

Jaguar x Têtu, une collaboration inattendue pour faire avancer la diversité et l'inclusion en entreprise

A l'automne 2023, Jaguar et le magazine Têtu s'associaient dans le cadre d'un "Creative Lab", un dispositif qui a permis à trois jeunes artistes "queer" de bénéficier du soutien de mentors issus du monde de la mode, de la 3D et de la photographie... Un partenariat qui dénote dans le monde de l'automobile, d'ordinaire plutôt discret sur les sujets d'inclusion et de diversité, mais qui s'inscrit pleinement dans la volonté de réinvention de Jaguar.

Temps de lecture : minute

13 décembre 2023

« Avec [têtu.connect](#), notre branche BtoB, nous accompagnons une quarantaine d'entreprises dans leur transformation en matière d'inclusion et de diversité. Pour cela, nous réalisons beaucoup de sensibilisation en interne, mais plus rarement des opérations de communication en dehors des entreprises », explique Hamid Hassani, le Directeur Général du [magazine Têtu](#), relancé en 2018 autour d'un modèle économique faisant la part belle aux diversifications comme [têtu.connect](#).

Une rencontre au bon moment

Le DG du titre emblématique de la presse LGBTQ+ s'est donc montré positivement surpris lorsque François Dossa, le directeur exécutif chargé de la stratégie et du développement durable de JLR (Jaguar Land Rover), lui a proposé de monter une opération de communication commune. « On

n'attend pas forcément Têtu et Jaguar dans un projet commun », reconnaît-il lui-même. Mais il évoque “une vraie rencontre”, arrivée à un bon moment : la marque britannique, propriété de l'indien Tata Motors depuis 2008, a en effet entrepris de repenser totalement son positionnement, dans le cadre d'un plan stratégique baptisé “Reimagine”.

Un partenariat co-construit

« Nous sommes en train de vivre la réinvention de la marque : nous la repositionnons sur le segment de l'ultra-luxe, avec une gamme 100 % électrique, dont les nouveaux modèles seront livrés en 2025. Pour le faire savoir, nous avons besoin de partenaires qui comprennent nos ambitions et partagent nos valeurs », explique François Dossa.

Avec Têtu, le partenariat a été “co-construit” pour aboutir à la mise en place d'un “Creative Lab”, un dispositif de mentoring ouvert à trois jeunes artistes LGBTQIA+ issus du monde de la mode, de la 3D et de la photographie. Ceux-ci ont été accueillis du 16 au 27 octobre 2023 au Wonder, une résidence pour artistes à Bobigny en Seine-Saint-Denis. Trois œuvres ont ensuite été révélées lors d'un vernissage, le 2 novembre. Tout cela dans un contexte délicat pour Têtu, puisque sa maison-mère, I/O Media était placée le 12 octobre en redressement judiciaire pour une durée de six mois.

Une marque légitime sur ces sujets

Pour autant, associer une marque média alternative et engagée à un constructeur automobile ne présente-t-il pas un risque de “pinkwashing” ? Chez Têtu, la question a vite été évacuée : *« L'automobile est un milieu très masculin, assez conservateur. L'association avec un média LGBT+ pourrait paraître décalée. Mais Jaguar était déjà actif en Grande-Bretagne, avec le média Attitude et la marque nous a semblé légitime pour prendre la parole sur ces sujets », souligne Hamid Hassani.*

Des quotas en interne

Et ce, d'autant plus que les prises de paroles de la marque font échos à des engagements pris en interne en faveur de la diversité et de l'inclusion, depuis 2016 : « *notre industrie doit se transformer et l'une des armes pour cela, c'est l'équité, l'inclusion et la diversité* », estime François Dossa, qui détaille : « *c'est un enjeu de management : en tant que dirigeant, vous pouvez décider ou non d'être inclusif. Chez JLR, nous avons mis en place des quotas : nous visons 30 % de femmes dans le management à horizon 2026 - contre 16 % aujourd'hui - et 15 % de représentants de la diversité - contre moins de 10 % actuellement.* »

Un exemple qui pourrait inspirer plus largement ? C'est en tout cas le vœu d'Hamid Hassani : « *dans des secteurs comme l'automobile, les DRH nous disent qu'ils ont besoin que quelqu'un fasse le premier pas, avant de pouvoir à leur tour prendre la parole sur les sujets de diversité et d'inclusion. J'ose espérer que d'autres constructeurs suivront le mouvement initié par Jaguar.* »



À lire aussi

LGBTQ+ : une inclusion qui peine à faire son chemin en

entreprise



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Benoit Zante