

Racisme, sexisme... Remixt sensibilise les entreprises à l'inclusion et la diversité

À cheval entre la sensibilisation et le diagnostic, la startup propose aux entreprises de se saisir des grands sujets d'inclusion et de diversité en interne.

15 juillet 2021

80% des dirigeants d'entreprises et des DRH considèrent que la diversité est un avantage compétitif, et 57% des 18-34 ans estiment que leur société devrait accroître la diversité et l'inclusion sur leur lieu de travail, selon une étude menée par Deloitte. Si les mentalités évoluent et les entreprises comprennent l'importance de se saisir du sujet, elles ne savent souvent pas comment procéder concrètement. Dans ce cadre, plusieurs startups naissent pour accompagner les dirigeants et services de ressources humaines à agir pour l'inclusion et la diversité. Créée en juillet 2019, Remixt propose une offre de sensibilisation et de diagnostic aux entreprises, sur des sujets aussi divers que le handicap, l'homophobie, le sexisme, le racisme, l'âge, mais aussi sur le télétravail, le congé second parent ou encore la sobriété carbone.

Quiz, vidéos et sondages

" Notre projet est né d'un constat : si les sujets de diversité et d'inclusion explosent dans la sphère professionnelle, ils sont souvent adressés aux femmes, et perçus comme des moments de sermons, explique Maxime Ruszniewski, cofondateur de la plateforme Remixt. Nous voulions développer une solution qui se destine au plus grand nombre, et qui se construise sur un autre ton. " Comment ? Grâce à plusieurs parcours réalisables en 10 minutes, mêlant quiz, mémos et vidéos ludiques et humoristiques pour sensibiliser les salarié·e·s, qui se connectent de manière anonyme.

" Au croisement de Silex and the City et Caméra Café ", comme aiment à les définir les fondateurs de Remixt, les vidéos de sensibilisation de la plateforme misent sur l'humour pour susciter l'intérêt et " être accessible à n'importe quel niveau d'étude et de connaissance du sujet " :

<https://www.youtube.com/watch?v=igPBAbbspBg>

À cette première démarche s'ajoute un second service, qui consiste à intégrer un outil de sondage et d'expression libre des salarié·e·s pour établir un diagnostic à l'instant T basé sur le ressenti et les témoignages des employé·e·s en interne. " *On ne peut plus se contenter de prêcher la bonne parole, il faut créer des process plus horizontaux, pour ne plus seulement dire qu'on est 'pour' l'inclusion, mais agir vraiment*, insiste Patrice Bonfy, cofondateur de Remixt. *C'est d'ailleurs la plus-value de notre plateforme par rapport à nos concurrents.* " La plateforme délivre ensuite aux RH et dirigeant·e·s deux comptes-rendus : un sur les questions fermées posées aux salariés, et un autre sur les questions ouvertes, à partir desquelles est constituée une synthèse, afin d'identifier les problématiques précises, les secteurs à prioriser et les actions à mettre en place au sein de l'entreprise.

Des clients comme la RATP, Natixis et Crédit Mutuel

La startup, qui dit s'adresser aux entreprises entre 50 et 50 000 salarié·e·s, compte déjà de très grandes entreprises clientes, comme le groupe RATP, Natixis et Crédit Mutuel Arkea, mais aussi de plus petites structures comme OhBibi et Welink. Ses accompagnements appliquent une " *politique de prix attractive* ", sans préciser le montant des services proposés. L'initiative, dont Fleur Pellerin est la marraine, a reçu le soutien d'Elisabeth Moreno, ministre chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances. Dans une lettre de soutien que Maddyness a pu consulter, cette dernière a écrit : " *votre plateforme [...] est un outil utile et nécessaire pour le monde du travail qui doit suivre l'évolution de notre société* ".



À lire aussi

Dominique Crochu, gardienne de la mixité en entreprise

Remixt s'apprête à lancer une campagne nationale de sensibilisation aux stéréotypes de genre

dans les startups, soutenue par la French Tech dont l'entreprise a remporté un appel à projets. Concrètement, Remixt commencera par sensibiliser six startups - dont OpenClassrooms, OhBibi, Welink et Klaxoon. Contre 10 000 euros, ces jeunes pousses bénéficieront de trois campagnes de sensibilisation et de diagnostic sur le sexisme, les questions LGBT+ et le congé second parent, opérées par Remixt. L'objectif est ensuite de déployer une plateforme publique de sensibilisation, agrégeant les données récoltées lors de ces campagnes, pour diffuser les bonnes pratiques et informations à tout l'écosystème tech français. " *Ce projet devrait nous permettre de mettre en place un baromètre sur la question des stéréotypes de genre dans les startups d'ici fin 2021* ", conclut Maxime Ruzniewski.



[S'inscrire gratuitement](#)

Article écrit par Heloïse Pons