

Just brew it:

100 Coffees for Inclusion at the International Trade Centre

Inclusion fatigue? Have some coffee!
How we stimulated diversity discussions at the International Trade Centre by talking to 100 employees.

Hannah Reinl and Matthew Wilson*

At the Caribbean region's recent musical celebration of the UN's 75th Anniversary, Barbadian superstar Rihanna said 'Diversity is not a weakness!'

Today we have to see diversity within the workplace positioned as a source of strength. Whether as a response to a growing evidence base that links workplace diversity and inclusion with improved organizational performance or to larger societal movements, such as Me Too, Pride celebrations or Black Lives Matter, the case for a diverse and inclusive work environment is gaining traction. The United Nations, as a microcosm of our larger world, must also reflect this.

At the International Trade Centre (ITC) we have developed an ambitious roadmap for gender equality, diversity and inclusion. Over the past years, we have strengthened organizational policies, accountability mechanisms and capacity development. These measures did not always translate into a qualitative change in organizational culture.

The term "inclusion fatigue", which refers to the subtle to overt resistance against diversity and inclusion (D&I) practices, has since become indicative of this gap. We understood that to move the needle forward to have the inclusive organizational culture at ITC we want and deserve, we would have to adopt a more creative approach. The idea for "100 Coffees for Inclusion" was born.

The initiative, developed in collaboration with ITC's Innovation Lab and the ITC Inclusion Group, was launched in August 2020. It aims to increase staff engagement with D&I topics and identify the root causes of inclusion fatigue by creating a direct feedback loop with ITC employees. Over the course of two months, 100 randomly selected ITC employees are matched with D&I focal points and senior leaders for individual, 30 minute coffee conversations. As we come to the close of the challenge, the overall sense is that ITC has walked the talk for diversity and inclusion but that there is always room for improvement.

Here are the five key lessons learned:

**Drinking coffee for inclusion:
Matthew Wilson and Hannah Reinl.**

It's as much about the process as it is about the goal

The 100-coffee-initiative allowed us to collect rich data, which will inform future organizational activities and a long-term capacity development plan. Many conversations, for instance, zoomed in on the need to better leverage geographic diversity and the importance of not shying away from difficult conversations around race and negative stereotyping. Encouraging a relationship of genuine inquiry and active listening has fostered a culture of trust and empathy. Staff engagement with D&I topics rose to new levels.

Leadership matters- on every level

The majority of employees we talked with looked to the top for direction on organizational culture and practices. Championing diversity and inclusion at the highest level remains key in shaping ITC's working environment. Yet, transformative change calls for individual agency and leadership on every organizational level. During our coffee conversations, most people were quick to assign D&I responsibilities to senior managers, but organizational messaging must shift towards emphasizing that D&I is a responsibility that is shared by all of us.

A one-size-fits-all-approach won't do

The 100 coffee format proved successful because it offered a customized response to employees' personal levels of engagement, knowledge and awareness. This could, for instance, translate into tailored initiatives that cater to different target audiences – from

senior management training to male engagement approaches, from formal staff talks to informal brainstorming sessions. The more diversified the portfolio of D&I activities, the more it allows for organizational agility to address emerging needs.

Leaning into resistance, embracing discomfort

We realized that "inclusion fatigue" stems from many places. Getting a handle on these issues requires ongoing organizational effort towards participation and dialogue as well as a shift in mind-set. Difficult conversations are uncomfortable, but they are also indicators of a workplace that prizes open dialogue and wants to provide a safe space free from harassment, bullying, and gas lighting. When approached with curiosity and empathy, these conversations can serve as important sign posts towards lasting organizational change.

Just do (brew?) it

Ultimately, every workplace will have to navigate its own organizational complexities in creating – and sustaining- a momentum for inclusion. But just get the conversation started – one coffee at a time. We have started this dialogue at ITC through a bottom up process of innovation, sharing and collaboration. You can too. ▀

* Hannah Reindl is a Gender Consultant at the International Trade Centre. Matthew Wilson is Chief Adviser and Chef de Cabinet to the Executive Director of the International Trade Centre.

PUBLIREPORTAGE

REY Group Hotels & Residence

« Genève doit préserver sa tradition d'accueil »

Contrairement à nombre d'hôteliers genevois, Christian et Xavier Rey, dirigeants du groupe familial, ont choisi de maintenir leurs cinq établissements 3 étoiles et 3 étoiles supérieures ouverts durant cette pandémie. Ces entrepreneurs genevois et suisse ont conscience qu'une ville sans moyen d'accueil se met en situation précaire. Avec un regard toujours orienté vers l'avenir, cette nouvelle situation, ou il est à constater que le rôle des hôtels doit lui aussi évoluer, permet au Groupe Rey de présenter des services inédits à leurs hôtes.

« Rey group existe depuis environ 60 ans, il a été créé par mon père, Othmar Rey, et depuis nous l'avons continuellement fait grandir et évoluer. Nous avons toujours eu un lien fort avec les organisations internationales à Genève et nous avons toujours eu à cœur d'accueillir leurs délégués et visiteurs en gardant à l'esprit notre devise « Home away from home ». Cette devise qui résonne dans chacun de nos gestes est aussi la colonne vertébrale de nos établissements puisque nos hôtels et résidences à Genève offrent

plus qu'une simple chambre d'hôtel. En effet, les chambres de taille généreuse pour un hôtel de centre ville (plus de 25 m²) permettent aux visiteurs de se sentir chez eux. Ce sentiment est d'autant plus favorisé grâce aux petites cuisines qui équipent toutes nos chambres, aux lieux de vies privés et sereins comme le « Jasmin Garden », magnifique jardin en terrasse, ou encore notre espace « Le Pesage », où chaque table, dans une atmosphère cosy est à l'abri dans son boxe... rappel original de l'esprit équestre qui anime les passions de la famille REY. Une arrivée dans un nouveau lieu s'avère toujours être un peu troublante. Grâce à l'accueil personnalisé réservé à chacun de nos hôtes dès leur premier pas dans l'hôtel, cette sensation d'inconnu s'estompe et un sentiment de retour à la maison vous gagne. Pour les voyageurs qui travaillent avec les organisations internationales, notre **hôtel Drake Longchamp situé 7 rue Butini, 1202 Genève, à seulement 5 minutes des Nations Unies**, propose un logement de qualité avec une situation idéale. Nos 156 chambres, réparties en 3 catégories trouvent réponse



À gauche, Christian Rey, président et Xavier, CEO du groupe familial.

à toutes les attentes des besoins des organisations internationales, que ce soit pour des longs séjours, des séjours plus courts, ou des séjours plus VIP.

Mais ce n'est pas tout. Si La réputation de la qualité et la sécurité élevée des hôtels Suisse n'est plus à faire, nous la maintenons en innovant pour le bien-être de nos hôtes. Ainsi pour conserver la tradition d'accueil Genevoise, nous nous sommes adaptés à la situation en développant de nouveaux protocoles

pour protéger nos clients et nos collaborateurs. Pour exemple, nous produisons nos propres solutions désinfectantes, 100 % écologique et biodégradable.

L'hôtellerie en 2020 doit plus que jamais s'adapter et se montrer flexible pour continuer de répondre à sa mission première, accueillir nos hôtes, qu'ils soient, locaux, régionaux, nationaux ou internationaux. C'est ainsi que REY GROUP continue de travailler pour envisager le futur de notre industrie hôtelière. »



REY HÔTELS & RÉSIDENCES
GENÈVE

Rey Group hotels & residence
7 rue Butini | 1202 Genève | +41 (0)22 731 53 40
info@reygroup.ch | www.reygroup.com