

Pacte IDEA, le nouveau collectif anti-discriminations de l'écosystème Tech

Annoncé ce 24 novembre à Station F, le collectif rassemble des entreprises qui veulent s'engager autour d'actions mesurables et s'entraider à travers le partage de bonnes pratiques en matière d'inclusion.

Temps de lecture : minute

24 novembre 2021

41% des personnes actives en France déclarent avoir été victimes d'au moins un propos ou comportement sexiste, homophobe, raciste, lié à l'état de santé, au handicap ou à la religion au travail, selon la dernière étude du Défenseur des droits, en 2020. " *En matière de diversité et d'inclusion, certaines entreprises du CAC40 et grandes banques sont plus en avance que notre écosystème, et les startups sont globalement en retard sur ces questions*, se désole Pierre Lion, Chief Growth Officer de Mangopay, à l'initiative du Pacte IDEA. *Dans ce milieu, on se vante d'être disruptif et innovant à tout bout de champ, il n'est pas normal qu'on soit à la traîne sur ces problématiques.* "

Seulement, le problème des startups repose sur la petite taille de leur structure. " *Ces entreprises n'ont souvent pas d'équipe RH ni de personne dédiée pour faire avancer ces sujets, elles manquent de temps et de salariés pour s'en occuper* ", poursuit-il. C'est de ce constat qu'est né le collectif baptisé Pacte IDEA - pour inclusion, diversité, équité et accessibilité - un rassemblement des bonnes volontés de DRH de l'écosystème Tech pour s'entraider dans la transformation de leurs pratiques via la mise en place d'actions concrètes. " *Puisque chaque*

entreprise n'a pas les ressources et les moyens à elle seule, le rassemblement de personnes formées à ces sujets nous semble être la meilleure option ", détaille Pierre Lion.

7 mesures concrètes

Élaboré par une vingtaine d'entreprises de la Tech, comme Leetchi & Mangopay, Station F, Ornikar, Cheerz, Worldia ou Worklife, le collectif va orienter ses actions autour de sept mesures actionnables et mesurables :

- Sensibiliser sur l'importance de la diversité et de l'inclusion,
- Piloter la diversité de l'entreprise en la mesurant et en fixant des objectifs,
- Former les managers et les équipes aux bonnes pratiques,
- Mettre en place un dispositif d'alertes internes pour prévenir les comportements inappropriés,
- Instaurer le recrutement par les compétences afin de toucher des personnes d'horizons différents,
- Créer des parcours de recrutement non discriminants, communiqués aux candidats dès leur sélection,
- Construire un système de rémunération équitable dans l'entreprise.

" En tant que responsables RH, nous pouvons et nous avons le devoir d'agir pour garantir dans les faits le bien-être des collaborateurs au sein de nos sociétés respectives, ajoute Lucie Liu, Human Resources Lead de Station F et membre du Pacte IDEA, par voie de communiqué. Le Pacte IDEA nous permet d'unir nos forces sur ce vaste sujet, qui peut être complexe à aborder quand on doit construire des fondements sans avoir de modèle ".

Lutter contre ses biais

" L'écosystème startups rassemble surtout des hommes blancs, il y existe donc forcément des mécaniques biaisées, insiste Pierre Lion. Le premier travail consiste à faire reconnaître à toute entreprise signataire du pacte qu'elles ont des biais contre lesquelles elles s'engagent à lutter. Les startups comprennent de plus en plus que c'est un vrai enjeu pour générer de la croissance, fidéliser et recruter des talents aujourd'hui, face à des Facebook ou des Google très actifs et attractifs sur ces questions. "

L'information et le partage de bonnes pratiques sera un axe clé du fonctionnement de cette entité, annoncée ce 24 novembre à Station F, en présence de Cédric O, secrétaire d'État chargé de la transition numérique.

" Ce soutien de Cédric O est majeur, on ne voulait pas forcément que ce soit la Ministre à l'égalité entre les femmes et les hommes, Elisabeth Moreno, qui soit là parce qu'il s'agit bel et bien du secteur de l'économie numérique dans son ensemble qui doit accompagner et prendre vraiment en main ces sujets ", conclut Pierre Lion. " On n'est pas dans une logique marketing en montant un énième label pour montrer qu'on fait des choses extraordinaires, au contraire, on rassemble nos forces pour acter qu'il y a beaucoup de chemin à faire et fédérer les bonnes volontés à travers des actions concrètes et mesurables. "



À lire aussi

Diversité : « Il faut passer des intentions aux engagements concrets »

Article écrit par Heloïse Pons