

# KATIA DAYAN, FÉE ÉMANCIPATRICE



Fondatrice et directrice des Papillons de Jour, première agence française de communication adaptée, Katia Dayan, 55 ans, déploie ses ailes de communicante pour délivrer le handicap d'un postulat d'incompétence dont on l'affuble encore. Trois mille pointures du business la soutiennent aujourd'hui dans sa croisade.

TEXTE : *Laura Cordin*



**Elle veut sortir de leur chrysalide** ces personnes qu'une faiblesse physique ou mentale jette dans la fosse des amoindris de l'existence. Leur ouvrir la porte de la liberté, substituer à cette condescendance qui s'imprime sur leur statut de personne fragile une reconnaissance qui les fera accéder au stade de personne comme les autres. Les Papillons de Jour se détachent en cela d'un monde associatif certes très précieux, mais souvent plus enclin à secourir qu'à promouvoir. Katia Dayan est une pionnière. Elle a élevé ses quatre enfants toute seule – âgés de 27 à 33 ans... on peine à croire qu'ils aient une mère aussi jeune – et a forcé la porte de grands groupes où elle s'est déployée en autodidacte. C'est en 2010 qu'elle crée son agence, devenant cette fée émancipatrice des victimes du préjugé qui

## LES PAPILLONS DE JOUR SE DÉPLOIENT

- **3 agences** : Rouen (fondée en 2010), Boulogne (2015), Ajaccio (2019).
- **25 salariés.**
- **3 000 clients**, parmi lesquels Club Med, Allianz, oot Locker, Sodexo, immy Choo, TF1, Renault, Etam, Société Générale, Calzedonia...
- **Plate-forme de recrutement Atlas Jobs** : – 40 000 offres pour 10 000 candidats. – 5 % d'inscriptions par jour.

## LES PAPILLONS DE JOUR S'ENGAGENT

- « **Pour** » la zéro différence entre personnes valides et celles en situation de handicap.
- « **Contre** » l'idée d'un télétravail pouvant se substituer au contact humain de l'entreprise. Aucun des salariés ne souhaite réitérer cette expérience vécue lors du premier confinement.

lance des ponts entre les entreprises et les personnes en situation de handicap. Un vrai défi dans cet univers de la com qui ne fait pas de cadeau... Justement, c'est ce qu'elle veut : pas de cadeau, mais une reconnaissance de leur aptitude à s'affranchir d'un point faible – diabète, sclérose en plaques, dyslexie –, lequel, une fois identifié, les laisse en situation de concourir à égalité avec des salariés dits standard. « *En quoi une maladie auto-immune ou un fauteuil roulant peuvent-ils nuire à un excellent profil de directeur financier ?* » demande Katia Dayan. Les campagnes de pub de cette agence, dont 80 % de salariés sont handicapés, mordent dans le concret d'un problème

## « LES PAPILLONS DE JOUR ONT SU PARLER, AVEC DIX ANS D'AVANCE, DE NOTRE SOCIÉTÉ DE DEMAIN »

qui va au-delà de la promotion de déesses du handisport, qui, sur leurs jambes de robot, enflamment les stades de leurs prouesses athlétiques. « *80 % des personnes en situation de handicap souffrent d'un handicap invisible* », insiste Katia. Une différence qui, aujourd'hui encore, entame leurs chances d'accéder au marché du travail : le taux de chômage est le double de celui des personnes ne souffrant d'aucun handicap. Et les Papillons de Jour d'insuffler de subtiles campagnes de sensibilisation internes et externes, reprises en leur nom par des grands groupes de mode et des médias. Avec l'ambition, pour sa dirigeante, de voir la France combler son retard sur certains de ses voisins européens. L'agence s'active à booster les embauches de ses profils. Une plate-forme de recrutement, Atlas Jobs, délibérément ouverte à tous – y compris, donc, aux personnes 100 % valides –, détecte et recommande ces profils propres à enrichir les entreprises. « *J'ai créé de nombreuses passerelles vers l'emploi, notamment au sein des équipes de TF1 ou de Canal+*, observe la fondatrice. *Un salarié qui fait un excellent boulot chez nous peut ensuite rejoindre d'autres boîtes.* » Tel est son business-modèle : promouvoir ce « zéro différence », synonyme de traitement égalitaire des personnes ; mettre en valeur leurs « plus », propres à enrichir un staff, lequel, au départ, ne voyait en eux que des « moins ». Outre leur (désormais indispensable) engagement en faveur de l'économie durable, les entreprises s'intéressent de près à cette empreinte, dans les gènes de leurs marques, de valeurs propres à drainer de jeunes talents aujourd'hui volatiles et exigeants. « *Les Papillons de Jour ont su parler, avec dix ans d'avance, de notre société de demain*, assure Katia Dayan. *Ce sont les jeunes qui, aujourd'hui, choisissent leur entreprise. Un choix qui ne se fait plus sur un salaire ou un plan de carrière, mais au regard de valeurs qui leur correspondent.* » Une évolution... révolutionnaire. ■