden. Om maar iets te noemen: haar in Nederland is anders dan haar in Brazilië. Een bedrijf met louter blan-

ke mannen mist die aansluiting.”

Ook jullie hebben geen perfecte score gekregen op de 19 meetpunten van Equileap. Wat kan er beter?

„Gelijkheid in het strategische management. Van die toplaag van 250 mensen was tien jaar geleden 17 procent vrouw, nu 30 procent. Dat moet naar 50 procent, en met een sneller tempo dan tot nu toe. Een van onze methodes is het aanbieden van trainingen en opleidingen, zodat vrouwen op kwaliteit omhoogkomen.”

Dat is allemaal niet gratis. Wat zeggen jullie aandeelhouders daarvan?

„Die zijn er blij mee. Veel aandeelhouders, zoals pensioenfondsen, investeren graag in bedrijven met een sterk ethisch beleid. Bovendien zijn we ervan overtuigd dat diversiteit goed is voor onze financiële resultaten. En het simpelweg essentieel om jong talent binnen te halen. De huidige generatie twintigers wil iets goeds doen in de wereld, ook via hun werk.”

En andere vormen van diversiteit?

„We kijken ook naar sociale achtergrond en gehandicapten. Bij L'Oréal werken inmiddels 1.000 mensen met een beperking. Dat aantal willen we de komende jaren verdubbelen.”

Waarom zou je actief mensen met een beperking gaan werven?

„Omdat ook zij een afspiegeling zijn van onze klanten. Bovendien, het kan iedereen gebeuren: mocht jij in een rolstoel terecht komen, dan wil je toch ook nog een uitdagende baan? „