

Gamino veut changer le regard sur le handicap en entreprise grâce à ses modules en ligne

Gamino vise à transformer la vision et la compréhension de la situation des personnes en situation de handicap au sein des entreprises au travers d'activités digitales. La startup vient de recevoir le prix Impact Next Innov by Banque Populaire Val de France, lors de la 1re édition régionalisée de ce prix, créé il y a 7 ans au niveau du groupe BPCE.

Temps de lecture : minute

24 avril 2024

En France, le premier motif de discrimination à l'embauche est celui du handicap. C'est en accompagnant les entreprises sur cette thématique que Séverine Hassler rencontre des difficultés à les sensibiliser : manque de temps des collaborateurs, distance, télétravail... Elle décide alors de fonder Gamino pour proposer des activités digitales conçues pour immerger les participants dans le quotidien des personnes en situation de handicap. La plateforme vient de recevoir le prix Impact Next Innov by Banque Populaire Val de France, lors de la 1re édition régionalisée de ce prix.

« Un jour ou l'autre, chacun d'entre nous sera directement ou indirectement touché par le handicap. Et la meilleure manière de sensibiliser et de mieux comprendre la réalité quotidienne des personnes en situation de handicap est de se mettre à leur place », explique Severine Hassler, fondatrice et présidente de Gamino. « Avec Gamino, des activités courtes sont conçues pour avoir un impact et susciter l'intérêt des collaborateurs à mieux comprendre la vie quotidienne des

personnes dyslexiques, sourdes, malvoyantes... Cela permet également aux personnes concernées de réaliser que leur entreprise s'engage en faveur du handicap et les encourage à se déclarer, en libérant la parole. »

Des modules à compléter facilement, n'importe quand dans la journée

Grâce à sa plateforme, Gamino permet aux entreprises de sensibiliser leurs collaborateurs à distance, en autonomie et sans matériel, sur des sujets liés au handicap. Réalisable en 5 à 10 minutes, chaque formation est composée d'une activité permettant de se mettre dans la peau d'une personne handicapée (cécité, dyslexie, surdité...), d'informations complémentaires et de conseils.

En souscrivant un abonnement annuel, les ressources humaines disposent de crédits à accorder à leurs salariés pour accéder à la formation, mais également de statistiques quant à l'usage de la plateforme. Ce dispositif permet de toucher un public plus large que les initiatives en présentiel qui, par essence, sont limitées.

« Alors que la réalité virtuelle ou les ateliers en présentiel sont super pour comprendre la réalité quotidienne des personnes handicapées, ils n'atteignent pas un large public », rappelle la fondatrice de Gamino. « En revanche, grâce au digital, Gamino permet de sensibiliser 4 à 6 fois plus de collaborateurs. Les modules, d'une durée de seulement 5 à 10 minutes, peuvent être réalisés dans le métro, pendant la pause déjeuner, ou même le soir avec les enfants. »

De nouvelles thématiques au-delà du handicap

A partir de 20 salariés, chaque entreprise doit avoir 6 % de personnes en

situation de handicap au sein de son effectif, sous peine de devoir verser une somme de plusieurs milliers d'euros à l'URSSAF. Or, un dossier de travailleur handicapé sur deux n'est jamais transmis à l'employeur, de peur du jugement des autres, du licenciement ou des commentaires. L'utilisation de la plateforme libère la parole autour du handicap, et incite les travailleurs handicapés à se manifester. L'entreprise fait donc également des économies : d'une part, les travailleurs handicapés qui se manifestent réduisent mécaniquement le prix de la contribution versée à l'URSSAF, et d'autre part, le coût des actions de sensibilisation menées avec Gamino se déduit de cette contribution.

La jeune pousse, qui accompagne plus de 90 clients comme Accor, KPMG ou Le Bon Coin, et a sensibilisé plus de 400.000 collaborateurs, vient de remporter le prix Impact Next Innov by Banque Populaire Val de France, lors de la 1re édition régionalisée de ce prix, créé il y a 7 ans au niveau du groupe BPCE. Elle souhaite continuer à se développer en automatisant ses processus internes et en élargissant ses thématiques de sensibilisation au-delà du handicap (sexisme, religion, LGBTQIA+...) dès le plus jeune âge, en collaborant avec des pédiatres, enseignants et le ministère de l'Education Nationale.

« De nombreuses innovations de notre vie quotidienne ont été initialement conçues pour répondre aux besoins des personnes en situation de handicap, telles que la télécommande, les lunettes de soleil, voire même la dictée automatique des téléphones », conclut Séverine Hassler, fondatrice et présidente de Gamino. « Le Prix NextInnov de la Banque Populaire Val de France, qui me soutenait déjà dans mon activité, offre une opportunité supplémentaire à Gamino de sensibiliser davantage de personnes en augmentant notre visibilité. »



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maddyness avec Banque Populaire Val de France