



AFL DIVERSITY
La différence est une force



LISTE DES INITIATIVES NOMMÉES



GRAND PRIX

DIVERSITÉ & INCLUSION

2025

UN ÉVÉNEMENT FONDÉ PAR :



AFL DIVERSITY
La différence est une force

AVEC LE SOUTIEN DE





CATÉGORIE



ASSOCIATION OU
FONDATION

8 Mars ! La Puissance du Lien



Liens d'avenir : inclusion professionnelle

Liens d'avenir : inclusion professionnelle par Programme de mentorat : personnalisé favorisant l'inclusion professionnelle de femmes issues de milieux sous-représentés, grâce à un accompagnement humain, des binômes engagés et un réseau d'entraide intergénérationnel et interculturel.

Année de création de l'initiative : 2023

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

égalité femmes-hommes • handicap • LGBTQ+ •
origine sociale et culturelle • multi-générationnel

Nombre de salariés en France : 2

Nombre de bénévoles en France : 156

Nombre d'adhérents en France : 220



Décrivez l'activité de votre organisation

Notre Vision est La promotion de l'égalité des genres, le rapprochement intergénérationnel et la synergie des territoires sont les piliers de notre engagement. Chaque individu, quelle que soit son origine culturelle ou sociale, son âge, son genre ou son lieu d'habitation, est en mesure d'apporter une contribution précieuse à l'édification d'une société plus équitable, plus résiliente et plus désirable. Notre Mission est Renforcer les relations entre les personnes de tous âges sur tout le territoire français, en valorisant leur diversité et leur richesse individuelle. Inspirer et transmettre à travers les rencontres. Célébrer la variété des rôles modèles. Dans un monde où les défis se multiplient et se complexifient, nous croyons profondément que c'est dans le lien humain, l'altruisme et la solidarité que réside notre plus grande force.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

500 femmes âgées majoritairement de 25 à 35 ans, issues à 80 % des départements franciliens populaires (75, 92, 93, 94, 95), ont été mentorées par 514 professionnels engagés, dont une majorité de femmes. 75 % déclarent un gain de confiance et de posture.

Ce programme crée des ponts entre générations, milieux sociaux et territoires invisibilisés, révélant les talents de demain.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

L'initiative « Liens d'avenir » est née d'un constat de terrain : de nombreuses femmes, notamment issues des territoires ultramarins, des quartiers populaires ou en situation de précarité, restent invisibles dans le monde professionnel. Sans réseau, ni reconnaissance, ni modèles auxquels s'identifier, elles se heurtent à des discriminations systémiques – sociales, territoriales, de genre ou d'origine.

Dans un contexte d'inégalités d'accès à l'emploi, de défiance envers les parcours classiques et de tensions autour de l'inclusion, La Puissance du Lien a choisi une réponse profondément humaine, ancrée dans l'entraide, la transmission et l'inspiration.

Notre objectif : répondre à une urgence sociale par une solution concrète et à échelle humaine, en recréant du lien et en révélant des potentiels trop longtemps ignorés.

Ce projet s'inscrit dans une dynamique sociétale plus large : quête de sens, de justice sociale, de diversité. Pensé comme une alternative souple aux politiques publiques ou démarches RSE trop éloignées du terrain, il crée de vraies rencontres.

En 2026, nous ambitionnons de dupliquer notre modèle bourse + mentorat dans trois régions ou secteurs prioritaires, avec des partenaires publics et privés.

Ce projet répond pleinement aux objectifs du Prix AFL Diversity en réconciliant inclusion, ancrage territorial et innovation citoyenne.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Cette initiative s'adresse aux femmes issues des territoires ultramarins, quartiers populaires ou zones rurales, étudiantes, entrepreneuses, en reconversion ou victimes d'inégalités systémiques. Souvent sans réseau, ni reconnaissance, elles sont confrontées à l'auto-censure, à la sous-représentation dans certains secteurs (comme les STEM) et aux discriminations.

« Liens d'avenir » répond directement aux objectifs du Prix AFL Diversity : territorialité, innovation sociale et co-construction. Ancré dans les réalités locales, ce programme propose un mentorat humain, intergénérationnel et multiculturel. Il est co-construit avec les participantes, les associations de terrain, les entreprises et les collectivités. Dans un même lieu, nous faisons dialoguer toutes les diversités – sociales, culturelles et professionnelles – pour créer des passerelles durables entre les mondes.

Décrivez l'initiative

« Liens d'avenir » est un programme de mentorat professionnel sur mesure lancé en 2023 par La Puissance du Lien, destiné à accompagner les femmes issues de milieux sous-représentés dans leur insertion ou reconversion professionnelle. Ce projet repose sur une conviction simple : le lien humain est un puissant levier d'inclusion, de confiance et d'émancipation.

Le programme s'articule autour de binômes mentor/mentorée formés manuellement via un questionnaire de personnalité et de parcours. Chaque cycle dure six mois et propose un accompagnement structuré : webinaire d'introduction (30 min), ateliers de développement de soft skills, séances de coaching collectif, participation à des événements professionnels et accès à une communauté active via des groupes WhatsApp dédiés. Une base de données interne permet de suivre les parcours et les évolutions.

Depuis 2023, plus de 1 000 personnes ont été accompagnées, 513 binômes formés, représentant plus de 3 000 heures de mentorat. Certaines mentorées sont devenues mentores à leur tour, illustrant le cycle d'engagement et de transmission que nous avons su instaurer.

En 2024, une bourse d'excellence dédiée aux femmes en STEM (étudiantes, entrepreneuses, femmes en reconversion) a été lancée avec la Fondation Siemens, intégrant mentorat et accompagnement individuel.

Le projet a été soutenu par de nombreux partenaires privés et institutionnels : Siemens, Sanofi, L'Oréal, Comet, Fédération des Coachs Île-de-France, etc. Il repose sur un modèle reproductible et adaptable, que nous souhaitons aujourd'hui étendre à d'autres secteurs et territoires.

En 2026, nous ambitionnons de dupliquer notre modèle bourse + mentorat dans trois régions ou secteurs prioritaires, avec des partenaires publics et privés.

Bilan et résultats

Depuis son lancement en 2023, le programme a démontré un impact concret et mesurable sur l'inclusion professionnelle des femmes accompagnées.

Résultats quantitatifs :

- 513 binômes mentor/mentorée formés en 3 ans, grâce à un matching humain et rigoureux
- Plus de 1 000 personnes accompagnées directement via le programme
- Plus de 3 000 heures de mentorat réalisées, à travers des échanges individuels, ateliers et événements collectifs
- 12 bourses attribuées à partir de 2025 à des femmes dans les STEM, chacune accompagnée par un mentor

Résultats qualitatifs :

- 75 % des mentorées déclarent une amélioration significative de leur confiance en elles, de leur posture professionnelle et de leur capacité à se projeter dans un avenir professionnel stable
- Plusieurs bénéficiaires ont accédé à un emploi, une formation qualifiante ou lancé leur propre projet entrepreneurial.
- Une dynamique vertueuse s'est mise en place : certaines mentorées de 2023 sont aujourd'hui devenues mentores, démontrant l'effet de transmission et la solidité du réseau créé
- Un véritable sentiment d'appartenance est né, renforcé par les espaces d'échange (groupes WhatsApp, rencontres physiques, webinaires, événements publics)

Reconnaissance et potentiel :

Le modèle a suscité l'intérêt de plusieurs entreprises partenaires qui envisagent de reproduire le dispositif bourse + mentorat dans leur propre stratégie RSE.

1 exemple concrète: Eva Ngalle, par exemple, a créé Tie3r, une application pour lutter contre les violences sexistes. Nous l'avons mise en relation avec Sonia, sa mentore, qui a publié un post sur LinkedIn devenu viral. Cette visibilité a permis à Eva de lever des fonds, de structurer son projet et de le faire connaître à grande échelle.

Ce bilan prouve qu'un programme fondé sur l'empathie et le lien peut durablement changer des parcours.

Nombre de personnes touchées directement	
Janvier – Juin 2025	24
2024	15
2023	20
2022	13
Année de création	13
Nombre de personnes touchées indirectement	
Depuis la création de l'initiative	4 889 75 % des mentorées déclarent une amélioration de leur confiance en elles et de leur posture professionnelle. Parmi elles, plusieurs ont accédé à un emploi, une formation ou ont lancé un projet entrepreneurial. Le programme a permis la formation de 513 binômes, représentant plus de 3 000 heures de mentorat. Certaines anciennes mentorées sont devenues mentores à leur tour, renforçant un cycle vertueux d'engagement. Le taux de satisfaction des participantes dépasse 85 %, et les partenaires souhaitent répliquer le modèle dans leur politique d'inclusion.

Quel a été l'impact de l'initiative ?

75 % des mentorées déclarent une amélioration de leur confiance en elles et de leur posture professionnelle.

Parmi elles, plusieurs ont accédé à un emploi, une formation ou ont lancé un projet entrepreneurial. Le programme a permis la formation de 513 binômes, représentant plus de 3 000 heures de mentorat. Certaines anciennes mentorées sont devenues mentores à leur tour, renforçant un cycle vertueux d'engagement. Le taux de satisfaction des participantes dépasse 85 %, et les partenaires souhaitent répliquer le modèle dans leur politique d'inclusion.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Une approche inclusive, fondée sur le lien humain, conçue par et pour des femmes exclues des réseaux traditionnels. Méthodologie mêlant leadership, transmission, écoute et sororité. Forte attention aux territoires oubliés et aux voix invisibilisées. Équipe à 90 % féminine et diverse. Nous répondons aux critères de territorialité, d'innovation sociale et de co-construction. Nos événements allient mixité sociale ET culturelle comme nul autre.

Pour en savoir plus

- <https://www.lapuisancedulien.org/>

DIVERSIDAYS

DIVERSIDAYS

Uniques

Uniques est le 1er évènement grand public dédié à l'égalité des chances en France. Une expérience immersive qui valorise les solutions, célèbre les talents invisibilisés, connecte aux opportunités et fait bouger les lignes pour une société plus juste, inclusive et représentative.

Année de création de l'initiative : 2025

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

égalité femmes-hommes • handicap • LGBT+ •
origine sociale et culturelle • multi-générationnel

Nombre de salariés en France : 17



Décrivez l'activité de votre organisation

Diversidays est une association d'intérêt général qui agit pour l'égalité des chances en France dans les secteurs du numérique, de l'entrepreneuriat et de l'emploi. Elle accompagne les talents issus de toutes les diversités grâce à des programmes d'inclusion innovants et des événements inspirants.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Uniques est le 1^{er} évènement grand public dédié à l'égalité des chances. Il révèle les talents trop souvent ignorés, redonne confiance à celles et ceux qui doutent, et crée des ponts concrets vers l'emploi et la représentation. En 2025 : 175 000 personnes mobilisées, 25 000 à Paris, 80 entreprises recruteuses, 5 000 offres proposées. Une initiative ambitieuse qui fait avancer l'inclusion de manière visible, collective et durable.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

L'initiative Uniques est née d'un constat partagé par de nombreux acteurs engagés : malgré les discours en faveur de l'égalité des chances, les inégalités systémiques persistent, et de nombreux talents restent invisibilisés ou exclus des réseaux d'opportunités. Jeunes des quartiers populaires ou des zones rurales, femmes éloignées de l'emploi, personnes en situation de handicap, LGBTQIA+, personnes racisées : autant de publics qui, malgré leurs compétences, peinent à accéder à l'emploi, à la représentation ou à l'accompagnement adapté.

Dans un contexte de fortes tensions sociales, d'inégalités renforcées par la crise sanitaire, et de besoins de transformation du monde professionnel, Uniques a été conçu comme une réponse ambitieuse et collective. C'est un projet qui vise à décroisser les mondes, à créer des ponts concrets entre les invisibles et les décideurs, et à rendre l'inclusion désirable, visible et accessible.

Porté par une stratégie d'intérêt général, Uniques s'inscrit aussi dans les tendances actuelles de mobilisation des entreprises autour de leur raison d'être, de leur impact sociétal et de leur politique RSE. Il répond à un besoin fort exprimé par les publics accompagnés, les associations de terrain et les entreprises partenaires : celui de se retrouver, d'agir ensemble, et de faire bouger durablement les lignes.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Uniques s'adresse aux publics sous-représentés dans les sphères de l'emploi, de l'entrepreneuriat, de la culture et de la décision. Le projet cible en priorité :

- les jeunes issus de quartiers populaires ou de zones rurales,
- les personnes en situation de handicap,
- les femmes éloignées de l'emploi ou victimes de discriminations,
- les personnes racisées, issues de l'immigration ou de la diversité culturelle,
- les personnes LGBTQIA+,
- les personnes réfugiées ou en parcours d'intégration.

Ces publics partagent un point commun : des talents souvent invisibilisés, et des freins persistants à l'accès aux opportunités, aux réseaux ou à la représentation. Uniques leur offre un espace pour s'exprimer, se projeter, rencontrer des acteurs engagés et reprendre confiance, dans un cadre bienveillant, inclusif et stimulant.

Décrivez l'initiative

Uniques est le premier évènement grand public entièrement dédié à l'égalité des chances. Conçu comme une expérience immersive, inclusive et festive, il vise à valoriser les talents souvent invisibilisés et à connecter les publics éloignés de l'emploi ou de la représentation aux réseaux, aux opportunités et aux rôles modèles.

Pendant plusieurs jours et partout en France, Uniques rassemble des milliers de participant·e·s autour d'un parcours structuré : coaching express, simulations d'entretien, orientation professionnelle, découverte de métiers, stands associatifs, rencontres avec des entreprises engagées, performances artistiques et talks inspirants. L'évènement propose également des espaces thématiques (emploi, tech, culture, santé, engagement, transition...) pour favoriser la découverte, l'échange et la montée en confiance.

Le projet repose sur une forte dynamique collective. Il est porté par une association d'intérêt général et soutenu par de nombreux partenaires publics et privés, parmi lesquels : France Travail, AXA, PwC, Google, BNP Paribas, MAIF, APEC, AGEFIPH et de nombreuses structures associatives.

Les moyens mobilisés sont à la fois humains (une équipe projet dédiée, des bénévoles, des coaches, des recruteurs), matériels (scénographie immersive, équipements logistiques) et la mobilisation d'entreprises, d'institutions, d'acteurs de terrain).

Bilan et résultats

L'édition 2024 de Uniques a eu un impact majeur à l'échelle nationale, avec 1 200 évènements organisés partout en France et 175 000 participant·e·s mobilisé·e·s.

L'évènement central à Paris a accueilli plus de 25 000 personnes, dont 54,9 % de femmes et 45 % d'hommes et près de 6 % de participant·e·s en situation de handicap (déclaratif). Côté situation professionnelle, plus de 60% des personnes étaient en recherche d'emploi, près de 15% étaient étudiants ou en recherche de formation, et 11,4 % salarié·e·s, illustrant une forte représentation des publics éloignés du marché du travail.

Le parcours Job Booster a offert du coaching, des simulations d'entretien, de l'orientation et des rencontres professionnelles. 80 entreprises recruteuses étaient présentes à Paris, proposant plus de 5 000 offres d'emploi concrètes. Le village associatif et les pavillons thématiques ont permis la rencontre avec des acteurs engagés autour de l'emploi, de la tech, de la culture, de l'engagement ou de la transition.

Les retours montrent une très forte adhésion avec 97 % de satisfaction chez les participants, qui sont repartis reboostés et inspirés. Uniques a démontré sa capacité à connecter des talents invisibilisés à des opportunités concrètes, tout en créant une dynamique collective puissante autour de l'inclusion.

Nombre de personnes touchées directement		
Janvier – Juin 2025	175 000	<p>Entre 2025, l'initiative Uniques a touché plus de 175 000 personnes à travers la France.</p> <p>175 000 participant·e·s mobilisé·e·s via 1 200 événements organisés dans toutes les régions, dont une majorité issue de publics sous-représentés : jeunes des quartiers populaires, personnes en recherche d'emploi, femmes éloignées de l'emploi, personnes en situation de handicap, etc.</p> <p>Lors de l'évènement central à Paris, plus de 25 000 personnes ont participé, dont 54,9 % de femmes, 45 % d'hommes et 6 % de personnes en situation de handicap (RQTH).</p> <p>Parmi ces participant·e·s :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 221 personnes en recherche d'emploi • 3 872 en recherche de formation et étudiant·e·s • 1 101 entrepreneur·e·s <p>80 entreprises recruteuses mobilisées avec 5 000 offres d'emploi proposées, et plusieurs centaines de mises en relation réalisées via le parcours Job Booster (coaching, photo pro, simulation d'entretien).</p> <p>Plus largement, des milliers de personnes ont été sensibilisées à l'égalité des chances, à la diversité et à l'inclusion via les talks, performances et pavillons thématiques.</p> <p>Uniques agit concrètement pour faire tomber les barrières systémiques et reconnecter les invisibles aux opportunités.</p>
Nombre de personnes touchées indirectement		
Depuis la création de l'initiative		<p>Uniques a mobilisés et sensibilisés 175 000 personnes de manière directe, à travers la France</p> <p>Indirectement, via une communication très diffuse et impactante sur les réseaux sociaux, lors de passage télévisés à heure de grande antenne ou encore via ses nombreuses retombées presses</p>

Quel a été l'impact de l'initiative ?

La mesure d'impact complète sera disponible et envoyée d'ici fin d'été.

Uniques a profondément marqué les participant·e·s, en redonnant confiance, légitimité et envie d'agir. Tous et toutes repartent avec une image d'eux-mêmes transformée, des perspectives concrètes et le sentiment d'être enfin visibles. Les retours montrent une très forte adhésion avec 97 % de satisfaction qui sont repartis reboostés et inspirés. Côté partenaires, l'initiative a suscité un engagement très fort, en mobilisant entreprises et associations dans une démarche collective, humaine et ambitieuse. Elle est perçue comme un levier concret pour faire avancer l'inclusion tout en créant une dynamique collective.

En quoi cette initiative est-elle innovante ?

Uniques est une innovation sociale qui décroïsonne les mondes : un évènement inclusif où publics invisibilisés, entreprises et institutions agissent ensemble.

Il combine accompagnement, représentation et recrutement, tout en faisant émerger 10 recommandations sur les sujets d'inclusion et d'égalité des chances, issues de la société civile pour les porter aux plus hautes instances de l'État. Une approche inédite à la fois concrète, collective et politique.

Pour en savoir plus

- <https://diversidays.com/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=7Azl5iSjrlw>

Association Radio KALON



Actions d'inclusion radio

Le projet «Actions d'inclusion radio» porté par RADIO KALON consiste en l'animation d'ateliers radio animés pour/et par ; des publics vulnérables (personnes porteuses de handicap, sdf, migrants, jeunes déscolarisés, seniors isolés, patients dans des hôpitaux...).

Année de création de l'initiative : 2020

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

égalité femmes-hommes • handicap • LGBT+ •
origine sociale et culturelle • multi-générationnel
Autre : ateliers radio touchant des sdf, migrants, jeunes déscolarisés, seniors isolés, patients dans les hôpitaux...

Nombre de salariés en France : 2

Nombre de salariés dans le monde : 2



Décrivez l'activité de votre organisation

Kalon signifie cœur, courage en Breton.

Radio KALON est une radio, association reconnue d'intérêt général, dont la finalité est l'insertion sociale et professionnelle de publics démunis en Bretagne. Née de l'idée d'associer radio associative et entreprise d'insertion, Radio Kalon participe à l'insertion sociale et professionnelle de publics divers à travers des ateliers radio, des émissions radio, des reportages, des témoignages.... La radio est animée au quotidien par les personnes bénéficiaires et est à destination du grand public.

L'outil radio est donc un moyen d'insérer socialement et professionnellement des personnes qui ont (ou ont eu) un parcours de vie difficile. (personnes porteuses de handicap, sdf, migrants, jeunes déscolarisés, séniors isolés, patients dans les hôpitaux...).

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Radio KALON est une radio association reconnue d'intérêt général - dont la finalité est d'inclure les publics vulnérables par l'outil radio.

Par des émissions, des ateliers radio, Radio KALON aide des publics vulnérables issus de structures sociales/médico-sociales à libérer la parole, reprendre confiance en eux, gérer leurs émotions et pour certain(e)s retrouver une formation professionnelle et un emploi. Parmi ceux/celle-ci, certain(e)s veulent aller plus loin avec la radio et deviennent bénévoles à la radio, voire salariés de la radio ! Radio KALON , c'est la radio du COEUR et du COURAGE !

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Les actions d'inclusion de Radio KALON ont été créées suite à une étude de faisabilité établie auprès d'un panel de 55 professionnels du secteur social et de la radio. L'étude de faisabilité a révélé des résultats positifs, en faveur d'actions d'inclusion radio et que le support radio était un outil/support innovant afin de pallier aux problèmes d'insertion sociale et professionnelle de publics vulnérables.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Le public cible (des bénéficiaires des ateliers radio/émissions radio) est très large et divers :

- des personnes sans domicile fixe
- des migrants
- des personnes en situation de handicap
- des jeunes déscolarisés
- des séniors isolés
- des patients dans les hôpitaux... (accueil de jour, services en addictologie...)
- des aidants
- des personnes en Travaux d'Intérêt Général

Leurs émissions radio sont ensuite diffusées à la radio et le public des auditeurs/rices qui écoutent ses émissions est celui du Grand Public.

Décrivez l'initiative

Radio KALON propose des ateliers/émissions radio animés par des publics "vulnérables"..

Objectifs de Radio KALON :

- Créer des emplois au sein de la radio
- Promouvoir de belles initiatives sur le territoire
- Proposer des émissions au contenu divers et varié (tout en sortant les bénéficiaires de leur environnement habituel)

Les impacts de la Radio KALON :

La radio est un outil d'insertion avec un impact social double :

- Pour les bénéficiaires : cela les aide à reprendre confiance en eux, à libérer la parole, à travailler l'expression écrite et orale, être dans une dynamique de groupe/projet, travailler en équipe, utiliser un support ludique, être créatif, apprendre à gérer leurs émotions (gestion du temps, du stress..), faciliter le retour à la formation professionnelle et à l'emploi....
- Pour les auditeurs/le grand public : cela encourage des comportements sociaux, divertit, fait découvrir les conditions de vie de publics peu (ou mal) médiatisés, diffuse des bonnes pratiques, aide d'autres auditeurs eux-mêmes en difficulté.

Equipe :

Deux professionnels et des bénévoles issus du secteur de la radio associative et du secteur social et médico-social composent l'équipe. La volonté et la cohérence de l'association est de fédérer autour de la radio des personnes issues du secteur social et/ou médico-social, de l'éducation et des personnes issues du secteur radiophonique.

Les partenaires :

Les partenaires sont des structures du secteur social et médico-social. Avec environ 80% de son activité dans le Morbihan et 20% en Côtes d'Armor et Finistère/Ille et Vilaine, nous poursuivons nos partenariats avec les structures sociales mais aussi culturelles, sportives, de formation..... Ces structures sont nos prescripteurs de groupes de bénéficiaires et le contenu est défini en concertation avec elles.

Bilan et résultats

En 2024, voici les résultats :

- Nombres d'émissions faites avec des structures sociales/médico-sociales/associations/autres structures : 130
- Fréquence des émissions récurrentes : 33 émissions (hebdo ou bi-mensuelles) + 2 reportages (hebdo)
- Nombres de salariés : 2
- Nombres de bénéficiaires (donc formés à la radio) : Plus de 300 par an
- Nombres d'intervenants : Plus de 500 au cours de l'année, au moins une centaine de structures touchées par an (associations....)
- Nombres de structures partenaires : 18
- Nombres de bénévoles (mix de tous les publics) : 25
- Nombres de stagiaires /service civiques/personnes en Travaux d'Intérêt général (TIG) : 1 stage/1 service civique/ 1 TIG

Publics touchés : aidants mineurs association JADE, résidents en foyer de personnes en situation de handicap, jeunes en service civique Association Petits Débrouillards+ étudiants Université Bretagne Sud, adultes isolés et en difficulté association Les Cuisiniers Solidaires,

En fin d'année 2024, l'accent a été mis sur la confirmation de l'emploi à travers l'embauche de Julien en CDI (après un contrat de professionnalisation) en qualité d'animateur radio – son émission quotidienne « La Matinale » a permis d'interviewer de nombreuses associations et dresser des portraits de publics vulnérables, en plus de chroniques diverses.

Enfin, les bénévoles de la radio sont mélangés au travers des événements auxquels Radio KALON participe (au moins 20 événements extérieurs chaque année (festivals, salons....) - la notion d'équipe est forte pour que chacun(e) soit soutenu(e).

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin
2025

Nombres d'émissions faites avec des structures sociales/médico-sociales/associations/autres structures : 130
Fréquence des émissions récurrentes : 33 émissions (hebdo ou bi-mensuelles) + 2 reportages (hebdo)
Nombres de salariés : 2
Nombres de bénéficiaires (donc formés à la radio) : Au moins 100
Nombres d'intervenants : Plus de 250, au moins une cinquantaine de structures touchées (associations....)
Nombres de structures partenaires : 18
Nombres de bénévoles (mix de tous les publics) : 30
Nombres de stagiaires /service civiques/personnes en Travaux d'Intérêt général (TIG) : 2 en stage/ 3 en TIG

Publics touchés : seniors du CCAS de Belz, résidents du foyer de personnes en situation de handicap d'Auray (Foyer Kerudo), migrants apprenants en Français de l'association du CLEAS (partout sur le Morbihan et Finistère), élèves en école primaire de Vannes, publics vulnérables divers en Italie (festival droits de l'homme Milan + Albergo della Tarrauga Genova)...

Nombre de collaborateurs touchés directement en France	
2024	<p>Nombres d'émissions faites avec des structures sociales/médico-sociales/associations/autres structures : 130 Fréquence des émissions récurrentes : 33 émissions (hebdo ou bi-mensuelles) + 2 reportages (hebdo) Nombres de salariés : 2 Nombres de bénéficiaires (donc formés à la radio) : Plus de 300 par an Nombres d'intervenants : Plus de 500 au cours de l'année, au moins une centaine de structures touchées par an (associations....) Nombres de structures partenaires : 18 Nombres de bénévoles (mix de tous les publics) : 25 Nombres de stagiaires /service civiques/personnes en Travaux d'Intérêt général (TIG) : 1 stage/1 service civique/ 1 TIG</p> <p>Publics touchés : aidants mineurs association JADE, résidents en foyer de personnes en situation de handicap, jeunes en service civique Association Petits Débrouillards+ étudiants Université Bretagne Sud, adultes isolés et en difficulté association Les Cuisiniers Solidaires,</p> <p>En fin d'année 2024, l'accent a été mis sur la confirmation de l'emploi à travers l'embauche de Julien en CDI (après un contrat de professionnalisation) en qualité d'animateur radio – son émission quotidienne « La Matinale » a permis d'interviewer de nombreuses associations et dresser des portraits de publics vulnérables, en plus de chroniques diverses.</p>
2023	<p>Nombres d'émissions : 130 Fréquence des émissions récurrentes : 28 émissions (hebdo ou bi-mensuelles) + 2 reportages (hebdo) Nombres de salariés : 2 Nombres de bénéficiaires (formés à la radio) : Plus de 300 par an Nombres d'intervenants : Plus de 500 au cours de l'année, au moins une centaine de structures touchées par an (associations....) Nombres de structures partenaires : 17 Nombres de bénévoles : 22 Nombres de stagiaires /service civiques : 1</p> <p>Publics touchés : jeunes en Mission Locale (Auray et Vannes), patients hôpitaux-accueil de jour-services en addictologie Fondation Bon Sauveur Bégard, adultes en situation de handicap DGA St Avé et au foyer Kerudo à Auray, jeunes en formation à la MFR de Loudéac, travailleurs en insertion à l'association Vannes Relais, adultes en difficulté/isolés Cuisiniers Solidaires...</p>
2022	<p>Nombres d'émissions : 130 Fréquence des émissions récurrentes : 28 émissions (hebdo ou bi-mensuelles)+ 2 reportages (hebdo) Nombres de salariés : 2 Nombres de bénéficiaires (formés à la radio) : Plus de 160 par an Nombres d'intervenants : Plus de 300 au cours de l'année, au moins une centaine de structures touchées par an (associations....) Nombres de structures partenaires : 17 Nombres de bénévoles : 15 Nombres de stagiaires /service civiques : 2</p> <p>Publics touchés : patients hôpitaux-accueil de jour-services en addictologie Fondation Bon Sauveur Bégard, jeunes volontaires de l'EPIDE 22 Lanrodec, jeunes en Mission Locale (Auray et Vannes), adultes en situation de handicap au foyer Kerdonis (Vannes) et au DGA de St Avé et au foyer Kerudo à Auray, travailleurs en insertion Association Intermédiaire Vannes Relais, adultes en difficulté Cuisiniers Solidaires...</p>
Année de création	<p>L'association Radio KALON a été créée en mars 2018 puis mise en sommeil jusqu'en octobre 2019. (période durant laquelle son créateur et responsable a été directeur d'une autre Radio) Entre décembre 2019 et fin mai 2020, l'activité radio se traduit par : -8 émissions de radio ont été faites (7 avec les Compagnons d'EMMAUS Vannes et 1 avec les volontaires de l'EPIDE 22 Lanrodec) -5 reportages radio (Communauté EMMAUS Vannes, Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement, Salon du Tatouage et de la BD au Chorus Vannes, Journée des femmes à Vannes, Capitainerie de Vannes) -2 radios partenaires nous ont permis de produire et diffuser les émissions/reportages. -12 Bénéficiaires touchés (7 Emmaus Vannes + 5 Epide 22) et 5 Bénévoles</p>

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France	
Depuis la création de l'initiative	<p>Au Total</p> <ul style="list-style-type: none"> - en interne au moins une centaine de bénévoles et salariés (personnes en situation de handicap, sdf, migrants, jeunes déscolarisés, personnes en travaux d'intérêt général...) - plus d'une centaine d'étudiants (IUT Vannes, Université Bretagne Sud, ESUP Vannes,) + au moins 25 jeunes participants au projet Européen PODCAST INC ((former des jeunes locaux et migrants à devenir journalistes citoyens , projet aux côtés de ShareRadio Milano (ITALIE) et AMAM Radio (MALTE)).
Nombre de personnes externes touchées en France	
Depuis la création de l'initiative	<p>Au Total au moins 3000 personnes touchées ; personnes interviewées à la radio, en extérieur sur des événements (salon du chocolat, salon du bien-être, festivals en France et à l'étranger, interview musicales... + actions de communication/remise de prix - au moins 8 prix récoltés auprès de plus de Fondations (Fondation Francis LEFEBVRE, Fondation AG2R LA MONDIALE, Fondation BPGO, CREDIT AGRICOLE... depuis 2022.</p>

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Nous avons un taux de satisfaction global très satisfaisant via les retours des questionnaires de satisfaction des bénéficiaires de nos ateliers radio (supérieur à 80%) et une mixité sociale ainsi qu'une parité femmes/hommes au sein de notre équipe.

Nous sommes 2 salariés à ce jour (dont 1 personne avec 1 RQTH)

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Etre à la fois radio associative et entreprise d'insertion c'est une innovation ! D'autre part, l'outil radio est très peu utilisé comme un instrument d'insertion, par rapport à des activités plus traditionnelles d'insertion comme le maraichage, les espaces verts, le conditionnement.....La radio permet d'être ludique, créatif, moyen d'expression social, aide d'autres auditeurs/rices en difficulté et est thérapeutique !

Pour en savoir plus

- <https://radiokalon.com/>

Donner des Elles à la Santé



Donner des Elles à la Santé mobilise acteurs de terrain et institutions contre les discriminations et les VSS à l'hôpital, pour que les femmes médecins et leurs collègues soignants exercent leur métier dans un environnement égalitaire, apaisé où le pouvoir est partagé.

Année de création de l'initiative : 2020

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • multi-générationnel

Nombre de salariés en France : 1

Nombre de bénévoles en France : 30

Nombre d'adhérents en France : 200



Décrivez l'activité de votre organisation

Donner des Elles œuvre pour soutenir les femmes médecins dans leur accès aux postes à responsabilité, lutter contre les discriminations et les violences sexistes et sexuelles, casser les silos, installer le mentart et alerter l'opinion sur la réalité de la situation à l'hôpital en France.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Le baromètre IPSOS est la colonne vertébrale structurante de notre action. Il nous permet d'opposer des chiffres concrets aux opposants, de montrer que le problème est réel et que le vécu des femmes médecins s'améliore trop lentement. Le fait de créer une telle communauté - les femmes médecins n'ont pas du tout la culture du réseau - permet aussi de casser les silos et de créer de la solidarité: le mentorat concrétise cela. Enfin la communication est clé et Donner des Elles médiatise ses actions systématiquement. Notre page LinkedIn a dépassé les 10 000 abonnés cette année !

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Donner des Elles à la Santé est née en 2020 de la rencontre entre deux femmes, profondément engagées dans l'égalité des femmes et des hommes dans le monde de la santé, mais aussi dans la société dans son ensemble : Géraldine Pignot, Chirurgienne & Présidente de l'association à sa création et Emmanuelle Quilès, alors Présidente de Janssen France.

Leur constat est sans appel : malgré une nette féminisation médicale, il y a encore trop peu de femmes à des postes à responsabilité dans le monde de la santé (de 60% sur les bancs de la faculté, elles ne sont plus que 20% Professeurs des Universités - Praticiens Hospitaliers et 15% de Doyennes de faculté). Pourtant, la mixité est un facteur de cohésion et d'innovation, les entreprises du secteur de la santé en témoignent (Janssen devenu depuis J&J a 60% de femmes à son Comex depuis 2015).

Donner des Elles à la Santé s'engage pour mobiliser tous les acteurs de la santé vers un changement de culture et d'organisation, davantage d'égalité et moins de discriminations de genre, afin que le monde de la Santé s'enrichisse de cette diversité.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Donner des Elles soutient les femmes médecins à l'hôpital, pour qui les postes à responsabilité sont difficiles à obtenir, les parcours de carrière de parcours du combattant, la culture carabine entretenant stéréotypes et discriminations, voire violences et agressions.

Pour sensibiliser ces femmes et plus largement le public, Donner des Elles publie chaque année un baromètre avec IPSOS, qui donne un état des lieux de l'hôpital sur des sujets comme accès aux responsabilités et visibilité des femmes, discriminations de genre, maternité et parentalité, satisfaction au travail.

En 2025, nous avons rajouté des questions sur la santé mentale. Elles étaient 87% à se sentir discriminées en 2020, elles sont encore 78% cette année avec un impact santé mentale pour 25% d'entre elles : la situation bouge TRES lentement. Medias, institutions, syndicats, ministères : tous sont avec nous et nous soutiennent.

Plus de 100 établissements ont déjà signé la charté Egalité proposée par Donner des Elles.

Décrivez l'initiative

Grâce au baromètre IPSOS Donner des Elles que nous publions chaque année, nous nous appuyons sur un outil tangible qui décrit concrètement la réalité vécue par les médecins à l'hôpital.

Cela nous a permis d'alerter l'opinion et les politiques dès 2020. A travers de nombreuses prises de paroles, la publication de tribunes d'opinion reprises dans les grands journaux nationaux, la mise en place de notre site internet et de nos pages linkedin et instagram, la visibilité de notre action a augmenté. Les politiques et les institutions nous ont emboité le pas; lors de notre premier colloque en novembre 2022, 3 ministres sont venus!

Et depuis, nous élargissons le cercle. Nous discutons avec les syndicats d'étudiants, d'internes. Nous avons lancé un programme de mentorat avec 50 personnes sur la première vague d'implémentation. Nous allons nous rapprocher des infirmiers. Plus de 100 établissements dans toute la France ont signé notre Charte, ainsi que 2 ARS.

Cette année, nous célébrons nos 5 ans d'existence, l'occasion là encore de partager notre ambition pour les 5 ans à venir: fin des VSS grâce à des barèmes de sanctions, améliorations des parcours universitaires, accélération du mentorat, et, pourquoi pas, internationalisation ? Nous ne lâchons rien.

Bilan et résultats

Baromètre : Aujourd'hui, à l'hôpital, 78% des femmes médecins déclarent s'être senties discriminées du fait de leur sexe au cours de leur carrière professionnelle, contre 87% lors de la création de ce baromètre, en 2020. Et la proportion de femmes dénonçant des comportements de discrimination ou de violence sexuelle progresse, avec 53% des femmes ayant déjà vécu au moins une situation de harcèlement moral, sexuel ou une agression sexuelle, soit une femme sur deux au cours de l'année écoulée. Malgré l'émergence de #MetoHopital en avril dernier, la prise de conscience collective liée à ce mouvement reste limitée aux yeux des médecins et force est de constater que les chiffres de ce baromètre demeurent préoccupants, alors que la conscientisation du sujet semble enfin derrière nous.

Presse : via interviews et tribunes d'opinion. Parution dans les Echos le 20/05/2025 (9 millions de lecteurs par mois)

Réseaux sociaux : nous avons franchi les 10 000 abonnés en 2025

Ateliers : un atelier 3 fois par an, 50 participants à chaque fois en moyenne.

Afterworks : pour animer en région, rencontres organisées par les établissements pour présenter Donner des Elles aux équipes médicales

Colloques : un colloque tous les 2 ans, le dernier en 2024 a rassemblé 200 personnes à l'HEGP.

Nombre de personnes touchées directement	
Janvier – Juin 2025	13 membres du Bureau, 30 dans le bureau élargi pour agir aussi en région, plus de 10 000 personnes qui nous suivent sur LinkedIn, Plus de 100 établissements signataires 200 adhérents (individus et établissements)
2024	En 2024, d'après le baromètre, l'association était connue de 21% des médecins hospitaliers. Pour info, en 2024 il y avait 48 000 praticiens hospitaliers en exercice. L'association touche donc environ 10 000 d'entre eux.
2023	En 2023, l'association était déjà connue de 16% des médecins hospitaliers, après 2 années de médiatisation suite au lancement.
2022	En 2022, 1 médecin hospitalier sur 2 se disait prêt soit à rejoindre une association comme Donner des Elles, soit à lancer une démarche pour l'égalité dans son hôpital.
Année de création	L'année de la création, nous avons lancé via une web émission de 90 mn avec le soutien d'Unicancer, de la FHF, de la région Ile de France, de l'INSERM et de J&J. C'était très important d'avoir déjà un certain nombre d'institutions en soutien. Le premier baromètre IPSOS et sa médiatisation ont fait le reste, mais il reste difficile de donner un chiffre précis. La première tribune d'opinion, parue au même moment dans le JDD, a touché 190 000 lecteurs. Et l'ensemble de la médiatisation en année 1 (print et web) représente un lectorat de plusieurs millions de personnes.
Nombre de personnes touchées indirectement	
Depuis la création de l'initiative	Très difficile à établir avec justesse. Sans doute plusieurs millions de personnes entre la couverture médiatique, les réseaux sociaux avec un bon taux d'engagement, nos actions clés (colloques, ateliers, afterworks...).

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Le meilleur indicateur de l'impact, c'est lors du 1er colloque, 3 ministres (Santé, FP et Droits des Femmes) se sont invités pour introduire les travaux... Du jamais vu : nous avions à peine 2 ans d'existence!

Et ça continue: pour nos 5 ans, c'est le Ministère de la Santé qui nous accueille. Avec plusieurs membres du gouvernement et du Parlement présents ou représentés.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Ce projet est innovant en ce qu'il permet à l'hôpital de s'appuyer sur le savoir-faire de ceux qui ont déjà entrepris avec succès une démarche en faveur de la mixité.

Les établissements gagnent du temps, les réseaux s'ouvrent, c'est un cercle de transmission vertueux qui s'appuie et se nourrit d'un constat incontestable, réalisé chaque année avec le savoir-faire d'IPSOS.aveur he en faveur de la mixité.

Pour en savoir plus

- <https://donnerdeselles.org/>
- https://www.youtube.com/watch?v=ENAc7S_MJuA

PTCE

Vivre Les Mureaux



Vivre les Mureaux – Diversité en action

Le PTCE Vivre Les Mureaux agit pour une ville inclusive : il fédère acteurs du territoire pour accompagner vers l'emploi, révéler les talents et valoriser la diversité. Son initiative Muriotœuf incarne cette dynamique : locale, solidaire, pédagogique et symbolique.

Année de création de l'initiative : 2017

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • origine sociale et culturelle • multi-générationnel

Nombre de salariés en France : 8

Nombre de bénévoles en France : 120

Nombre d'adhérents en France : 111



Décrivez l'activité de votre organisation

Le PTCE Vivre Les Mureaux est un collectif territorial qui rassemble associations, entreprises, collectivités et citoyens pour agir en faveur de l'inclusion, de l'emploi et du vivre-ensemble. Il structure des alliances locales et des projets innovants au service d'un territoire plus solidaire et coopératif.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Le PTCE Vivre Les Mureaux transforme un territoire stigmatisé en modèle de coopération inclusive. En 7 ans, il a accompagné plus de 12 000 personnes vers l'emploi, l'entrepreneuriat, le lien social ou l'action citoyenne. Il mobilise une équipe et un écosystème diversifiés autour de projets comme Muriotœuf, qui valorise la richesse des différences. Une initiative pionnière, ancrée localement et duplicable.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

L'initiative portée par le PTCE Vivre Les Mureaux est née d'un double constat : un fort taux de chômage, en particulier des jeunes issus des quartiers prioritaires, et une diversité culturelle très riche... mais fragmentée. Malgré la présence de grands groupes industriels (aéronautique, énergie), le territoire des Mureaux reste profondément marqué par un déficit d'image, un taux de pauvreté élevé, des discriminations à l'embauche et un cloisonnement entre les communautés.

Face à ces enjeux, le PTCE a été créé pour bâtir une ville inclusive, coopérative et solidaire, en misant sur la diversité comme ressource et non comme frein. Il s'agit de transformer les obstacles en leviers d'action : décrochage scolaire en découverte de talents, pluralité culturelle en source d'échange, méfiance sociale en coopération concrète.

Le PTCE a donc structuré ses actions autour de l'accès à l'emploi, la valorisation des talents locaux, la lutte contre les discriminations et la création de récits collectifs positifs. L'initiative Muriotœuf en est une incarnation forte : produire localement un objet porteur de sens – un œuf naturellement coloré – pour sensibiliser à l'inclusion, fédérer des publics divers, transmettre des messages de respect, tout en intégrant les habitants à une dynamique économique locale.

Quel est le public cible de cette initiative ?

L'initiative s'adresse en priorité aux personnes éloignées de l'emploi issues des quartiers populaires, en particulier les jeunes, les femmes, les personnes issues de la diversité culturelle, les personnes en reconversion ou en situation de précarité professionnelle. Elle mobilise aussi des publics en insertion, des entrepreneurs de l'ESS, des bénévoles et des habitants engagés..

La démarche valorise notamment les compétences des personnes souvent invisibilisées, leur richesse culturelle, leurs savoirs ou talents inexploités. Elle intègre également un public intergénérationnel et interconvictionnel, avec une attention particulière portée à l'égalité femmes-hommes, à la mixité sociale et à la revalorisation des trajectoires de vie.

Enfin, l'initiative fédère autour d'elles les entreprises locales, les acteurs publics, les associations et citoyens, dans une logique d'inclusion collective par l'action.

Décrivez l'initiative

Le PTCE Vivre Les Mureaux est une initiative citoyenne née en 2017 (association créé en 2018) pour transformer une ville stigmatisée en un territoire pilote de coopération locale. Son ambition : améliorer la qualité de vie, favoriser la joie de vivre ensemble, valoriser la diversité comme richesse, et créer les conditions économiques de la réussite pour chacun, jusqu'à tendre vers le plein emploi local, avec une visée duplicable en France et à l'international.

L'initiative repose sur quatre axes structurants :

- 1) Insertion et entrepreneuriat (Travailler) : espaces de coworking, boutique test, formations métiers, accompagnement à la création d'entreprise, coaching personnalisé et mise en relation directe avec les employeurs...
- 2) Valorisation de la diversité (Vivre ensemble) : jardins partagés, concerts, médiation animale, rencontres interculturelles, événements citoyens et outils de dialogue entre convictions.
- 3) Tourisme expérientiel (Visiter et rencontrer) : valorisation des talents et cultures locales à travers des expériences immersives et solidaires.
- 4) Expérimentation territoriale (Le LAB) : en lien avec Le RAMEAU et France Tiers-Lieux, co-construction de solutions avec habitants, associations, entreprises et institutions.

Exemple emblématique : Muriotœuf, microproduction d'œufs naturellement colorés, distribués dans des écrans pédagogiques. Ce projet fédère habitants, enfants, écoles, restaurateurs (dont Cazaudehore) et donateurs autour d'un objet à fort message symbolique.

"Différents à l'extérieur, identiques à l'intérieur" : tel est le slogan de Muriotœuf, qui célèbre la diversité culturelle, la richesse du vivant et la tolérance.

Le PTCE s'appuie sur une équipe elle-même diverse (3 femmes, 5 hommes, 5 nationalités, convictions variées) et sur un réseau de plus de 100 part.

Bilan et résultats

En 7 ans, le PTCE Vivre Les Mureaux est devenu un acteur de référence pour l'inclusion et la coopération territoriale. Il a mobilisé plus de 12 000 bénéficiaires directs à travers ses 4 axes d'action.

Côté emploi et inclusion, le PTCE a :

- Accompagné 235 jeunes via 100 Chances 100 Emplois, en lien avec 124 collaborateurs d'entreprise, avec un taux de sortie positive supérieur à 56 %.
- Formé 143 porteurs de projets via le Booster, avec 71 entreprises créées.
- Expérimenté des parcours métiers innovants dans la soudure (Welding Zone) et le bâtiment (GEEKs), totalisant 18 300 heures de formation en 2024, avec un taux de sortie supérieure à la moyenne nationale.

Côté vivre ensemble, le PTCE a :

- Mobilisé des milliers de participants lors de la Balade de la Lumière (jusqu'à 650/an), Journées interculturelles, concerts Jubiléo, Bible-Coran, etc.
- Animé 69 rencontres VLM Connexion, facilitant plus de 1 600 connexions entre habitants et acteurs locaux.

Côté innovation sociale, le PTCE est cité comme modèle académique par HEC Paris. Il a reçu la visite d'Emmanuel Macron, Elisabeth Borne et Yaël Braun-Pivet, qui ont salué son impact territorial.

Projets phares : Indian Forest, Extratypik, Académie des Pluriels, Muriotœuf – tous issus du parcours Booster, désormais ancrés localement.

Reconnaissance : Mentionné dans des publications du RAMEAU, de France Tiers Lieux, d'HEC, et partenaire du programme national Start-Up de Territoire.

Nombre de personnes touchées directement

Janvier – Juin
2025

3 490

✔ Bénéficiaires directs – Janvier à juin 2025 (avec distinction entre personnes différentes et participations cumulées lorsque pertinent)

Environ 3 490 personnes ont été directement touchées par l'initiative du PTCE sur les six premiers mois de 2025.

TRAVAILLER

- 100 Chances 100 Emplois : 20 jeunes accompagnés
- VLM Connexion : 60 participants différents
- ➡ Sous-total Travailler : 80 personnes différentes

VIVRE ENSEMBLE

• Berger Urbain : ≈ 1 800 rencontres directes (15 personnes × 5 jours × 24 sem.), notamment dans les quartiers prioritaires – actions d'apaisement, inclusion et dialogue avec balades thématiques fréquents comme celle emploi (chômeurs + recruteurs).

→ Il s'agit de participations, non de personnes différentes.

• Jardinage (adultes) : 92 personnes différentes, incluant bénévoles et salariés d'entreprise

• Jardinage (enfants) : 187 enfants différents

• Balades brebis – Inspection académique : 347 élèves + 19 enseignants = 366 personnes différentes

• Ateliers adultes ponctuels : 3 personnes

• Balade de la Lumière : 600 participants

• Concert Jubilé : 90 choristes et encadrants + 150 spectateurs = 240 participants

• Rencontres interculturelles Bible/Coran :

→ Moyenne 20 personnes par session × 4 sessions (12 fév, 9 avr, 14 mai, 11 juin) = ≈ 80 participations cumulées

→ Public en partie récurrent, nombre de personnes différentes non précisément connu

➡ Sous-total Vivre Ensemble :

• ≈ 1 530 personnes différentes connues

• + ≈ 1 880 participations non uniques (Berger, Bible/Coran, etc.)

VISITER / RENCONTRER

• Croisière muriautine : 120 participants, dont environ 75 seniors

➡ Sous-total Visiter / Rencontrer : 120 participants

LAB TERRITORIAL

• Données non disponibles sur les bénéficiaires

➡ Sous-total Lab : Données non disponibles

Total estimé 2025 (janv-juin) ≈ 3490, dont

• ≈ 1 610 personnes différentes connues

• + ≈ 1 880 participations non uniques supplémentaires (rencontres récurrentes : Berger, Bible/Coran, etc.).

Nombre de personnes touchées directement

2024

2 000

Le PTCE Vivre Les Mureaux a mobilisé directement environ 2 000 personnes en 2024 à travers ses quatre axes d'action. Ces bénéficiaires comprennent des habitants, des jeunes, des porteurs de projets, des scolaires, des chercheurs d'emploi, des collaborateurs d'entreprise et des partenaires associatifs.

◆ **Axe 1 : Vivre Ensemble**

- Balade de la Lumière – édition olympique : 600 personnes
- Rencontres interculturelles / interculturelles (Bible / Coran) : ~80 participants cumulés
- Concert Jubilé (audience directe et AG) : ~120 personnes
- VLM Connexions (9 sessions) : 222 participants
- Berger Urbain (lancé au printemps) : ~300 rencontres estimées sur 8 mois, en moyenne 15 personnes x ~20 semaines
- Journées familles, ateliers et actions citoyennes aux jardins : ~350 (visites scolaires, team building, ateliers divers)

◆ **Axe 2 : Travailler**

- 100 Chances 100 Emplois (3 sessions) : 36 jeunes accompagnés + 168 jeunes sourcés
- Rencontres chômeurs – chefs d'entreprise : 45 personnes
- Booster des Entrepreneurs (session mars-juillet) : 15 porteurs de projet + 13 personnes ressources
- La Vie en Grand : 25 participants
- Coworkers et bénéficiaires d'accompagnements à La Chrysalide : ~40
- École métiers en tension + GEEKs du bâtiment : 44 stagiaires
- Stages + jobs d'été (dont Lazard) : ~28 jeunes

◆ **Axe 3 : Visiter – Rencontrer**

- EatWith / repas chez l'habitant : ~60 personnes
- Voyages apprenants / tourisme expérientiel (visites Rueil-Malmaison et autres) : ~50 visiteurs
- Marché de Noël / animations boutique / ventes Muriotœufs : ~100 personnes

◆ **Axe 4 : Le LAB**

- Journée de co-construction avec HEC : 33 étudiants + 10 encadrants/acteurs locaux
- Pôle formation – Welding Zone & GEEKs : 44 stagiaires déjà comptabilisés dans Axe 2.

Nombre de personnes touchées directement

2023

3 600

Nombre total de personnes touchées en 2024 : environ 3 600 bénéficiaires directs
Détail par grands axes d'action :

- ◆ **Axe Travailler – Insertion, entrepreneuriat, formation** : environ 1 200 personnes
 - 100 Chances 100 Emplois : 4 sessions / 126 jeunes accueillis, 37 accompagnés de près, 17 en sortie positive.
 - Parcours Booster des Entrepreneurs : 23 porteurs de projet formés + une centaine mobilisés sur les rencontres réseau, ateliers, mentorat.
 - La Vie en Grand : 44 participants.
 - Coworking – La Chrysalide : 18 utilisateurs + usagers en orientation, appui administratif, permanence.
 - Boutique Éphémère : une cinquantaine d'entrepreneurs mobilisés à travers les porteurs de projet, événements, et stands tournants.
 - Welding Zone – Formation soudure en réalité augmentée : 32 stagiaires + 600 sensibilisés.
 - Préqualifiants métiers en tension, ACI restauration : 113 jeunes sur "Une Chance pour Tous" + participants aux projets d'insertion cuisine.

- ◆ **Axe Vivre Ensemble – Diversité, cohésion sociale, interculturalité** : environ 1 400 personnes
 - Balade de la lumière : plus de 700 participants.
 - VLM Connexions : 281 participants aux 10 sessions en visio.
 - Lecture Bible-Coran mensuelle : noyau stable de 20 à 25 personnes par mois.
 - Festi'Mur, Journée Wally, HOPE 360, Dialogue interreligieux, théâtre laïcité : environ 200 personnes cumulées.
 - Concert Jubilé & AG : 100 participants en physique + 150 en retransmission vidéo.

- ◆ **Axe Visiter & Rencontrer – Tourisme expérientiel, écologie sociale** : environ 700 personnes
 - Jardins de la Rencontre : 200 élèves en visite pédagogique, + structures accompagnées (ISA, Nouvel Espoir, etc.) + 275 kg de récoltes distribuées + habitants engagés.
 - Croisière muriautine : 141 passagers (édition "tous publics") + 55 pour l'édition seniors + 10 jeunes en rencontre emploi.
 - Événements EatWith, randonnées Club Eole : 50 personnes.
 - Partenariats Cazaudehore (Muriotœufs), visites entreprises & scolaires : 100 personnes environ.

- ◆ **Axe Lab territorial – Incubation, innovation sociale, accompagnement projets** : environ 300 personnes
 - Suivi de projets incubés : Extratypik, COP'O, ICONAT, etc. → une centaine de bénéficiaires indirects (stages, accompagnement, événements de visibilité).
 - Sessions de sensibilisation (formations, clubs, ateliers collaboratifs) : 200 personnes.

Nombre de personnes touchées directement

2022

2 350

En 2022, l'initiative du PTCE Vivre Les Mureaux a touché plus de 2 350 bénéficiaires directs, répartis sur ses quatre axes stratégiques :

◆ Axe 1 – Travailler :

- 100 Chances 100 Emplois : 24 jeunes accompagnés (18 en sortie positive).
 - Parcours Booster : 16 porteurs de projet accompagnés.
 - La Vie en Grand : 34 bénéficiaires.
 - Chrysalide coworking & permanences : 29 coworkers + 2 permanences ADIE & Défi+ hebdomadaires (environ 70 bénéficiaires cumulés) + CAP (cours de français) 30 personnes.
 - Boutique Éphémère : environ 60 bénéficiaires (entrepreneurs + événements).
- Total Axe Travailler : environ 230 bénéficiaires.

◆ Axe 2 – Vivre Ensemble :

- Balade des Lumières : 500 participants.
 - Rencontres interculturelles / Lecture Bible-Coran : ≈15 pers./mois × 10 mois = 150 personnes.
 - VLM Connexions : 255 participants sur 10 sessions.
 - Oliviers de la paix : environ 150 participants répartis sur 7 événements.
- Total Axe Vivre Ensemble : environ 1 050 bénéficiaires.

◆ Axe 3 – Visiter / Rencontrer :

- Croisière découverte : environ 100 participants.
 - Repas chez l'habitant / EatWith : ≈ 30 participants.
 - Découverte Mauritanie : 300 visiteurs.
 - Visite fertile PTCE/QPV (ANCT) : ≈ 40 visiteurs.
- Total Axe Visiter / Rencontrer : environ 470 bénéficiaires.

◆ Axe 4 – Le LAB :

- Workshops HEC / COP'O : ≈ 40 participants (étudiants, partenaires, experts).
 - Team Building (Fondation SNCF, Servier, FEP) : ≈ 50 participants.
- Total Axe Lab : ≈ 90 bénéficiaires.

✓ Total estimé de bénéficiaires directs en 2022 : ≈ 2 350 personnes.

Nombre de personnes touchées directement

Année de création

7 400

Depuis sa création en 2017 jusqu'à fin 2021, le PTCE Vivre Les Mureaux a touché directement environ 7 400 personnes à travers ses quatre axes d'intervention.

- Travailler : Plus de 1 580 personnes ont été accompagnées dans leur parcours d'insertion, d'entrepreneuriat ou de découverte de métiers à travers le Booster des Entrepreneurs, 100 Chances 100 Emplois, la Vie en Grand, la Chrysalide ou encore les ateliers soudure.
- Vivre Ensemble : Environ 4 275 personnes ont participé à des événements citoyens, festifs ou de dialogue interculturel comme les Journées du Vivre Ensemble, les VLM Connexion, la Balade de la Lumière, les rencontres Bible/Coran, ou les ateliers de jardinage collectif.
- Visiter / Rencontrer : Environ 800 personnes ont pris part à des expériences immersives (EatWith, balades culturelles, animations publiques), favorisant la fierté locale et le lien social.
- Lab Territorial : Environ 600 professionnels, partenaires institutionnels ou chercheurs ont été directement impliqués dans des démarches de co-construction, d'expérimentation ou de séminaires stratégiques.

Ce total ne prend pas en compte les bénéficiaires indirects (familles, spectateurs, lecteurs, visiteurs web), ce qui rend l'impact encore plus large à l'échelle du territoire.

(voir détail page suivante)

Nombre de personnes touchées directement

Année de création

7 400

Voici en détail :

✔ Bénéficiaires directs en 2021 : environ 1 300 personnes
TRAVAILLER

- Booster des Entrepreneurs : 12 porteurs accompagnés
- 100 Chances 100 Emplois : 18 jeunes
- La Vie en Grand : 14 participants
- Rencontre EDC + visites jeunes pro : environ 25 jeunes et encadrants
- Autres rencontres insertion / orientation : ≈ 20

➡ Sous-total Travailler : ≈ 90 personnes

VIVRE ENSEMBLE

- Balade de la Lumière : 300 participants
- VLM Connexions (10 sessions × 20 pers.) : 200
- Rencontres interculturelles Lecture Bible/Coran : ≈ 8 sessions × 15 à 20 personnes → ≈ 140

• Jardins de la Rencontre (plantations, chantiers, ateliers) : environ 80 personnes + 50 lors de la plantation collective du verger → 130

- Autres événements participatifs (fresques, cuisine solidaire, etc.) : ≈ 260

➡ Sous-total Vivre Ensemble : ≈ 1 030 personnes

VISITER / RENCONTRER

- Activité EatWith & tourisme expérientiel quasi à l'arrêt pour raisons sanitaires

➡ Sous-total Visiter / Rencontrer : ≈ 10 personnes

LAB TERRITORIAL

- Acteurs mobilisés dans les démarches du RAMEAU, séminaires nationaux : ≈ 20 personnes

➡ Sous-total Lab : ≈ 20 personnes

Total bénéficiaires directs en 2021 (hors doublons) :

≈ 1 300 personnes touchées directement

✔ Bénéficiaires directs en 2020 – PTCE Vivre Les Mureaux :

TRAVAILLER

- Chrysalide – coworking, réunions, accompagnements : environ 80 personnes
- Boutique éphémère (lancement fin 2020) : 6 porteurs testant l'espace (1ère vague)

- 100 Chances 100 Emplois : sessions maintenues, entre 25 et 30 jeunes

- La Vie en Grand / Ateliers soudure / numériques :

o 110 jeunes en ateliers soudure en plein air Rapport d'Activité 2020...

o Ateliers numériques : 20 à 30 participants estimés

➡ Sous-total Travailler : ≈ 250 personnes

VIVRE ENSEMBLE

- Rencontres interculturelles Coran/Bible : début 2020, ≈ 20 personnes/mois sur 10 mois ≈ 200 personnes

- VLM Connexion (en ligne) : 10 réunions / 200 personnes cumulées Rapport d'Activité 2020...

- Jardins de la Rencontre :

o Ateliers permaculture avec enfants et habitants : 200 participants

o Lancement et animation : ≈ 50 usagers réguliers Rapport d'Activité 2020...

➡ Sous-total Vivre Ensemble : ≈ 450 personnes

VISITER / RENCONTRER

- Eatwith : aucune rencontre (Covid)

- Baludik (application) : 10 utilisateurs (balades numériques)

➡ Sous-total Visiter / Rencontrer : 10 personnes

LAB TERRITORIAL

- Participation à l'expérimentation nationale avec l'ANCT : réunions, co-construction, événements citoyens

➡ Estimation prudente : 50 personnes

Total bénéficiaires directs en 2020 (hors doublons) :

≈ 750 personnes touchées directement

(Note : chiffre réaliste, en cohérence avec les restrictions sanitaires de l'année COVID.).

Nombre de personnes touchées indirectement

Depuis la création de l'initiative

10 000
12 000

Depuis sa création en 2017, le PTCE Vivre Les Mureaux a touché de manière indirecte environ 10 000 à 12 000 personnes.

Cette estimation comprend :

- Lecteurs et spectateurs ayant découvert l'initiative à travers des reportages (France 3, Le Parisien, La Croix...), des interviews ou publications relayées par les partenaires institutionnels (France Tiers-Lieux, RAMEAU, collectivités).
 - ▶ Estimation : 3 000 à 4 000 personnes
- Internauts ayant consulté les sites ptce.lesmureaux.info, lesmureaux.info ou nos pages LinkedIn, Facebook, Instagram (portée cumulée modérée, mais régulière depuis 2018).
 - ▶ Estimation : 3 000 à 4 000 personnes
- Participants à des événements ou publications où le PTCE est intervenu sans organiser directement (conférences, forums, webinaires nationaux).
 - ▶ Estimation : 2 000 à 3 000 personnes
- Effet relais via nos partenaires associatifs et institutionnels (ex. diffusion Muriotœufs ou vidéos d'événements dans les réseaux écoles, mairies, structures jeunesse).
 - ▶ Estimation : 1 000 à 1 500 personnes

Ce chiffre reste volontairement modéré et repose sur des estimations croisées des rapports d'activité, bilans et supports de communication produits depuis 2017.

Quel a été l'impact de l'initiative ?

L'initiative a permis d'accompagner plus de 230 jeunes vers l'emploi via "100 Chances 100 Emplois", avec un taux de sortie positive de 56 %. Sur le volet entrepreneuriat, 71 entreprises ont été créées à la suite du Booster des Entrepreneurs, soit un taux de transformation supérieur à 50 %. 87 hommes et 56 femmes ont été accompagnés, avec une attention à l'égalité et à l'origine territoriale (61 projets créés aux Mureaux). Les actions ont aussi amélioré la coopération locale : plus de 1 600 mises en relation ont été comptabilisées via les rencontres mensuelles "VLM Connexion".

En quoi cette initiative est-elle innovante?

L'initiative est innovante par sa démarche systémique : elle lie inclusion professionnelle, valorisation de la diversité, coopération locale et fierté territoriale. Elle transforme un territoire souvent marginalisé en laboratoire d'alliances concrètes entre citoyens, associations, entreprises et institutions. Des projets comme Muriotœuf rendent visibles ces liens de façon créative et engageante.

Pour en savoir plus

- <https://ptce.lesmureaux.info/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=02SOhEUoyTo>



CATÉGORIE



COLLECTIVITÉ, INSTITUTION,
ÉTABLISSEMENT
ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

L'Assurance retraite – Caisse nationale



Diversité et inclusion dans une série

Une mini-série vidéo interne, de 6 épisodes, pour sensibiliser nos collaborateurs et collaboratrices à la diversité et l'inclusion dans notre entreprise et pour contribuer ainsi à l'évolution des représentations et des pratiques au sein de nos collectifs de travail.

Année de création de l'initiative : 2024

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

LGBT+ • origine sociale et culturelle • handicap • multi-générationnel • apparence physique

Nombre de salariés en France : 3 500 salariés au sein de la Caisse nationale / 16 000 salariés en France



Décrivez l'activité de votre organisation

1er régime de retraite de base en France. L'Assurance retraite suit la carrière de ses assurés, aide au passage à la retraite, gère les paiements et favorise l'autonomie.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

La mini-série « Sérieux ?! » sensibilise à la diversité et l'inclusion en entreprise à travers 6 épisodes inspirés de faits réels. Diffusée largement en interne et en externe, elle a suscité un fort engagement (1 200 vues par épisode, 8 % d'engagement sur LinkedIn). Son impact est tangible : des échanges renforcés, des remontées et demandes d'accompagnement auprès de la DRHT et un usage prolongé comme outil de dialogue, y compris auprès du top management lors d'une séance de sensibilisation. L'initiative continue d'être valorisée.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Les enjeux relatifs à la diversité et l'inclusion, portés par notre directeur général, sont positionnés au cœur de nos ambitions stratégiques, avec des engagements forts pris dans notre Convention d'Objectifs et de Gestion (COG 2023 - 2027) et notre accord relatif à la QVCT et à l'égalité entre les femmes et les hommes. Les enjeux ont déjà été appréhendés au travers notre politique RH, abordant néanmoins des thématiques spécifiques : handicap, égalité professionnelle femmes / hommes, proches aidants, etc.

Le souhait est d'aller plus loin aujourd'hui.

En janvier 2023, une enquête a été lancée auprès de l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices pour recueillir leur ressenti et leurs attentes : plus de 600 salariés y ont répondu.

Ce qui est ressorti du diagnostic :

Par essence, les valeurs de la Caisse nationale (responsabilité, solidarité, bienveillance et empathie) sont étroitement liées aux enjeux de diversité et d'inclusion, se reflétant dans un sentiment de tolérance partagés par les répondants et répondantes.

Pour autant, quelques résultats de l'enquête peuvent traduire une forme :

- de scepticisme quant à la capacité de la Caisse nationale à se saisir des sujets
- d'une invisibilisation de certaines diversités existantes

Plusieurs thèmes prioritaires ont été identifiés par nos salariés dont les origines ethniques et sociales, la situation familiale, l'apparence physique et les personnes LGBTQ+.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Les salariés de la Caisse nationale soit 3 500 personnes dans un premier temps. La diffusion a été élargie à l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices de notre branche retraite, partout en France (environ 16 000 salariés).

Décrivez l'initiative

La Caisse nationale a élaboré une mini-série interne "Sérieux ?!" pour sensibiliser et rendre concrets les enjeux de diversité et inclusion dans le quotidien des équipes.

L'objectif était notamment d'illustrer, par des exemples issus de situations vécues par nos salariés, des comportements / interactions non favorables à la diversité et à l'inclusion (remarques, comportements inappropriés, micro agressions)

La mini-série a été conçue pour et par les salariés avec un groupe de salariés volontaires qui a été associé à la construction des épisodes en partageant des propos et actes vécus et / ou entendus au sein de notre organisme. La mini-série s'est donc inspirée de faits réels, notre parti pris étant d'adopter un ton authentique, crédible qui ne soit ni moralisateur ni accusateur.

Nous avons été accompagnés, tout au long du projet, par une agence qui a défini avec nous le concept créatif, animé le groupe de travail, rédigé les scénarios, proposé les comédiens professionnels, réalisé les vidéos puis fait le montage.

La mini-série « Sérieux ?! » est ainsi composée de 6 épisodes, de 45 secondes, dont chacun reprend un critère de discrimination, choisi par le groupe de salariés volontaires. Au total, 5 critères de discrimination sont abordés : l'âge, les origines ethniques et sociales, le handicap, l'apparence physique et l'orientation sexuelle.

Chaque épisode reprend la même structure : une situation de travail liée à un comportement inapproprié en lien avec un critère de discrimination, inspirée de faits réels, qui occasionne un malaise puis un message de fin pour donner des clés de compréhension ou des exemples d'actions concrètes menées en interne. Le tournage a été réalisé dans nos locaux avec 6 comédiens professionnels et 8 salariés qui se sont improvisés figurants.

Bilan et résultats

La mini-série a été diffusée largement en interne sur nos canaux de communication traditionnels (intranet, réseau social interne, écrans d'affichage dynamique, newsletter) du 14 octobre au 18 novembre 2024 mais également en externe.

La mini-série a été diffusée largement en interne sur nos canaux de communication traditionnels (intranet, réseau social interne, écrans d'affichage dynamique, newsletter) du 14 octobre au 18 novembre 2024 mais également en externe.

Les statistiques de consultation en interne sont très bonnes avec environ plus de 1 200 vues par épisode sur notre intranet sachant qu'une actualité moyenne tourne autour de 500 vues. Les publications en externe ont également reçu un bon accueil avec un fort taux d'engagement (plus de 8%) sur LinkedIn.

Une diffusion auprès des organismes de notre réseau, partout en France, a également été réalisée. Nous avons reçu de nombreux échos positifs informels de nos salariés, salariées, tous métiers confondus mais également des retours de personnes qui se sont reconnues en tant que témoin victime ou acteur, actrice de telle phrase ou tel acte.

La mini-série a favorisé les échanges par la suite et a permis à 10 personnes de contacter la DRH pour demander un accompagnement.

Lors de notre baromètre interne social « Octomine », plusieurs personnes ont cité spontanément, de manière positive, la mini-série.

La mini-série a également servi en 2024 pour sensibiliser nos managers de direction sur les sujets diversité et inclusion puisqu'ils ont été mobilisés lors d'une séquence de 3h dédiée au sujet, lors d'un séminaire de direction. Les retours de cette sensibilisation ont été intéressants et positifs, la séquence a reçu la note de 3,7/4 par les participantes et participants : « la construction des saynètes a été riche d'échanges et très intéressante, illustration d'une réelle confiance ».

Cette mini-série est encore utilisée comme un outil de dialogue et de sensibilisation, notre objectif est de continuer à capitaliser sur celle-ci.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025	3 500 16 000	La mini-série vient d'être republiée, sur nos canaux internes, dans le cadre du mois de la diversité 2025 qui s'est tenu en mai. La mini-série a pu toucher potentiellement 3 500 personnes en Ile-de-France ainsi que les salariés en région (16 000 personnes). Elle va également être utilisée comme un outil de sensibilisation auprès des managers à travers des sessions d'1h30 durant lesquelles les managers pourront réagir, débattre, autour des épisodes. Les inscriptions sont en encore en cours, les sessions se dérouleront fin juin (environ 30 personnes au total sont attendues). Pour aller plus loin, un kit à destination des managers est également en cours de réalisation avec notamment une fiche réflexe pour pouvoir laisser le manager échanger avec son équipe s'il le souhaite.
2024	16 000	Les épisodes ont été diffusés aux salariés, salariées de la Caisse nationale mais également au réseau des collaborateurs et collaboratrices de l'Assurance retraite qui travaillent partout en France soit potentiellement 16 000 personnes. Plusieurs profils de salariés, salariées, avec des fonctions et responsabilités multiples ont été touchés : managers de direction via un séminaire de direction avec une sensibilisation spécifique sur le sujet (60 personnes) / les différents réseaux internes de notre organisme dont le réseau communication (250 personnes) / le réseau handicap (20 personnes), le réseau diversité et inclusion (25 personnes) des instances stratégiques dont le coproj diversité et inclusion (11 personnes) / les managers via leur communauté dédiée sur notre réseau social interne (500 personnes).

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative	Les publications externes sur LinkedIn ont été largement partagées et ont ainsi pu toucher d'autres cibles que l'interne : référents diversité et inclusion des autres branches de la Sécurité sociale, assurés, partenaires, étudiants. L'initiative a été présentée lors des rencontres Cap com' du 22 mai 2025 (200 responsables RH et communication interne).
------------------------------------	---

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Cette initiative nous a permis sur un même support de lutter contre plusieurs critères de discrimination à la fois. La mini-série nous a semblé innovante par son format très court, en phase avec les codes actuels des séries TV, et par la participation des salariés, salariées à son élaboration. Nous avons investi des sujets qui étaient nouveaux pour nous en interne (discriminations liées à l'orientation sexuelle et aux origines ethniques sociales, à l'apparence physique).

Pour en savoir plus

- <https://www.lassuranceretraite.fr/portail-info/home.html>

Assurance Maladie



**l'Assurance
Maladie**

Agir ensemble, protéger chacun

ameli.fr

Olympiades inclusives

Événement immersif et ludique, les olympiades sensibilisent nos agents au handicap par l'expérience directe. En mobilisant partenaires et usagers, ce projet donne vie à la Charte Romain Jacob et fait de l'inclusion une réalité collective et engagée.

Année de création de l'initiative : 2024

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
handicap

Nombre de salariés en France : 80 000

Nombre de salariés dans le monde : 80 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Les CPAM accompagnent les assurés dans l'accès aux droits, aux soins et à la prévention, remboursent les prestations de santé, et orientent vers les dispositifs adaptés. Elles agissent aussi auprès des employeurs et professionnels de santé pour garantir un système solidaire, efficace et équitable au service de tous.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Les Olympiades Inclusives sont un événement immersif et sportif visant à sensibiliser au handicap par l'expérience directe. Portée par la CPAM 79 avec ses partenaires (organismes de Sécurité Sociale, établissements de santé, collectivités, comités handisport), l'initiative a réuni des équipes mixtes valides et non valides, avec 144 participants en 2025. Elle a suscité un fort engagement, renforcé les coopérations locales et changé durablement les regards.

Découvrez nos vidéos en pj pour vivre l'évènement au travers le regard des participants !

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Depuis la signature de la Charte Romain Jacob, la CPAM des Deux-Sèvres s'est engagée à améliorer l'accueil et l'accès aux soins des personnes en situation de handicap. Pour que cet engagement prenne corps, il nous est apparu indispensable de commencer par nos propres équipes : sensibiliser les collaborateurs, faire évoluer les représentations et susciter l'adhésion.

C'est dans ce contexte qu'est né le projet des Olympiades Inclusives : un événement immersif et sportif, co-organisé avec nos partenaires territoriaux, destiné à faire vivre le handicap de l'intérieur. Cette expérience concrète place chaque participant dans une posture d'écoute, de coopération et de dépassement de soi. Elle incarne l'esprit de la Charte Romain Jacob en traduisant les intentions en actions tangibles.

Nous avons également souhaité renforcer notre rôle d'acteur visible et engagé sur le territoire niortais. En associant les établissements de santé, les collectivités et les autres organismes sociaux, nous avons inscrit cette initiative dans une dynamique collective.

Enfin, ce projet s'inscrit dans une logique de bien-être et de santé au travail, portée par le principe « bouger 30 minutes par jour », et contribue à construire une culture partagée de l'inclusion, au service des usagers comme des agents.

Quel est le public cible de cette initiative ?

L'initiative cible en priorité les agents de la CPAM des Deux-Sèvres, mais s'inscrit dans une dynamique territoriale plus large, en impliquant l'ensemble des acteurs publics et sociaux du département. Ont ainsi participé : l'Urssaf Poitou-Charentes, la CAF 79, la Carsat Centre-Ouest, la MSA 79/86, la Ville de Niort et son CCAS, la Communauté d'Agglomération du Niortais, le groupe MÉLIORIS et le Comité Départemental Handisport (CDH).

En 2025, le dispositif a été renforcé avec l'UGECAM Les Terrasses et le Comité Départemental du Sport Adapté, ouvrant davantage à la sphère médico-sociale.

Ce public pluriel permet de fédérer professionnels, partenaires et bénéficiaires autour d'une même ambition : faire vivre l'inclusion au sein même des institutions, en favorisant la rencontre, la coopération et le changement de regard.

Décrivez l'initiative

Lancée en 2024, l'initiative des Olympiades Inclusives répond à un double objectif : instaurer une véritable culture du handicap au sein des équipes et affirmer notre rôle d'acteur de santé publique engagé en faveur de l'inclusion.

Le principe : organiser une journée d'épreuves handisportives immersives (basket en fauteuil, course à l'aveugle, tir assis...), où les participants — collaborateurs, partenaires, patients, résidents — vivent par l'expérience directe les réalités du handicap. Cette approche sensible favorise l'écoute, la solidarité et le changement de regard.

Nous avons activement recherché de nouveaux partenaires pour élargir notre impact, notamment la Ville de Niort, que nous avons naturellement sollicitée en raison de son label "Terre de Jeux 2024" et de son engagement reconnu sur le champ du handicap. L'adhésion de la municipalité, du CCAS et de la Communauté d'Agglomération du Niortais a donné à l'événement une véritable dimension territoriale.

Cette démarche a également renforcé notre collaboration avec les organismes de Sécurité Sociale (CAF 79, Urssaf, Carsat Centre-Ouest, MSA 79/86), les établissements de santé (groupe MÉLIORIS, UGECAM Les Terrasses) et les acteurs du sport adapté (Comité Départemental Handisport, Comité Départemental du Sport Adapté).

Les étapes du projet ont compris : la co-construction avec les partenaires, la mobilisation des équipes, l'organisation logistique conjointe, et la valorisation via les médias, les réseaux sociaux et les relais institutionnels.

Labellisée Grande Cause Nationale en 2024, l'édition 2025 a été organisée sous le signe des 80 ans de la Sécurité sociale, renforçant le lien avec nos valeurs fondatrices de solidarité et de justice sociale.

Bilan et résultats

Le bilan des Olympiades Inclusives est très positif, tant sur le plan quantitatif que qualitatif. En 2024, 80 participants ont pris part à la première édition. En 2025, ce chiffre est passé à 144 collaborateurs et partenaires mobilisés, soit une hausse de 80 %. Cette progression confirme l'intérêt croissant des équipes pour cette démarche originale et fédératrice.

L'initiative a également permis de renforcer notre visibilité locale en tant qu'acteur engagé sur le handicap. L'événement a bénéficié d'une large couverture médiatique : reportage France 3, article dans La Nouvelle République, relais sur les réseaux sociaux des partenaires, mise en lumière sur les plateformes de l'UCANSS et de La Sécu Recrute.

Mais c'est surtout l'impact humain qui fait la force du projet. L'expérience immersive a profondément marqué les participants. Les verbatims recueillis en témoignent :

« Une vraie leçon de vie », « changement de regard », « cohésion », « bienveillance », « partage », « pas de jugement »...

Ces retours traduisent une transformation des perceptions, un renforcement du lien social entre collègues et une prise de conscience collective.

L'événement a également favorisé un travail inter-organismes, généré de nouveaux partenariats et consolidé les liens existants autour d'un objectif commun : faire de l'inclusion un engagement vécu, et non seulement affirmé.

Enfin, en interne, cette action a nourri la dynamique QVCT et renforcé la fierté d'appartenance à une organisation publique innovante et responsable.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin
2025

144

2024

80

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la
création de
l'initiative

Depuis sa création, cette initiative a fédéré l'ensemble des organismes de Sécurité Sociale du département des Deux-Sèvres, ainsi que des partenaires institutionnels et médico-sociaux : CAF 79, Urssaf, MSA 79/86, Carsat Centre-Ouest, Ville de Niort, CAN, CCAS, groupe MÉLIORIS, puis en 2025, UGECAM Les Terrasses et le Comité Départemental du Sport Adapté.

Chaque structure a pleinement investi l'événement, non seulement par la participation de ses équipes, mais aussi par la valorisation active de l'initiative sur ses canaux de communication internes et externes. Ces relais, notamment ceux des organismes sociaux nationaux, ont permis à l'événement de bénéficier d'une large visibilité au-delà du territoire niortais.

Rien que pour les organismes sociaux, les publications croisées sur l'intranet, les réseaux sociaux, les plateformes de l'UCANSS et de La Sécu Recrute ont potentiellement touché jusqu'à 142 000 collaborateurs en France. Cet écho médiatique a permis de diffuser largement les messages portés par les Olympiades : changer le regard sur le handicap, valoriser l'inclusion, et inspirer d'autres initiatives.

Enfin, cette visibilité a joué un rôle moteur dans l'élargissement du réseau de partenaires en 2025, contribuant à renforcer l'impact territorial du projet et à envisager, à terme, une dynamique de duplication à l'échelle nationale.

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative

Il n'est pas possible de mesurer précisément le nombre de personnes extérieures touchées par l'initiative, en particulier via les relais de communication indirects. L'événement a été largement diffusé sur les réseaux sociaux de la CPAM, de ses partenaires institutionnels et médico-sociaux, ainsi que sur des plateformes comme La Sécu Recrute, l'UCANSS et dans la presse locale et régionale.

Ces canaux ont permis de donner une large visibilité au projet bien au-delà du territoire des Deux-Sèvres, en touchant des publics variés : professionnels de santé, collectivités, associations, familles, citoyens engagés, etc.

Si nous avons pu estimer l'audience potentielle dans le réseau des organismes sociaux, l'impact auprès du grand public reste difficile à chiffrer, mais il est réel et significatif, comme en témoignent les nombreux partages, réactions et retours reçus en ligne.

Ainsi, si l'impact qualitatif est indéniable, le nombre de personnes sensibilisées indirectement reste difficile à évaluer de manière exhaustive, mais il est probablement bien supérieur au cercle initial des participants.

Découvrez nos liens vers les publications dans le ppt en pj.

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Nous n'avons pas de données chiffrées à ce stade, mais les nombreux retours spontanés des participants témoignent d'un impact très positif sur la perception du handicap, la cohésion d'équipe et l'engagement collectif. Les verbatims recueillis (« changement de regard », « bienveillance », « fierté », « leçon de vie ») confirment l'efficacité de cette approche immersive.

L'élargissement du nombre de participants et de partenaires entre 2024 et 2025 traduit également un fort intérêt et une adhésion croissante à l'initiative.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

L'initiative innove par son approche immersive : pour la première fois, des équipes mixtes valides et non valides, issues d'organismes sociaux, de collectivités et d'établissements médico-sociaux, vivent le handicap par l'expérience directe. Ludique, fédératrice et co-construite, elle rompt avec les formats classiques de sensibilisation et s'inscrit dans une dynamique territoriale et olympique forte.

Pour en savoir plus

- <https://www.ameli.fr/>

Ville de Paris



Réseau de femmes : Paris Pluri'Elles

Depuis 3 ans, et dans le cadre de sa politique publique d'égalité (Démarche Égalité), la Ville de Paris développe un programme d'accompagnement et de mise en réseau pour ses agentes encadrantes : Paris Pluri'Elles.

Année de création de l'initiative : 2023

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • multi-générationnel

Nombre de salariés en France : En 2024, la Ville comptait 52 984 agents publics (source: rapport social unique 2025)



Décrivez l'activité de votre organisation

La Ville de Paris est une collectivité territoriale à statut particulier et une administration publique qui cumule les compétences d'une commune et d'un département. Elle conçoit et exécute des politiques publiques dans plusieurs domaines d'intérêt général : accessibilité et handicap ; attractivité, commerces et innovation ; culture ; emploi ; environnement ; famille, jeunesse, éducation ; logement ; mobilité ; propreté et gestion des déchets ; santé ; sécurité ; solidarités ; sport ; urbanisme.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Depuis 3 ans, la Ville de Paris offre à ses agentes encadrantes un programme d'accompagnement (Paris Pluri'Elles) afin de garantir et de favoriser l'égal accès aux métiers et aux responsabilités professionnelles. Paris Pluri'Elles permet à une promotion de 20 femmes managers de bénéficier d'un accompagnement individuel et collectif (coaching, de co-développement, de conférences-ateliers et de mentorat). Il s'agit de leur permettre, grâce à cet accompagnement mais surtout grâce à la force du collectif et du réseau, de se sentir légitimes et épanouies dans leurs choix de carrière, qu'elles définissent leurs propres codes de la réussite et de la puissance au travail, et, si elles le souhaitent, d'opter pour un parcours ascensionnel. Les lauréates sont invitées à formuler des propositions d'amélioration des conditions de travail, notamment dans le cadre du Plan Parisien Égalité.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Propice à l'épanouissement de l'égalité, la fonction publique est néanmoins tout autant perméable aux inégalités que les autres employeurs.

Celles observées entre les femmes et les hommes ont conduit à une cascade de lois édifiant un cadre juridique favorable à la garantie de l'égalité entre les sexes (CGFP, art. L. 132-1 à L. 132-11). La Ville de Paris participe activement à cet enjeu national par une politique locale dédiée (Démarche Égalité).

Depuis 2019, elle vise la réduction des inégalités identifiées sur le territoire parisien et dans son administration. Les actions sont consignées dans un plan d'actions (Plan Parisien Égalité) et valorisées lors des audits du Label Alliance de l'Afnor. Sur cette base, Paris Pluri'Elles résulte d'un double constat : la permanence d'une ségrégation des fonctions (source: indicateurs RSU) et de freins multiples à la progression de carrière des femmes (source: ressenti d'encadrantes).

Ce projet a ainsi pris la forme d'un programme d'accompagnement dédié aux encadrantes dans le cadre de l'objectif du plan destiné à accompagner les femmes dans l'échange de pratiques et le soutien entre paires, et plus largement à celui de créer les conditions d'un égal accès aux métiers et responsabilités. Son pilotage est assuré par 2 services de la DRH et se démarque par 3 axes stratégiques : prise en compte du témoignage des encadrantes pour fournir une offre de service adaptée ; ouverture du programme aux femmes de l'encadrement intermédiaire ; contribution des lauréates au Plan Parisien Égalité.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Toutes les agentes de la Ville de Paris exerçant des fonctions d'encadrement peuvent candidater à ce dispositif.

Une seule condition est exigée, et varie selon les années : la catégorie hiérarchique d'appartenance. Pour son année de lancement en 2023, seules les femmes issues de l'encadrement supérieur (catégorie A) pouvaient présenter un dossier de candidature. Pour les éditions 2024 et 2025, Paris Pluri'Elles est réservé aux femmes exerçant des fonctions d'encadrement intermédiaire (catégorie B).

Chaque année, le réseau est constitué d'une promotion de 20 femmes qui sont sélectionnées sur la base d'un dossier de candidature évalué par un jury.

Ce dernier veille à ce que la promotion représente la diversité des managers de la Ville de Paris (ancienneté, directions, corps, statut).

Décrivez l'initiative

Paris Pluri'Elles est piloté par un binôme issu de 2 services de la DRH : la Mission Égalité Professionnelle et la Mission Management.

L'objectif de cette action est de permettre aux femmes managers de définir leurs propres codes de réussite et de bénéficier, si - et seulement si - elles le souhaitent, d'un accompagnement ascensionnel. Plusieurs services leurs sont ainsi proposés afin de lutter contre les freins socio-culturels, organisationnels et individuels rencontrés par les femmes durant leur carrière : autocensure, conséquences de l'éducation genrée, difficulté à s'impliquer dans les réseaux, exposition aux discriminations et aux violences, réticence à la négociation, « coût » de la maternité et des stéréotypes de genre, etc.

Ce dispositif leur permet de se retrouver pour partager des problématiques communes, développer son réseau professionnel, renforcer sa posture managériale, s'affirmer au travail, construire la prochaine étape de sa carrière, oser candidater à des postes, ainsi que poser des limites claires au sexisme. Ainsi chaque lauréate bénéficie d'un coaching individuel (6 séances d'1h30) et d'un accompagnement collectif basé sur des conférences/ateliers thématiques, du codéveloppement (pour travailler sur des situations concrètes, 6 séances de 3h par groupe) et du mentorat (partage d'expériences avec des dirigeantes de la collectivité). Tous les accompagnants sont internes à la Ville (12 coachs, 3 codéveloppeuses).

Les lauréates sont conviées à 4 réunions annuelles de promotion (lancement, bilan mi-parcours, contribution au plan d'action, bilan fin d'année). Les réunions de bilan et de contribution permettent de formuler des propositions pour améliorer le programme, nourrir le Plan Parisien Égalité, et établir un diagnostic des trajectoires professionnelles des encadrantes et pouvoir les fidéliser.

Bilan et résultats

Paris Pluri'Elles participe à la garantie d'un égal accès aux métiers et responsabilités professionnelles en déconstruisant et en redéfinissant les codes de la réussite professionnelle (résultat).

Il est vertueux lorsque ses bénéficiaires accèdent à des évolutions de carrière souhaitées et/ou ont le sentiment d'être plus légitimes et épanouies vis-à-vis du travail (qualité).

Le bilan est établi sur des indicateurs chiffrés et de ressenti (verbatim) afin d'évaluer les moyens mobilisés et l'impact social. Ils sont recueillis par les services pilotes via des réunions et des entretiens dédiés.

3 enseignements se dégagent des 2 promotions :

- un espace constructif de partage de pratiques : les bénéficiaires apprécient que le contenu du programme offre des espaces d'échanges sur leurs pratiques professionnelles (verbatim: "la dynamique de groupe permet en particulier des échanges très constructifs") ;
- l'émergence de préoccupations professionnelles pour soi : les bénéficiaires (re)découvrent leurs attentes sans les auto-censurer au titre de l'intérêt collectif (verbatim: donner du temps pour développer son réseau, suivre des formations, prendre soin de sa carrière, (re)prendre conscience de sa valeur professionnelle, etc.) ;
- des impacts concrets dans leurs carrières: certaines lauréates ont mobilisé le dispositif dans le cadre de projets professionnels précis (en 2023, 6 promotions réussies dont 2 par la voie d'un examen professionnel et 3 par la voie de la promotion au choix, et 6 mobilités internes).

2 enseignements se dégagent pour l'employeur :

- des ressources internes satisfaites : coachs et co-développeuses ont exprimé leur satisfaction à être mobilisé pour ce programme ;
- une politique interne enrichie : les propositions formulées par les lauréates permet à la politique interne de coller un peu plus à la réalité.

Nombre de personnes touchées directement

Janvier – Juin
2025

Personnes touchées par le dispositif :

- Candidatures en cours d'examen
- 20 lauréates (objectif de représentativité des directions)

Ressources internes :

- Un binôme issu de 2 services de la DRH
- Une dizaine de coachs
- 3 animatrices d'ateliers de co-développement
- 20 mentores

Services d'accompagnement internes: 4 (coaching individuel, conférences/ateliers, codéveloppement, mentorat)

- Nombre de coachings individuels : 20 cycles d'environ 6 séances de coaching
- Nombre de conférences-ateliers + nombre de participants : 3 conférences accueillant jusqu'à 200 participant.e.s
- Nombre de co-développement + nombre de participants : 3 groupes de 6 à 7 participantes pour des cycle de 6 séances.
- Nombre de séances décidé par les binômes lauréates/mentores : rythme très variable selon les situations, probablement entre 3 et 10 rencontres dans l'année

Nombre de personnes touchées directement	
2024	<p>Personnes touchées par le dispositif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 58 candidatures de femmes encadrantes de catégorie B (public cible différent par rapport à 2023) - 20 lauréates représentant 17 directions, dont 11 en services déconcentrés et 9 en services centraux (2 directions nouvellement représentées par rapport à 2023) <p>Ressources internes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un binôme issu de 2 services de la DRH - 12 coachs - 3 codéveloppeuses - 20 mentores <p>Nombre de services d'accompagnement proposés : 4 (coaching individuel, conférences/ateliers, codéveloppement, mentorat) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de conférences-ateliers + nombre de participants : 3 (200 participants, soit près de 600 au total) - Nombre d'entretiens lauréates/mentores: variable selon les situations
2023	<p>Personnes touchées par le dispositif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 98 candidatures de femmes encadrantes de catégorie A - 20 lauréates représentant 15 directions <p>Ressources internes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un binôme issu de 2 services de la DRH - 12 coachs - 3 codéveloppeuses - 20 mentores <p>Nombre de services d'accompagnement proposés : 4 (coaching individuel, conférences/ateliers, codéveloppement, mentorat)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de coachings individuels : 5/6 séances par personne - Nombre de conférences-ateliers + nombre de participants : 3 conférences-ateliers par an (360 agents présents) 1) discriminations sexistes au travail : agir concrètement et poser des limites pour soi et son équipe 2) maîtriser son indépendance et sa mobilité grâce au réseau 3) de l'équilibre vie pro/vie perso à l'équilibre des temps de vie - Nombre de séances de co-développement : 7 séances
2022	<p>Tous les agents de la Ville de Paris via les moyens de communication interne :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Création d'une page dédiée au programme sur l'intranet de la Ville (intraparis) -Information régulière via les newsletters (Quoi de neuf, Actu Capitale, Lettre Capitale)
Nombre de personnes touchées indirectement	
Depuis la création de l'initiative	<p>Tous les agents de la Ville de Paris via les moyens de communication interne :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Création d'une page dédiée au programme sur l'intranet de la Ville de Paris (IntraParis) -Information régulière via les outils de communication interne (newsletter, articles intranet, conférences, sensibilisations) -6 conférences Puri'Elles ouvertes à l'ensemble des agents sur des thèmes liés au management
Nombre de personnes externes touchées	
Depuis la création de l'initiative	<ul style="list-style-type: none"> -Acteurs de la fonction publique via une publication dans la revue Acteurs publics ("La Ville de Paris élabore un programme ciblé sur les femmes cadres intermédiaires", mai 2024) -Présentation à des réseaux de femmes (réseau des femmes du Ministère de l'Intérieur, réseau dirigeantes et territoires, APHP)

Quel a été l'impact de l'initiative ?

1. Public touché

- Candidatures: 98 candidatures en 2024 - 58 candidatures en 2025
- Directions représentées: 15/24 en 2024 - 17/24 en 2025

2. Satisfaction (verbatims)

- « ateliers et temps d'échanges enrichissants », « intervenantes qui rebondissent sur nos questions/besoins »
- « grande satisfaction à se mobiliser dans le cadre du programme »

3. Evolution de carrière

- Promotions : 6 en 2024 - chiffres en attente pour 2025
- Mobilités: 6 en 2024 - chiffres en attente pour 2025

4. « Mieux-être » au travail (verbatims)

- « j'ai gagné en confiance et en assurance »
- « cela m'a permis de réfléchir à mon avenir professionnel de manière plus fluide »
- « j'ai appris à couper l'accès aux mails en dehors des heures de travail »

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Aspects qui singularisent des groupes d'entraides traditionnels : mise en réseau et offre d'accompagnement via des services internes ; permet de définir ses propres codes de réussite et de bénéficier d'un accompagnement ascensionnel ; périmètre élargi aux femmes issues de l'encadrement intermédiaire (catégorie B) ; permet de faire émerger des propositions pour faire évoluer la politique interne d'égalité ; et mise en place possible à la fois dans le secteur public et privé.

Pour en savoir plus

- <https://www.paris.fr/>

Université de Picardie Jules Verne



Neuro-Inclusion & Innovation UPJV

À l'UPJV, technologies d'assistance, neurostimulation et soutien à la neurodiversité se conjuguent pour prévenir la désinsertion professionnelle. Une démarche pionnière, transposable et fondée sur l'humain et l'innovation.

Année de création de l'initiative : 2020

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
handicap

Nombre de salariés en France : 2 782

Nombre d'étudiants en France : 32 000



Décrivez l'activité de votre organisation

L'objectif est, d'une part, la transmission du savoir par l'enseignement supérieur, mais aussi d'autre part, la recherche universitaire par la conservation dans les bibliothèques universitaires, la valorisation et sa production des travaux.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

"Et si l'innovation technologique devenait un levier d'inclusion ? À l'Université de Picardie Jules Verne, on a décidé d'agir contre la désinsertion professionnelle. Exosquelettes, lampes et écrans adaptés pour les troubles DYS, neurostimulation pour les pathologies lourdes : on équipe, on forme, on accompagne. Résultat ? Moins de douleurs, plus d'autonomie, et des agents qui retrouvent leur place et leur confiance. C'est concret, humain, et surtout... reproductible. L'inclusion, chez nous, c'est une stratégie durable."

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

La problématique centrale identifiée par l'Université de Picardie Jules Verne (UPJV) est la désinsertion professionnelle des agents en situation de handicap ou confrontés à des restrictions de santé. Face à des troubles musculo-squelettiques, des pathologies neurologiques ou des troubles neurodéveloppementaux (DYS, TSA), certains agents risquaient une perte d'autonomie, un reclassement subi, voire une sortie prématurée de l'emploi.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Agents en situation de handicap

Agents titulaires de la Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH)
Agents confrontés à des restrictions fonctionnelles durables (troubles musculo-squelettiques, douleurs chroniques, pathologies neurologiques...)

Agents présentant une neurodiversité

Personnes (agents et doctorants) atteintes de troubles spécifiques des apprentissages (dyslexie)

Agents non diagnostiqués mais présentant des signes de difficultés cognitives ou visuelles (lecture, concentration, fatigue mentale).

- Encadrants et équipes RH

Pour faciliter l'intégration des dispositifs dans les organisations de travail.
Sensibilisation et formation à l'acceptation et au soutien des collègues concernés

- Médecine de prévention et acteurs de la santé au travail

Professionnels impliqués dans l'aménagement des postes, la prévention des TMS et la lutte contre la désinsertion professionnelle.

Utilisateurs des retours d'expérience pour généraliser les bonnes pratiques

Décrivez l'initiative

L'Université de Picardie Jules Verne (UPJV) a mis en œuvre une initiative ambitieuse, inclusive et durable pour prévenir la désinsertion professionnelle des agents en situation de handicap ou présentant des restrictions de santé. Cette démarche repose sur l'introduction progressive de technologies d'assistance innovantes, personnalisées et scientifiquement évaluées.

Trois volets complémentaires structurent l'action :

- Le recours à des exosquelettes passifs (MATE-XT pour les membres supérieurs, MATE-XB pour le rachis) afin de compenser les limitations fonctionnelles liées aux troubles musculo-squelettiques, soulager les efforts physiques, améliorer la posture et préserver l'aptitude au travail.
- L'intégration de dispositifs visuels pour les personnes dyslexiques ou neurodivergentes, comme la lampe et l'écran Lili for Life, qui améliorent la lecture, la concentration, réduisent la fatigue cognitive et soutiennent l'autonomie professionnelle.
- L'expérimentation de la combinaison de neurostimulation EXOPULSE Mollii Suit, destinée à accompagner les agents atteints de pathologies neurologiques (spasticité, SEP...), en stimulant les muscles antagonistes pour favoriser la détente et améliorer la mobilité.

L'initiative repose sur un accompagnement individualisé (formation, réglages, suivi terrain), une coopération interservices et des partenariats scientifiques avec l'Institut Ingénierie de la Santé (2IS) et le CNRS.

Bilan et résultats

Le bilan de l'initiative menée par l'UPJV est très positif, tant en termes de bénéfices individuels pour les agents concernés que d'impacts organisationnels pour l'établissement.

- Amélioration des conditions de travail : les agents équipés d'exosquelettes passifs MATE-XT et MATE-XB rapportent une réduction significative des douleurs musculo-squelettiques (épaules, dos), une posture améliorée et une baisse notable de la fatigue physique. Ces équipements ont facilité le maintien dans l'emploi et allégé les tâches pénibles pour les personnels techniques et de maintenance.
- Inclusion renforcée : des agents ont été équipés en 2023 grâce au financement FIACT (45 800 €). L'impact positif a été observé dès les premières semaines : reprise d'activités professionnelles jusque-là douloureuses, meilleure endurance, confort de travail accru, retour facilité après un arrêt longue durée pour certains agents atteints de pathologies chroniques invalidantes.
- Soutien à la neurodiversité : plusieurs agents et doctorants ont été équipés de la lampe ou de l'écran Lili for Life, améliorant leur concentration, réduisant les erreurs, diminuant le stress cognitif et favorisant l'autonomie. Des témoignages forts évoquent un retour du plaisir de lire et une meilleure intégration dans leur environnement professionnel.
- Effets cliniques mesurables : avec la combinaison EXOPULSE Mollii Suit, les agents atteints de spasticité ont observé une amélioration de la marche, de la motricité fine, voire un abandon de leur canne sur le lieu de travail.
- Appropriation réussie : grâce à une formation ciblée, un accompagnement terrain et une communication adaptée, l'acceptabilité a été excellente.
- Transformation durable : l'initiative a structuré une culture de prévention, de collaboration et d'innovation sociale à l'échelle de l'établissement.

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés directement		
Janvier – Juin 2025	2	2 exosquelettes du rachis
2024	8	2 exosquelettes du rachis 2 combinaisons de neurostimulation 4 lampes pour dyslexique
2023	8	8 exosquelettes des membres supérieurs
2022	2	2 exosquelettes des membres supérieurs
Année de création	2	2 assistances de bras mécanique

Nombre de collaborateurs touchés indirectement

Depuis la création de l'initiative	<p>Pour les exosquelettes: La direction : Président, cabinet du président, DGS, DGS, chargée de mission handicap, responsable du service hygiène et sécurité, les cinq services exploitation et logistique, les direction des finances, les quatre membres de service de médecine de prévention des personnels, la formation spécialisée en matière de santé, sécurité et conditions de travail (F3SCT), Institut ingénierie de la santé etc, Pour la neurodiversité Lampe Lili et écran lili: La direction : Président, cabinet du président, DGS, DGS, chargée de mission handicap, responsable du service hygiène et sécurité, les direction des finances, les quatre membres de service de médecine de prévention des personnels, la formation spécialisée en matière de santé, sécurité et conditions de travail (F3SCT), tous les agents et les doctorants par mails, pour la combinaison de neurostimulation: La direction : Président, cabinet du président, DGS, DGS, chargée de mission handicap, responsable du service hygiène et sécurité, les direction des finances, les quatre membres de service de médecine de prévention des personnels, la formation spécialisée en matière de santé, sécurité et conditions de travail (F3SCT), etc</p>
------------------------------------	--

Nombre de personnes externes touchées

Depuis la création de l'initiative	<p>Pour les exosquelettes :</p> <p>La démarche a mobilisé l'ensemble des instances dirigeantes et des services concernés de l'établissement : le Président, son cabinet, la Direction Générale des Services (DGS), la chargée de mission handicap, le responsable du service hygiène et sécurité, les cinq services d'exploitation et de logistique, la direction des finances, les quatre membres du service de médecine de prévention des personnels, la formation spécialisée en matière de santé, sécurité et conditions de travail (F3SCT), ainsi que l'Institut d'ingénierie de la santé.</p> <p>Pour les dispositifs liés à la neurodiversité (lampe Lili et écran Lili) :</p> <p>La mobilisation a concerné le Président, son cabinet, la DGS, la chargée de mission handicap, le responsable du service hygiène et sécurité, la direction des finances et les membres du service de médecine de prévention des personnels.</p> <p>Pour la combinaison de neurostimulation :</p> <p>Une large diffusion a été réalisée auprès de la direction (Président, cabinet du président, DGS), de la chargée de mission handicap, du responsable hygiène et sécurité, des services logistiques et financiers, du service de médecine de prévention, de la F3SCT, ainsi qu'à l'ensemble des agents et doctorants, via des communications internes par mail.</p>
------------------------------------	---

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Le taux d'emploi de personnes en situation de handicap a évolué comme suit :

- En 2020, sur la base des effectifs au 31/12/2019 : 3,74 %
- En 2021, sur la base des effectifs au 31/12/2020 : 3,39 %
- En 2022 : pas de déclaration effectuée
- En 2023, sur la base des effectifs au 31/12/2022 : 4,32 %
- En 2024, sur la base des effectifs au 31/12/2023 : 5,09 %
- En 2025, sur la base des effectifs au 31/12/2024 : 5,31 %

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Cette initiative conjugue innovation technologique et sociale en intégrant des exosquelettes, la lampe Lili et la neurostimulation pour prévenir la désinsertion professionnelle. Chaque solution est personnalisée, évaluée scientifiquement, et accompagnée d'un suivi individuel. L'approche globale, transposable et fondée sur l'expérience terrain, fait de l'UPJV un modèle pionnier d'inclusion durable.

Pour en savoir plus

- <https://www.u-picardie.fr/>

Alliance Police Nationale



Formation Alliance Police Nationale

Alliance Police Nationale forme ses délégués sur la thématique LGBTQI+ partout sur le territoire métropolitain et en outre-mer. Un périmètre spécifique a été créé en ce sens depuis 2023, un référent national a été nommé pour aider les policiers concernés.

Année de création de l'initiative : 2023

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • LGBTQI+

Nombre de salariés en France : 500



Décrivez l'activité de votre organisation

Aider les policiers à mieux appréhender leurs missions avec le public LGBTQI+ en les formant, en leur donnant les outils adéquats, répondre à leurs interrogations, échanger pour banaliser ce thème: Nommer des référents dans tous les départements et territoires de France. Elaborer de la document spécifique pour les policiers.

Inciter le Ministère de l'Intérieur à mieux former les policiers pour permettre un rapprochement entre la population LGBTQI+ et sa police: cahier revendicatif établi.

Aider les hiérarchies policières dans la gestion RH interne avec les policiers LGBTQI+

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Alliance Police Nationale forme ses délégués sur la thématique LGBTQI+ partout sur le territoire métropolitain et en outre-mer. Un périmètre spécifique a été créé en ce sens depuis 2023, un référent national a été nommé pour aider les policiers concernés.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Difficulté pour cerner exactement la thématique LGBTQI+, inconnue ou mal connue pour certaines personnes. La formation est là pour banaliser le sujet, afin que chacun puisse agir au mieux lors de ses contacts avec les personnes LGBTQI+, qu'elles soient policières ou non.

Quel est le public cible de cette initiative ?

L'ensemble des policiers nationaux dans un premier temps et municipaux ensuite.

Décrivez l'initiative

Je me déplace dans tous les commissariats de France, je forme dans les locaux du bureau national, j'agis en formation dématérialisée pour les personnes en outre-mer. Je décris l'acronyme LGBTQI+, gender fluid, non binaire, cisgenre, mégenrer,... je décris des situations de vie entre policiers, ensuite lors des missions de police sur la voie publique.

Bilan et résultats

Certains membres de notre organisation sont interrogatifs sur la tenue de ces formations dans un premier temps, sont surpris de son utilité puisque que dans les médias ce termes est déjà bien compris. Puis à l'issue, ils se sentent plus à l'aise, plus proche de cette thématique et mieux préparer pour répondre aux nécessité de service public lors de leurs missions. En interne, ils comprennent mieux le ressenti des policiers LGBTQI+. Les policiers LGBTQI+ sont satisfaits qu'enfin cette thématique soient abordées par un syndicat.

Nombre de personnes touchées directement	
Janvier – Juin 2025	189 En 2025, à ce jour 189 policiers nationaux.
2024	348
2023	89
Nombre de personnes touchées indirectement	
Depuis la création de l'initiative	Environ 5 200
Nombre de personnes externes touchées	
Depuis la création de l'initiative	8 000

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Une meilleure compréhension des Policiers sur cette thématique, une satisfaction des personnes LGBTQI+ envers l'accueil des policiers. Un pourcentage de confiance accru.

De façon synthétique, résumez votre initiative et ses résultats clés.

Une formation attendue, en présentiel pour une adaptation concrète à la vie de notre société. rapprocher la population LGBTQI+ de sa police.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Le ministère de l'intérieur ne forme qu'en ligne, aucun présentiel pour répondre aux questions des agents. Notre syndicat est le seul à travailler sur cette thématique.

Pour en savoir plus

- <https://www.u-picardie.fr/>



CATÉGORIE



ENTREPRISE
-1000 salariés

Coopérative Agricole Fleuron d'Anjou



Recrutement via formation tremplin

Comment mettre dans les bonnes conditions de réussite nos futurs collègues de travail? Recrutement et intégration personnes éloignées de l'emploi publics prioritaires (en situation de handicap, jeunes déscolarisés, au RSA, QPV) via une formation tremplin dispensée en entreprise.

Année de création de l'initiative : 2022

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

égalité femmes-hommes • handicap • LGBT+ •
origine sociale et culturelle • multi-générationnel •
Autre : Jeunes déscolarisé, Sénior au RSA

Nombre de salariés en France : 141

Nombre de salariés dans le monde : 141



Décrivez l'activité de votre organisation

Fleuron d'Anjou est une coopérative agricole située dans le Maine et Loire (49), regroupant 84 producteurs adhérents.

Vidéo de présentation de la coopérative :

<https://youtu.be/caEQuz7lhME?feature=shared>

La coopérative possède 3 plateformes logistiques: 2 stations dédiées au conditionnement des légumes sur Mazé/Saumur et une plateforme logistique dédiée à l'horticulture aux Ponts de Cé, en périphérie d'Angers, lieu du projet présenté.

Notre activité est saisonnière comprenant deux pics d'activité importants lors des saisons de printemps et d'automne.

Le travail y est pénible car très physique et les notions de cadence ainsi que de rendement sont fortement attendus. Nous faisons face à une réelle concurrence avec de nombreux pays (Espagne, Italie, Hollande et Allemagne). Nos produits sont reconnus pour leur qualité mais les prix attendus sont faibles tout comme les marges générées. C'est pourquoi, nous nous évertuons à sortir des volumes importants de marchandises afin d'assurer un salaire à nos équipes.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Nous recrutons sans CV via la Méthode de recrutement par simulation. Nous publions une annonce. 100% des candidats sont reçus chez nous pour une présentation puis des tests d'aptitudes réalisés par France Travail, en entreprise. Aucune discrimination possible avec cette méthode. Pour ceux qui en ont besoin et qui le souhaitent, nous les formons. Résultat 100 % sont embauchés à l'issue, 75 % sont toujours en emploi un an plus tard, et l'entreprise gagne en productivité, sécurité et engagement collectif. C'est une réponse humaine, concrète et efficace à la fois pour l'emploi et pour l'inclusion.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Notre plateforme logistique horticole est soumise à de fortes contraintes : activité saisonnière, travail physique, horaires variables selon les commandes passées, recrutement important de 75 salariés. Il y a encore quelques années, nous faisons face à un turn-over important, à des grosses difficultés de recrutement et à une absence totale de collaborateurs en situation de handicap.

Nous avons décidé de recruter différemment avec la Méthode de Recrutement par Simulation (MRS), pour évaluer les aptitudes plutôt que les CV et donner sa chance à des profils souvent écartés par a priori.

Mais un constat persistait : certains candidats – notamment en situation de handicap ou très éloignés de l'emploi – avaient besoin d'un temps de transition.

C'est ainsi qu'est née notre formation préalable à l'embauche, pensée comme une "marche" d'accès vers l'emploi : progressive, sécurisée, encadrée.

L'objectif était double : intégrer durablement des personnes qui en avait besoin, éloigné de l'emploi, en situation de handicap, et sécuriser nos recrutements saisonniers tout en renforçant l'engagement collectif.

Ce projet s'inscrit dans une logique RH, sociale et managériale : il répond à une réalité terrain, mais aussi à une volonté d'inclusion ancrée dans nos valeurs.

Une étude psychosociale, mise en pièce jointe, réalisée sur site a confirmé que l'inclusion donnait du sens au travail pour tous, et permettait de construire une performance collective durable, basée sur la solidarité et l'engagement.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Personnes ayant besoin d'une transition ou s'un coup de pouce entre une période d'inactivité et le travail que nous leur proposons.

Souvent, ce public a fait face à une période d'inactivité liée à un accident de la vie : handicap, burn-out ou simplement la recherche de confiance en soi et d'une vocation.

Dans les faits, sur les 4 dernières années, quasiment la totalité de l'effectif est considérée comme public prioritaire:

- Les demandeurs d'emploi de 26 à 54 ans sans baccalauréat obtenu ;
- Les publics ci-après sans condition de diplôme : les demandeurs d'emploi allocataires du RSA, reconnus travailleurs handicapés, ou séniors de 55 ans et plus ;
- Les demandeurs d'emploi de moins de 26 ans jusqu'au niveau Bac + 2 non obtenu.

Dans notre cas, ce sont essentiellement des personnes avec une RQTH, au RSA, des jeunes déscolarisés, issus des quartiers prioritaires ou de nationalité étrangère.

Décrivez l'initiative

Il y a six ans, nous ne comptions aucune personne en situation de handicap dans nos effectifs. Aujourd'hui, elles représentent 9 %.

Pour accompagner ces personnes, souvent éloignées de l'emploi, nous avons construit une "marche d'accès" progressive et adaptée, avec une formation préalable à l'embauche d'un mois. Elle associe des modules logistiques (CACES 1 et 3, SST), du renforcement musculaire, des ateliers de confiance en soi, de nutrition, de logique, de communication et des visites d'entreprises partenaires qui ont des besoins de recrutement et qui pourront embaucher ces personnes après notre saison. Cette formation rémunérée, s'adresse à 12 personnes, dont 50 % sont en situation de handicap. Le groupe est volontairement mixte (valides / non-valides) afin de favoriser la solidarité d'emblée, créer un esprit d'équipe. Il s'agit de former un petit groupe d'individus dans un plus grand groupe déjà existant, c'est à dire que ces 12 personnes vont avoir un vécu ensemble ; ce qui favorisera leur intégration avec les 63 autres préparateurs de commandes.

Les stagiaires réalisent ensuite 42 h de stage en plateforme auprès d'un formateur dédié, formé à la pédagogie AFEST.

Le projet est co-construit avec France Travail, Cap Emploi 49, OCAPIAT, le DEAC 49, ALDEV et des entreprises du territoire. L'objectif est clair : permettre à chacun de réussir son retour à l'Emploi dans des conditions réelles, tout en formant un collectif solide, solidaire et performant.

Ce projet est né d'un besoin terrain, et s'appuie sur une étude psychosociale menée sur site : il améliore l'inclusion, la qualité de vie au travail et l'efficacité collective. Chaque année, nous recrutons pour notre saison horticole. Nous avons fait le choix de former, intégrer et accompagner au mieux, avec sens, méthode et humanité.

Bilan et résultats

Chaque session accueille 12 personnes, avec un objectif de 50 % en situation de handicap. Depuis la création de cette formation tremplin, 100 % des personnes ayant suivi le parcours ont été embauchées chez Fleuron d'Anjou pour la saison horticole.

Un an après la formation, 75 % sont toujours en emploi, au sein de Fleuron d'Anjou ou chez des partenaires (Source France Travail - Contact: julie.mouriou@francetravail.fr 0629971204 et/ou Cap emploi49: Armelle Kieffer: a-kieffer@reactive49.fr 0625040683)

En interne, nous constatons une hausse de la productivité, une baisse importante des accidents de travail, une diminution d'erreurs de préparation et une fidélisation accrue des saisonniers.

L'étude psychosociale menée sur site, confirme que cette démarche renforce le sens du travail pour tous : collaborateurs RQTH comme valides. L'inclusion a amélioré la cohésion, la confiance et l'engagement.

Le travail avec les partenaires permet un sourcing plus efficace, un meilleur accompagnement et une adaptation fine aux besoins spécifiques (P.A.S., aménagements, etc.).

Les formateurs en interne sont de plus en plus nombreux à être formés à l'AFEST : une méthode de formation en condition de travail basé sur Montessori avec le droit à l'erreur en échangeant et en pratiquant.

De plus, cet projet a permis de lutter concrètement contre un apriori répandu : "Préparateur de commandes et Handicap ne sont pas compatibles." C'est non seulement possible, mais c'est bénéfique pour tous.

Chaque année, la formation est enrichie et reconduite, preuve de sa pertinence. Cette année, un module Self Défense a été ajouté. Nous travaillons en horaire décalé et nos collègues sont amenés à rentrer seul tardivement dans leur quartier (QPV). Ce projet fonctionne parce qu'il est co-construit, porté et enrichi au fil des ans par ceux qui en bénéficient.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025	13	13 collaborateurs ont bénéficié de notre programme tremplin cette année dont : <ul style="list-style-type: none">• 3 collaborateurs en situations de handicap (psychiques, visuel, autisme)• 2 jeunes déscolarisés dont une en transition de genre• 1 collaboratrice de culture différente• 1 collaboratrice au RSA Maman solo de 4 enfants n'ayant jamais travaillé• 5 collaborateurs (trices) issus des QPV (Quartiers Prioritaires de la ville d'Angers)• 1 sénior de plus de 58 ans.
2024	12	12 collaborateurs formés puis embauchés dont : <ul style="list-style-type: none">• 10 jeunes de moins de 25 ans dont 2 collaborateurs déscolarisés après la 3ème (harcèlement scolaire=>perte de confiance en lui et problème familiaux pour le deuxième).• 2 collaboratrices avec une RQTH
2023	14	14 collaborateurs formés puis embauchés dont: <ul style="list-style-type: none">• 5 collaborateurs (trice) avec une RQTH (Autismes, psychiques, déficients visuels)• 1 collaborateur ancien mineur isolé et de culture différente.• 1 collaborateur sénior de 57 ans qui n'avait plus travaillé durant 2 ans suite à un Burn out, vécu dans son entreprise précédente• 1 collaboratrice en grande précarité (recommandée par l'Association "L'abri de la providence")• 3 collaborateurs - niveau infra Bac - qui n'ont pas travaillé depuis plus de 3 ans.
2022	12	12 collaborateurs formés puis embauchés dont: <ul style="list-style-type: none">• 4 RQTH (autismes, maladie psychiques, maladie des os, NC)• 3 Issues des Quartiers Prioritaires de la Ville d'Angers• 3 jeunes descolarisés
Année de création		Initiative commencée en 2022, en 2021 nous avons un SKOLA Logistique avec les Apprentis d'Auteuil à destination de 12 jeunes de moins de 25 ans mais le dispositif n'a eu lieu qu'une année, faute de financements.

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la création de l'initiative	300	Depuis sa création, notre initiative a touché indirectement plus de 300 collaborateurs sur notre site logistique via la communication interne, les échanges en équipe, la formation AFEST des formateurs et l'intégration des nouveaux arrivants. Elle a également sensibilisé des entreprises partenaires, cf. article de presses ci-joint, des acteurs de l'emploi (France Travail, Cap Emploi, OPCO, ALDEV Angers Loire Développement), et des étudiants lors de témoignages ou conférences (ex. : présentation auprès du MEDEF 49 avec CHEOPS, interventions terrain avec France Travail et partenaires RH), ainsi que le trophée #activateursdeprogrès reçu l'année dernière dont nous sommes très fier. Nous demandons qu'a faire connaître notre démarche, notre témoignage de cette dynamique inclusive. Car oui la diversité est une chance pour les entreprises.
------------------------------------	------------	---

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative	500	Depuis son lancement, notre initiative a touché environ 500 personnes extérieures à l'entreprise. Cela inclut les candidats accompagnés par France Travail, Cap Emploi, DEAC 49 sensibilisés au projet, les partenaires d'entreprises impliqués dans les visites ou recrutements (U Logistique, Leclerc Drive, XPO, Syngenta...), ainsi que les professionnels RH et institutionnels rencontrés lors d'événements comme la présentation au MEDEF ou les réunions inter-entreprises. L'initiative a aussi inspiré d'autres entreprises locales à s'ouvrir à l'inclusion avec des CDI à la clef et des belles histoires pour des personnes avec qui nous avons collaborées.
------------------------------------	------------	---

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Depuis 4 ans, 100 % des personnes ayant suivi la formation sont embauchées pour la saison. Un an après, 75 % sont toujours en emploi. Le taux d'emploi des personnes RQTH sur la plateforme est passé de 0 % à 9 %. Nous constatons une baisse significative des accidents de travail, une hausse de la productivité et une fidélisation accrue. L'engagement des équipes est renforcé par une culture du sens et de l'entraide. L'étude psychosociale le confirme : l'inclusion donne du sens au travail pour tous. Nous sommes fiers d'avoir permis de combattre les aprioris. Notre activité horticole étant saisonnière, nous sommes d'accompagner, de former (avec une formation innovante), apporter l'emploi et être un tremplin pour l'avenir.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Nous avons créé une formation innovante rémunérée, sur-mesure, co-construite avec nos partenaires, pour préparer des personnes en situation de handicap, éloigné de l'emploi à un métier physique et exigeant. L'innovation : une "marche vers l'emploi" mêlant renforcement physique, confiance en soi, AFEST, CACES, visites d'entreprises...dans un groupe mixte valides/handicap, favorisant l'entraide dès le départ. Une réponse concrète, humaine et efficace à l'exclusion invisible dans le monde logistique.

Pour en savoir plus

- <https://www.groupefleurdanjou.fr/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=qE4O9kNxbpI>

Michael Page

Michael Page

Reverse Mentoring DE&I

Un dispositif qui permet à des collaborateurs issus de groupes sous-représentés de mentorer des leaders favorisant ainsi un échange enrichissant, une meilleure compréhension des enjeux DE&I et de leurs impacts dans les trajectoires professionnelles et l'expérience collaborateurs.

Année de création de l'initiative : 2024

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

égalité femmes-hommes • handicap • LGBT+ •
origine sociale et culturelle •
Autre : inclusion organisationnelle

Nombre de salariés en France : 700

Nombre de salariés dans le monde : 6 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Cabinet de recrutement spécialisé.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Le reverse mentoring DE&I est un dispositif qui permet à des collaborateurs issus de groupes sous-représentés de mentorer des leaders, favorisant ainsi un échange enrichissant et une meilleure compréhension des enjeux diversité, équité et inclusion (DE&I), ainsi que de leurs impacts sur les trajectoires professionnelles et l'expérience collaborateur. Depuis 2024, 29 participants se sont engagés dans ce dispositif et initié des actions concrètes comme des tables rondes et un guide handicap, transformant la culture managériale vers plus d'inclusion.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

L'organisation a mis en place le dispositif de reverse mentoring DE&I dans un contexte marqué par plusieurs constats convergents.

D'une part, des écarts de perception sur les enjeux de diversité, d'équité et d'inclusion ont été identifiés entre le top management et le terrain.

Ces écarts reflétaient une méconnaissance des réalités vécues par certains collaborateurs.trices issus de groupes sous-représentés ou exposés à des risques de discrimination.

D'autre part, les évolutions sociétales et les attentes croissantes en matière d'inclusion ont renforcé la nécessité pour l'entreprise d'incarner ses engagements RSE et DE&I de manière concrète. Notre stratégie DE&I de l'entreprise est centrée sur l'humain et l'exemplarité managériale et appelle donc à des approches innovantes permettant de rendre les dirigeants plus à l'écoute et plus conscients des enjeux vécus par certains collaborateurs.trices.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Les dirigeant·e·s, (mentees) sont les bénéficiaires du mentoring inversé. Leur rôle stratégique dans la transformation de la culture d'entreprise rend essentiel leur sensibilisation directe aux enjeux de diversité, d'équité et d'inclusion. Le dispositif vise à les accompagner dans le développement d'un leadership plus conscient, plus inclusif et mieux connecté aux réalités du terrain.

Les collaborateurs.trices issu·e·s de la diversité (mentors) proviennent de différents métiers, divisions, niveaux hiérarchiques et localisations (Paris et régions), et sont concernés directement par les enjeux d'inclusion et d'équité. Le dispositif leur donne un espace pour partager leur vécu, faire entendre leur voix, et agir comme acteurs du changement.

Décrivez l'initiative

Le reverse mentoring DE&I est une initiative interne qui vise à faire évoluer les pratiques managériales et les représentations liées à la diversité, l'équité et l'inclusion en créant un espace de dialogue entre collaborateurs trices représentant la diversité de l'entreprise (mentors) et dirigeants (mentees).

Les thématiques de l'édition :

- Être une personne noire qui questionne l'identité de genre dans le monde du travail
- L'inclusion LGBT en entreprise vu en tant que homme gay
- L'invisibilité des femmes lesbiennes dans le monde professionnel
- Les femmes noires face au poids des représentations et des discriminations dans le monde du travail
- La maladie, l'état de santé et la représentation du handicap au travail
- L'engagement et la valorisation des fonctions supports
- La place des femmes en entreprise
- L'expérience d' un homme noir et de nationalité étrangère dans le monde du travail en France

Objectif :

exposer les cadres dirigeants à des vécus qu'ils n'expérimentent pas eux-mêmes, afin de les aider à prendre conscience de leurs angles morts, renforcer leur posture de leaders inclusifs en devenant des relais de l'inclusion à leur niveau.

Moyens mis en œuvre :

- Mobilisation de profils volontaires pour le rôle de mentor, parmi des collaborateurs trices concerné-e-s par les enjeux DE&I et/ou issus de groupes sous-représentés.
- Ciblage stratégique des mentees, membres du top management, identifiés comme leviers clés de transformation culturelle.
- Accompagnement personnalisé des mentors par la DE&I (guides d'entretien, cadrage méthodologique, trame de 4 à 5 rencontres).
- Animation du dispositif par l'équipe DE&I,
- Temps de lancement, points de suivi et restitution finale, pour garantir le bon déroulement et la capitalisation des apprentissages.

Bilan et résultats

Le bilan du dispositif de reverse mentoring DE&I est très positif, tant en termes d'engagement que d'impact perçu par les participant·e·s.

Du côté des mentees 100 % déclarent que le dispositif leur a permis de mieux comprendre les enjeux de diversité, d'équité et d'inclusion dans l'entreprise. Plusieurs ont identifié des angles morts dans leurs pratiques managériales et engagé des actions concrètes (évolution de processus, engagements en comité de direction, soutien renforcé aux initiatives DE&I).

Les mentors expriment un fort sentiment d'utilité et de reconnaissance. 100 % se disent fiers d'avoir contribué à faire évoluer les mentalités à un niveau stratégique, soulignant le caractère transformateur de l'expérience. Plusieurs binômes ont co-construit des initiatives concrètes à l'issue de leur parcours, parmi lesquelles :

- une table ronde sur l'invisibilisation des lesbiennes en entreprise,
- une table ronde sur les stéréotypes et les préjugés racistes et leurs impacts
- un guide sur le handicap (en cours),
- des ajustements d'outils RH et managériaux,
- et des propositions d'indicateurs plus inclusifs.

Le dispositif a renforcé la culture du feedback, créé des ponts entre profils divers et valorisé les trajectoires souvent peu visibles dans l'organisation. Son succès a conduit à son intégration dans la stratégie annuelle de transformation managériale et à une réflexion sur son déploiement dans d'autres pays.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin
2025

En 2025 - nous avons eu 2 fois plus de volontaires pour intégrer les ERG et particulièrement Unity@Page (origines ethnoculturelles et sociales) et Familles@Page (parentalités et aidance)

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

2024

7 binômes mentor/mentee engagés dans le dispositif, soit 14 personnes impliquées en profondeur dans un parcours de 4 à 5 rencontres, accompagné par l'équipe DE&I.
2 tables rondes internes co-construites par les binômes et ouvertes à l'ensemble des salarié·e·s, ayant réuni respectivement environ 140 et 165 participant·e·s :
L'une sur l'invisibilisation des lesbiennes en entreprise,
L'autre sur les stéréotypes racistes et leurs impacts sur les individus.
À cela s'ajoutent les retombées indirectes (prise de conscience managériale, relais en comité de direction, effet d'entraînement sur les équipes), difficiles à chiffrer mais notables en termes de dynamique interne.

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la
création de
l'initiative

Depuis sa création, l'initiative de reverse mentoring DE&I a touché la quasi-totalité de nos collaborateurs. trices via différentes actions de communication et de diffusion en interne.via :
- des communications internes (newsletters, intranet, interviews, témoignages),
- la valorisation des initiatives issues du programme (guides, événements, partages d'expérience).
- environ 150 collaborateurs ont assisté à des événements internes ouverts impulsés ou animés par des binômes (tables rondes, webinaires thématiques).
Cette diffusion indirecte a contribué à renforcer la culture DE&I dans l'ensemble de l'organisation et à sensibiliser un plus grand nombre au rôle que chacun·e peut jouer dans un environnement plus équitable.
Concernant la communication externe, le programme de reverse mentoring DE&I a également eu une portée significative sur notre compte LinkedIn entreprise.

Nombre de personnes externes touchées en France

Concernant la communication externe, le programme de reverse mentoring DE&I a également eu une portée significative sur notre compte LinkedIn entreprise avec environ 200 interactions (likes, commentaires, partages)

Quel a été l'impact de l'initiative ?

- Engagement des mentees (dirigeants) : 100 % ont confirmé une meilleure compréhension des enjeux DE&I et se disent prêts à intégrer ces apprentissages dans leurs pratiques managériales.
- Engagement des mentors : 100 % ressentent que leur participation a eu un impact positif sur leur reconnaissance professionnelle et leur sentiment d'appartenance.
- Actions concrètes initiées : plus de 75 % des binômes ont proposé ou co-construit au moins une initiative liée à la diversité ou à l'inclusion.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Cette initiative est innovante car elle renverse les codes traditionnels du mentoring en donnant la parole à des collaborateurs issus de groupes sous-représentés pour former les dirigeants. Ce dispositif favorise un dialogue direct et authentique sur les enjeux DE&I, permettant une transformation profonde des mentalités et des pratiques managériales, tout en co-construisant des actions concrètes pour une culture d'entreprise plus inclusive.

Pour en savoir plus

- <https://www.michaelpage.fr/>

Change Please France

CHANGE PLEASE
COFFEE

Change Please France forme et accompagne des personnes sans domicile fixe au métier de barista. Nous finançons cette mission grâce à nos services autour du café, offrant ainsi un impact social concret et durable à travers chaque tasse servie.

Année de création de l'initiative : 2021

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • LGBT+ •
origine sociale et culturelle

Nombre de salariés en France : 23

Nombre de salariés dans le monde : Plus de 100 (variable en fonction des départs des baristas en insertion)



Décrivez l'activité de votre organisation

Change Please est une entreprise sociale qui forme et emploie des personnes sans domicile fixe au métier de barista, leur offrant ainsi un chemin vers l'insertion professionnelle durable. Nous finançons cette mission grâce à la vente de café en grains, à la gestion d'espaces barista en entreprise et à des animations événementielles autour du café.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Change Please forme et emploie des personnes sans domicile fixe comme baristas, en les accompagnant vers un emploi durable et un logement stable. Depuis 2021, 38 personnes ont bénéficié du programme, avec un taux de sortie positive de 80% en 2024. Ce modèle innovant conjugue impact social et café en entreprise;

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

En France, plus de 300 000 personnes sont sans domicile fixe. En parallèle, le secteur de la restauration est particulièrement sous tension, avec 91 % des restaurateurs déclarant rencontrer des difficultés de recrutement. Nous le constatons quotidiennement : les coffee shops publient sans cesse des annonces pour recruter des baristas. En réponse à ce double constat social et économique, Change Please s'est implanté en France en 2021, puis a obtenu le statut d'entreprise d'insertion en 2022. L'objectif : offrir une solution d'inclusion professionnelle durable à des personnes très éloignées de l'emploi, tout en répondant aux besoins en recrutement du secteur.

Quel est le public cible de cette initiative ?

L'initiative s'adresse à un public en grande précarité comprenant notamment des personnes réfugiées, des femmes en situation d'isolement ou de violence, des personnes LGBTQIA+ en rupture familiale, ainsi que des individus confrontés à l'exclusion sociale. Tous partagent une situation d'instabilité liée à l'absence de logement pérenne (hébergement d'urgence, errance, ou situation de mal-logement). Ce public prioritaire de l'action sociale fait face à des freins multiples à l'emploi.

Décrivez l'initiative

Change Please propose un parcours d'insertion complet pour les personnes sans domicile fixe, reposant sur un contrat à durée déterminée d'insertion (CDDI) de 7 mois, avec possibilité de prolongation. Les bénéficiaires sont formés au métier de barista et travaillent dans nos cafétérias d'entreprise. Le contrat peut être rompu à tout moment si une opportunité d'emploi durable se présente.

L'accompagnement débute par un suivi social intensif (logement, santé, régularisation, dettes), puis se concentre sur le retour à l'emploi : CV, coaching, préparation aux entretiens sur le temps de travail, don de tenues professionnelles via La Cravate Solidaire. Des cours de français sont proposés si besoin.

100 % des bénéfices issus de la vente de café en grains, de la gestion d'espaces cafétéria et de notre chariot événementiel financent l'insertion des bénéficiaires.

Bilan et résultats

Depuis sa création, l'initiative a accompagné 38 personnes sans domicile fixe, totalisant plus de 25 000 heures d'accompagnement individualisé. Grâce à la mise en place de 10 espaces barista en entreprise, le dispositif favorise l'immersion professionnelle et la montée en compétences. En 2024, 80 % des bénéficiaires ont accédé à un emploi durable en CDI, témoignant de la pertinence et de l'efficacité du parcours d'insertion.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France	
Janvier – Juin 2025	En 2025, 10 personnes ont été recrutées (4 en février, 6 en mai). Parmi elles, 9 ont accédé à un emploi durable (CDI ou équivalent). Par ailleurs, 9 bénéficiaires ont reçu un accompagnement spécifique pour stabiliser leur logement et ont suivi des cours de langue dans le cadre du programme.
2024	En 2024, 14 baristas ont été recrutés et 10 ont obtenu un contrat durable (CDI) avec un 80% de sorties vers l'emploi durable.
2023	En 2023, 10 baristas ont été recrutés, avec un taux de 71 % de sorties vers un emploi durable.
2022	En 2022, 5 baristas ont été recrutés.
Année de création	Depuis sa création, l'initiative a accompagné 38 personnes sans domicile fixe, totalisant plus de 25 000 heures d'accompagnement individualisé.

Quel a été l'impact de l'initiative ?

À l'échelle internationale, le programme Change Please démontre une forte capacité d'impact social. Entre 2023 et 2024, 214 personnes ont rejoint le programme au Royaume-Uni. En France et aux États-Unis, où le dispositif a été lancé fin 2021, 10 personnes ont été accompagnées sur cette période en France, et 19 aux États-Unis.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Notre initiative est innovante car elle combine un modèle économique autonome à une mission sociale forte. Chaque euro généré par la vente de café finance l'accompagnement et l'emploi de personnes sans domicile fixe. En intégrant des espaces barista en entreprise, nous créons un cercle vertueux favorisant l'inclusion durable et un pont concret entre économie classique et économie sociale et solidaire.

Pour en savoir plus

- <https://changeplease.fr/>

R.A.S Intérim

Agir au féminin

Agir Au Féminin, c'est former pour transformer ! Nous faisons tomber les barrières dans les métiers dits masculins en faveur des femmes en reconversion, du recrutement à la mise à l'emploi. Acteur engagé, nous faisons de la mixité professionnelle une réalité.



Année de création de l'initiative : 2020

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes

Nombre de salariés en France : 950

Nombre de salariés dans le monde : 1 050



Décrivez l'activité de votre organisation

R.A.S Intérim, groupe familial fondé en 1969, défend une vision de l'intérim qui place l'humain au centre de ses préoccupations. En s'appuyant sur son réseau de 1000 experts à travers 190 agences et de son service unique 24h24 et 7j/7 qui assure une continuité de service inégalée, l'entreprise guide et soutient les intérimaires dans la construction de leur parcours professionnel, tout en garantissant aux entreprises un service réactif et personnalisé. Cette approche novatrice renforce la position de R.A.S Intérim en tant que précurseur dans le secteur, démontrant que l'intérim peut être à la fois assumé, responsable, innovant et résolument tourné vers l'avenir.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Le programme « agir au féminin » vise à promouvoir l'égalité et la visibilité des femmes dans les domaines où la mixité professionnelle reste à développer. Par des campagnes de sensibilisation et des partenariats stratégiques avec les acteurs locaux, cette démarche a permis de transformer la vie de 415 participantes, favorisant leur inclusion dans des métiers dits "masculins". Une action concrète pour un changement éthique et durable !

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Dans le cadre de notre stratégie RSE, nous avons lancé la démarche "Agir Au Féminin" avec une conviction forte : accélérer la mixité professionnelle dans les métiers dits masculins.

Notre point de départ ? Le transport routier de marchandises, un secteur en tension où les femmes représentent à peine 4 % des conducteurs. En tant que leader de l'intérim dans ce domaine, nous avons choisi d'agir là où notre impact serait immédiat et concret. Former des femmes à ces métiers, c'est répondre à une double urgence : sociale et économique.

À travers la démarche "Agir Au Féminin", nous voulons casser les stéréotypes, attirer les femmes vers des secteurs porteurs, créer des vocations durables et apporter plus de diversité dans les équipes. Car la mixité n'est pas seulement une question d'égalité : c'est un levier de performance, d'innovation et de cohésion.

Aujourd'hui, cette démarche s'étend à d'autres secteurs comme le transport de voyageurs et la logistique. Partout, notre ambition reste la même : ouvrir le champ des possibles aux femmes, et faire évoluer les mentalités dans les entreprises.

Quel est le public cible de cette initiative ?

La démarche "Agir Au Féminin" s'adresse à des femmes en reconversion professionnelle, en recherche d'emploi, qui souhaitent donner un nouveau sens à leur parcours. Certaines rêvaient, enfants, de conduire un camion. D'autres cherchent aujourd'hui un métier qui leur ressemble davantage, en phase avec leurs aspirations profondes et leur personnalité.

Trop souvent orientées vers des voies par défaut, freinées par des contraintes sociales ou familiales, ces femmes n'ont pas toujours eu l'opportunité de s'épanouir professionnellement. Ce projet leur offre une seconde chance, un nouveau départ.

Les métiers de conductrice poids lourd (PL) ou super poids lourd (SPL), longtemps perçus comme masculins, sont accessibles à toutes les femmes de plus de 18 ans titulaires du permis B. Aucun parcours n'est trop atypique, aucune ambition n'est trop grande : nous croyons en leur potentiel, et nous leur donnons les moyens de le révéler.

Décrivez l'initiative

Parce qu'embrasser un nouveau métier ne se résume pas à suivre une formation, notre démarche "Agir au Féminin" en lien avec notre process de recrutement sécurisé offre un accompagnement complet, bienveillant et structuré, où chaque femme est guidée pas à pas vers sa réussite :

- Tout commence par une rencontre : un sourcing élargi pour attirer et sensibiliser celles qui rêvent d'un avenir différent.
- Une sélection sur mesure : des tests et entretiens pour s'assurer que chaque candidate puisse construire son projet professionnel avec confiance.
- Un job dating qui ouvre des portes : des échanges directs avec les entreprises utilisatrices pour créer les meilleures opportunités de "mariages professionnels"
- Une immersion grandeur nature : en mode « vis ma vie » sur le terrain pour ressentir la réalité du métier et se projeter pleinement.
- Une formation certifiante et prise en charge : comme par exemple l'obtention des permis poids lourds, mais aussi un titre professionnel du Ministère du Travail, clé d'entrée vers une carrière durable.
- Un accompagnement jusqu'à l'emploi : car l'objectif n'est pas seulement de former, mais d'offrir un métier, un avenir, une place dans le monde des métiers dit masculins.

Notre démarche "Agir Au Féminin" s'inscrit dans une dynamique territoriale forte, en lien avec les besoins en emploi. Nous collaborons avec France Travail et tous les acteurs publics de l'emploi pour le sourcing, les entreprises locales engagées dans la féminisation, ainsi que les organismes de formation qui assurent la mise en œuvre pédagogique. Ensemble, nous créons des parcours pour attirer les femmes vers des métiers en tension, casser les stéréotypes et renforcer l'égalité professionnelle sur le terrain.

Un bilan impactant et porteur d'espoir !

Cinq ans après son lancement, la démarche "Agir Au Féminin" affiche des résultats très encourageants. Grâce à l'engagement de 50 agences R.A.S Intérim à travers la France, 415 femmes ont été accompagnées dans leur reconversion vers des métiers longtemps considérés comme masculins.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : 95 % de réussite aux examens, 90 % de mise à l'emploi dans leur nouveau métier. La majorité (85 %) a intégré le transport routier de marchandises, 10 % le transport de voyageurs, et 5 % la logistique.

Plus de 100 entreprises partenaires ont ouvert leurs portes à ces nouvelles recrues, convaincues par la démarche et pleinement satisfaites de l'intégration de ces talents féminins dans leurs équipes.

Au-delà des chiffres, ce sont des parcours de vie transformés, des femmes aujourd'hui épanouies, confiantes et fières de contribuer activement à la mixité professionnelle. Leur réussite incarne la force du collectif et la puissance du changement quand il est porté avec conviction.

Nombre de collaborateurs touchés directement		
Janvier – Juin 2025	21	2025 : 21 femmes en cours de formation aux métiers de la conduite du transport routier de marchandises (5 pour le permis C, 16 pour le permis C/CE).
2024	87	2024 : 87 femmes formées aux métiers de la conduite du transport routier de marchandises et de voyageurs (35 en permis C, 33 en permis C/CE et 19 en permis D).
2023	94	2023 : 94 femmes formées aux métiers de la conduite du transport routier de marchandises et de voyageurs (70 en permis C, 20 en permis D et 4 en permis C/CE).
2022	84	2022 : 84 femmes formées aux métiers de la conduite du transport routier de marchandises et de voyageurs (30 en permis C, 30 en permis D et 24 en permis C/CE).
Année de création	100 29	2021 : 100 femmes formées aux métiers de la conduite du transport routier de marchandises et de voyageurs (29 en permis C/CE, 41 en permis C et 23 en permis D) et 7 femmes formées aux métiers de la logistique (magasinière, préparatrice de commandes et cariste). 2020 : 29 femmes formées aux métiers de la conduite du transport routier de marchandises (10 en permis C/CE et 19 en permis C).
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France		
Depuis la création de l'initiative		Le service marketing et communication (3 personnes), le service formation (2 personnes), la direction commerciale (6 personnes), le réseau d'agences (120 personnes), les directeurs régionaux (7 personnes), le comité RSE (11 personnes), le CODIR (7 personnes), les organismes de formation (100 personnes), les clients (100 personnes), les acteurs de l'emploi (100 personnes), notre agence de presse (2 personnes).
Nombre de personnes externes touchées		
Depuis la création de l'initiative	415	Cinq ans après son lancement, la démarche "Agir Au Féminin" affiche des résultats très encourageants. Grâce à l'engagement de 50 agences R.A.S Intérim à travers la France, 415 femmes ont été accompagnées dans leur reconversion vers des métiers longtemps considérés comme masculins. Cette démarche nous a permis de renforcer notre ancrage territorial avec nos 100 clients participants à cette opération et les retombées médiatiques sur les réseaux sociaux, les émissions de télévision, radios et les actions de sponsoring (grand prix de France camions).

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Le résultat de cette démarche est très positif puisqu'il a permis d'obtenir un taux de mise à l'emploi de 90% sur l'ensemble des femmes formées aux métiers du transport et de la logistique.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

La démarche « Agir au féminin » est bien plus qu'un simple programme d'accompagnement. C'est un mouvement qui vise à transformer le paysage professionnel en valorisant les femmes et en favorisant l'égalité des chances. Par son approche inclusive, ses actions concrètes et ses partenariats stratégiques, cette initiative se positionne comme un modèle d'innovation sociale et professionnelle. Elle incarne la vision d'un avenir où chacun, quelle que soit son identité, peut s'épanouir.

Pour en savoir plus

- <https://www.ras-interim.fr/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=iRVZU9LrD00>

Engagements EDI

Mise en place d'un programme dédié à nos engagements EDI avec deux piliers clés : - Handicap : avantages sociaux spécifiques, référent handicap, plateforme de soutien maladie... - Parité F/H : formation dédiée, sensibilisation, équité salariale, process de recrutement...

Année de création de l'initiative : 2024

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • handicap

Nombre de salariés en France : 300

Nombre de salariés dans le monde : 800



Décrivez l'activité de votre organisation

Boralex est un producteur canadien d'énergie renouvelable qui développe, construit et exploite des installations éoliennes, solaires, hydroélectriques et de stockage au Canada, aux États-Unis, en France et au Royaume-Uni. Leader indépendant de l'éolien terrestre en France, Boralex œuvre pour une transition énergétique durable avec plus de 3,1 GW de puissance installée.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Chez Boralex, l'EDI s'inscrit dans une dynamique de transformation stratégique et de RSE. Structurée autour de 4 axes – formation, recrutement, soutien et initiatives communautaires – notre démarche mobilise largement. Nos collaborateurs s'engagent (92 % formés aux biais inconscients), les femmes accèdent à plus de postes, et l'égalité progresse (index égapro 98/100). Grâce à ColineCare ou H&S Alert, chacun trouve écoute et appui. Sur le terrain, nous agissons aussi, dans les écoles et via des défis solidaires, pour préparer les générations futures à un avenir durable et plus inclusif.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Chez Boralex, les initiatives relatives à l'Équité, la Diversité et l'Inclusion (EDI) ont vu le jour dans le cadre d'une transformation stratégique globale. Cette démarche est caractérisée par un engagement fort à intensifier la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE).

- Intégration à la stratégie d'entreprise : Depuis près de cinq ans, Boralex a intégré la RSE — et donc l'EDI — à sa planification stratégique, avec l'ambition de devenir une référence en la matière dans le secteur des EnR.
- Vision à long terme : L'entreprise s'est engagée dans une croissance durable, où la performance économique va de pair avec des retombées positives pour les communautés et les employés.
- Culture d'entreprise inclusive : L'EDI est désormais un pilier de la culture Boralex, avec des actions concrètes comme des formations internes, des outils de sensibilisation et une gouvernance adaptée pour favoriser un environnement de travail équitable et respectueux

Ces engagements font partie d'une initiative globale qui vise à positionner Boralex comme un acteur responsable, innovant et humainement impliqué dans la transition énergétique.

Quel est le public cible de cette initiative ?

1. Tous les employés

- Sensibilisés afin de créer un environnement de travail inclusif, respectueux et équitable pour chaque personne, en valorisant la diversité des profils, des parcours et des perspectives.

2. Les gestionnaires et membres du comité de direction

- Être formés à des pratiques de gestion inclusive
- Intégrer l'EDI dans leurs décisions de recrutement, d'évaluation et de développement
- Jouer un rôle de modèle et de relais dans la culture d'entreprise

3. Les équipes RH et TI

Ces équipes sont impliquées dans la mise en œuvre concrète des actions EDI, notamment à travers :

- Le développement de politiques internes
- L'intégration de critères EDI dans les processus de recrutement et de gestion des talents
- Le suivi des indicateurs de diversité

4. Les partenaires

- Collaboration avec des partenaires répondant à un cahier des charges en lien avec notre code éthique.
- Appel à des entreprises adaptées

Décrivez l'initiative

Les actions sont structurées autour de 4 axes majeurs:

1. Formation et sensibilisation

Depuis 2024, des formations obligatoires sont proposées chaque année à l'ensemble des collaborateurs sur les biais inconscients et les pratiques inclusives, le handicap en milieu professionnel et la sécurité psychologique. Des webinaires avec des témoignages de collaborateurs et d'experts (handicap, neurodiversité, handisport) viennent compléter ces actions. Une sensibilisation sur les aidants a également été menée, ainsi que le lancement d'un podcast interne dédié au leadership au féminin.

2. Recrutement et développement des talents

Les processus de recrutement ont été revus pour garantir l'équité et la diversité des candidatures. La formation externe « L'effet A » a permis à plusieurs femmes de développer leurs compétences en leadership. L'égalité salariale est une priorité, avec un travail d'harmonisation engagé depuis plusieurs années.

3. Soutien aux collaborateurs

Mise en place de la plateforme ColineCare qui met en relation les collaborateurs (et leur gestionnaire) avec des patients experts pour les accompagner face à la maladie, au handicap ou l'aidance. Le PAE Pulso offre un soutien psychosocial 24/7, ainsi que des conseils juridiques, financiers et de santé. Des avantages spécifiques sont accordés aux personnes RQTH. Un bouton d'alerte santé mentale et physique, un recours aux entreprises adaptées et un indice de bien-être au travail (IBET) complètent ce dispositif.

4. Initiatives communautaires et gouvernance

Des challenges sportifs soutiennent des associations engagées, notamment dans l'EDI. Des interventions en milieu scolaire visent à casser les stéréotypes de genre sur nos métiers. Enfin, un comité RSE (composé de 3 leaders EDI) pilote les actions avec des indicateurs intégrés aux tableaux de bord RH.

1. Formation et sensibilisation

- Formation sur les biais inconscients, le handicap et la sécurité psychologique : 92% des collaborateurs formés
- Sensibilisation aidants : 80 collaborateurs sensibilisés
- Webinaires de sensibilisation handicap, neurodiversité... : en moyenne 140 collaborateurs sensibilisés.
- Podcast interne : en moyenne 170 collaborateurs par épisode

2. Recrutement et développement des talents

- Révision des processus de recrutement pour garantir l'équité et la diversité des candidatures, lancement en septembre 2025 après une phase test de six mois.
- Formation externe l'effet A : 14 collaboratrices formées
- Égalité salariale : index égalité F/H : +17 points, 81/100 en 2023 vs 98/100 en 2025

3. Soutien

- ColineCare : en 2025, 10% des collaborateurs ont utilisé le service (forte demande sur la neurodiversité et l'endométriose).
- PAE Pulso : En attente des résultats
- Avantages sociaux RQTH : Un jour de congé supplémentaire, prise en charge de la surcomplémentaire santé, maintien du salaire dès le premier jour d'embauche en cas de maladie...
- H&S Alert : Plus de 200 remontées (alertes santé physique et santé mentale)
- Appel aux entreprises adaptées : Près de 12K€ dépensés en 2024
- IBET : 82,6% des collaborateurs ont répondu positivement
- Sondage de mobilisation : +4points en deux ans sur l'item Diversité et inclusion (81% en 2025)

3. Initiatives communautaires

- Challenges sportifs internes via United Heroes :
- IBC – +8000€ reversés aux associations entre 2023 et 2025.
- H Games – 1000€ reversés à la FFH en 2024
- Intervention école : Environ 800 élèves de collèges/primaires accueillis en 2025

4. Gouvernance et pilotage

- Indicateurs : 36% de femmes gestionnaires, 40% des femmes promues, 40% des recrutements 2024 sont des femmes. 4 collaborateurs RQTH déclarés.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France		
Janvier – Juin 2025		<ul style="list-style-type: none"> Formation sur les biais inconscients, le handicap et la sécurité psychologique : Entre avril 2024 et avril 2025, 92% des collaborateurs formés Webinaires de sensibilisation handicap, neurodiversité... : en moyenne 140 collaborateurs sensibilisés.
2024		<ul style="list-style-type: none"> Formation sur les biais inconscients, le handicap et la sécurité psychologique : Entre avril 2024 et avril 2025, 92% des collaborateurs formés Podcast interne : en moyenne 170 collaborateurs par épisode Formation effet A : 6 collaboratrices formées 4 collaborateurs RQTH bénéficient des nouveaux avantages mis en place en novembre 2024 36% de femmes gestionnaires, 40% des femmes promues, 40% des recrutements 2025 sont des femmes Sensibilisation aidants : 80 collaborateurs sensibilisés
2023		<ul style="list-style-type: none"> Formation effet A : 4 collaboratrices formées
2022		<ul style="list-style-type: none"> Formation effet A : 4 collaboratrices formées
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France		
Depuis la création de l'initiative	300	300 collaborateurs
Nombre de personnes externes touchées en France		
Depuis la création de l'initiative	800	800 collégiens/lycéens 8 associations soutenues

Quel a été l'impact de l'initiative ?

- Formation sur les biais inconscients, le handicap et la sécurité psychologique : 92% des collaborateurs formés
- Formation externe l'effet A : 14 collaboratrices formées
- Egalité salariale : index égalité F/H : +17 points, 81/100 en 2023 vs 98/100 en 2025
- ColineCare : en 2025, 10% des collaborateurs ont utilisé le service (forte demande sur la neurodiversité et l'endométriose).
- IBET : 82,6% des collaborateurs ont répondu positivement quant à leur sentiment de bien-être au travail
- Sondage de mobilisation : +4points en deux ans sur l'item Diversité et inclusion (81% en 2025, dont 85% à la question "Je peux être moi-même au travail")
- 36% de femmes gestionnaires, 40% des femmes promues, 40% des recrutements 2025 sont des femmes

En quoi cette initiative est-elle innovante?

L'initiative EDI de Boralex se distingue par son intégration à la stratégie d'entreprise, permettant un plus grand support de la direction et une mise en place rapides d'actions concrètes et mesurables. Elle combine formation et sensibilisation, recrutement équitable, soutien personnalisé grâce à des outils innovants (ColineCare) et actions communautaires pour aller au-delà des énergies renouvelables.

Pour en savoir plus

- <https://www.boralex.com/fr>



CATÉGORIE



ENTREPRISE
1000 à 5000 salariés

Sonepar France



Inclusion au cœur de la logistique

Handicap, genre, parcours de vie... Sur nos plateformes Sonepar France, chacun compte. +1 000 collab. sensibilisés sur le handicap, +6 % de salariés RQTH en 6 mois, 50 % de femmes sur certains sites (CODIR compris), un management engagé. Ici, inclusion rime avec action.

Année de création de l'initiative : 2024

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • handicap

Nombre de salariés en France : 4 900

Nombre de salariés dans le monde : 45 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Leader Mondial de la Distribution de matériel électrique et services associés aux professionnels.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Dans notre entité logistique (800 collaborateurs), nous avons déployé une politique Diversité & Inclusion forte, concrète et portée par la direction. Grâce à des actions ciblées (sensibilisation, ergonomie, management inclusif), nous avons doublé notre taux de RQTH (de 2,5 % à +6 %) et atteint une féminisation supérieure à la moyenne, y compris dans les fonctions opérationnelles et les CODIR. Une démarche incarnée, intégrée à notre stratégie, qui transforme en profondeur nos environnements de travail.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Pendant longtemps, la politique handicap chez Sonepar France n'était pas réellement pilotée ni structurée. Le sujet restait souvent tabou, avec peu d'actions concrètes pour accompagner nos collaborateurs en situation de handicap ou pour les encourager à se déclarer.

Parallèlement, nous faisons face à une double problématique : un recrutement et une rétention des talents difficiles dans un secteur logistique en tension. Nous ne pouvions plus nous permettre de passer à côté de compétences, notamment féminines, même si les femmes ne constituent pas toujours la majorité dans nos équipes logistiques.

Ce contexte nous a poussés à repenser notre approche, en prenant conscience que l'inclusion ne pouvait être un simple slogan mais une véritable stratégie, capable d'accueillir et de fidéliser tous les talents, quels que soient leur situation personnelle, leur genre ou leur handicap.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Le projet cible l'ensemble des collaborateurs internes, avec une priorité donnée aux équipes de nos plateformes logistiques, où les enjeux de diversité, de pénibilité et de recrutement sont particulièrement forts. L'objectif était de sensibiliser largement, au plus près du terrain, pour créer un environnement de travail réellement inclusif, où chacun se sente légitime, informé et accompagné, quel que soit son parcours, son genre ou sa situation de handicap. Ce travail de fond vise aussi à renforcer l'attractivité et la fidélisation dans des métiers souvent en tension, en valorisant la richesse de tous les profils.

Décrivez l'initiative

Face à une politique handicap peu structurée et à un besoin urgent d'agir sur le terrain, nous avons lancé une vaste initiative de sensibilisation à destination des collaborateurs de nos plateformes logistiques.

Pour concevoir un contenu à la fois pédagogique, impactant et adapté à nos réalités opérationnelles, nous nous sommes rapprochés de l'AGEFIPH. Leur expertise nous a permis de construire un module de sensibilisation solide, centré sur la compréhension du handicap, la déconstruction des idées reçues, et la valorisation des dispositifs d'accompagnement proposés par Sonepar France. Nous avons également été formés en tant que référents handicap auprès d'eux.

En termes de moyens, cette démarche a été portée par un binôme restreint : mon alternante et moi-même. Nous avons animé plus de 120 sessions en présentiel, en petits groupes de 10 collaborateurs, sur l'ensemble de nos plateformes logistiques.

Pour inscrire l'initiative dans la durée, nous avons formé les RH locaux à leur tour, afin qu'ils puissent sensibiliser les collaborateurs absents ou les nouveaux arrivants. L'objectif : que le sujet ne repose pas sur quelques personnes, mais qu'il soit pleinement intégré à la culture managériale et RH.

Comme le disait notre fondateur Henri Coisne : « Ce qui compte, c'est ce qui dure. »

Et en matière de diversité et d'inclusion, ce sont souvent les démarches patientes, cohérentes et incarnées qui finissent par produire des résultats durables.

Bilan et résultats

Les résultats de cette initiative ont été aussi rapides que profonds. Alors que depuis la création de nos plateformes logistiques en 2014, le taux de salariés en situation de handicap déclarés (RQTH) oscillait entre 0 et 2,5 %, nous avons franchi un cap historique : en quelques mois, nous avons dépassé les 6 % à l'échelle nationale, avec des pointes impressionnantes comme près de 15 % sur notre plateforme près de Lyon.

Plusieurs dizaines de collaborateurs sont revenus vers nous de leur propre initiative pour engager une démarche de reconnaissance RQTH. Certaines demandes ont même émergé en dehors de tout cadre RH ou managérial, simplement à la suite d'un échange entre collègues : preuve d'une démarche vertueuse, vécue et incarnée sur le terrain.

Parallèlement, cette dynamique inclusive a contribué à la féminisation de nos métiers logistiques, historiquement très masculins. Sur certaines plateformes, nous atteignons aujourd'hui la parité parfaite (50/50), et même 55 % de femmes au sein du CODIR. Ces évolutions sont le fruit d'un ensemble d'actions concrètes : adaptation des horaires de travail pour mieux concilier vie pro/vie perso, ergonomie des postes repensée pour permettre à toutes et tous d'occuper n'importe quelle fonction, et surtout une politique de recrutement et de management inclusif.

Nous avons formé nos équipes RH et managériales aux enjeux de diversité et d'inclusion, en les intégrant pleinement à notre stratégie d'entreprise et en les déclinant jusqu'aux niveaux opérationnels.

En créant un environnement de travail plus juste, plus souple et plus humain, nous avons enclenché un changement culturel profond, durable... et désormais mesurable.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025	20	<p>De janvier à juin 2025, l'initiative a directement touché environ 20 collaborateurs, principalement à travers des sessions de sensibilisation en présentiel sur le handicap, organisées sur nos plateformes logistiques.</p> <p>Au-delà de la sensibilisation, nous avons enregistré 6 nouvelles reconnaissances de qualité de travailleur handicapé (RQTH) sur cette même période. Ces demandes ont été formulées par des collaborateurs ayant été sensibilisés en 2024 ou début 2025, témoignant de l'effet durable et progressif de la démarche.</p> <p>Ces chiffres s'ajoutent à la dynamique plus large enclenchée en 2024, avec plus de 1 000 collaborateurs déjà sensibilisés à travers la France.</p>
2024	1 000	<p>En 2024, l'initiative a directement touché environ 1 000 collaborateurs en France, principalement issus de nos plateformes logistiques. Ces personnes ont été sensibilisées en présentiel, en petits groupes d'une dizaine de participants, lors de sessions animées par notre équipe en interne.</p> <p>Ces actions ont permis de libérer la parole et d'encourager les démarches personnelles : une grosse dizaine de collaborateurs ont engagé une demande de reconnaissance RQTH, soit en déposant un dossier, soit en sollicitant un accompagnement en vue de le faire.</p> <p>Ces premiers résultats concrets témoignent d'un réel changement culturel, amorcé dès 2024, et dont les effets continuent à se déployer en 2025.</p>

Quel a été l'impact de l'initiative ?

L'initiative a permis de faire passer le taux d'emploi de personnes RQTH de 2,5 % à plus de 6 % en quelques mois, avec près de 15 % sur certaines plateformes logistiques. Plus de 1 000 collaborateurs ont été sensibilisés, une dizaine ont engagé une demande RQTH, et la parole s'est libérée. Certains collaborateurs témoignent désormais par écrit et en vidéo, notamment lors de la SEEPH. En parallèle, un réseau d'ambassadeurs handicap est en cours de création : déjà 13 volontaires (hors RH) en 3 semaines, preuve d'un véritable engouement et d'une dynamique collective en faveur d'un environnement de travail plus inclusif.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Cette initiative est innovante car elle allie sensibilisation terrain en petits groupes, formation de référents internes et création d'un réseau d'ambassadeurs bénévoles, favorisant l'appropriation collective. Intégrée à une politique D&I stratégique, elle agit sur le long terme en combinant inclusion du handicap et féminisation, jusque dans les équipes opérationnelles et les CODIR, pour transformer durablement la culture d'entreprise.

Pour en savoir plus

- <https://www.sonepar.fr/fr-fr>

Rainbow Train

Le Rainbow Train, lancé en 2021 par Alstom, allie sport et diversité LGBTQIA+, renforçant le bien-être et l'inclusion avec 391 000 km parcourus et 83 % de participants ressentant un meilleur sentiment d'appartenance.

Année de création de l'initiative : 2021

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
LGBT+

Nombre de salariés en France : 3 700

Nombre de salariés dans le monde : 86 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Alstom conçoit et fournit des solutions de mobilité durable : trains, métros, tramways, signalisation, services de maintenance et digitalisation. Présent mondialement, le groupe s'engage pour la sécurité, l'innovation, l'inclusion et la performance industrielle, avec une stratégie centrée sur la mobilité intelligente et responsable.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Le Rainbow Train, lancé en 2021 par Alstom, encourage la marche et la course tout en promouvant la diversité LGBTQIA+. Avec 391 000 km parcourus, il renforce le bien-être et le sentiment d'appartenance des employés. Grâce aux communications internes, articles et supports visuels, cette initiative inclusive mobilise les RH et managers pour sensibiliser les équipes, créant un espace de partage autour de la diversité et de l'inclusion.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Le Rainbow Train a été conçu par Alstom Americas dans un contexte de forte sensibilisation à l'inclusion sociale et à la célébration de la diversité. Cette initiative s'inscrit dans une démarche globale d'entreprise visant à promouvoir l'égalité, le respect et l'acceptation des différences, en particulier envers la communauté LGBTQIA+.

Inspiré par des actions physiques telles que des marches et des marathons organisés pour sensibiliser aux causes LGBTQIA+, le projet vise à renforcer le sentiment d'appartenance au sein de l'entreprise tout en mobilisant les collaborateurs autour d'un objectif commun.

Ce projet est également en phase avec les engagements en matière de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), intégrant des initiatives concrètes pour lutter contre les discriminations et favoriser un environnement inclusif et bienveillant. Le succès du Rainbow Train a conduit à son adoption à l'échelle mondiale..

Quel est le public cible de cette initiative ?

Le public cible du Rainbow Train comprend tous les employés à l'international. Bien que cette initiative soit principalement menée par des employés connectés, elle est également accessible aux employés non connectés, qui peuvent participer en demandant à un collègue connecté d'inscrire leurs données dans l'application.

Décrivez l'initiative

Le Rainbow Train, développé par Alstom Americas, est un défi virtuel en équipes visant à promouvoir l'activité physique et la cohésion à l'échelle mondiale. Les participants, organisés en groupes, sont invités à accomplir diverses activités physiques et à les enregistrer dans une application dédiée.

Ce défi est accessible à tous, indépendamment de leur localisation. Les équipes peuvent inclure des membres dispersés à travers différents pays, tout en permettant à ceux qui se trouvent proches géographiquement de se réunir pour réaliser des activités ensemble. Parmi les activités comptabilisées figurent la marche, la course, la montée ou descente d'escaliers, le sport individuel ou collectif, et les séances en salle de sport. L'application intègre un convertisseur de kilomètres pour des activités comme la danse, la musculation ou les arts martiaux, en transformant le temps consacré en distance parcourue.

L'application, conçue par le groupe-ressource d'employés Alstom True Colors (ATC), permet de gérer l'inscription des groupes et de leurs membres, de suivre l'avancement individuel et collectif, et de partager des photos. Elle est connectée à un tableau de bord interactif mis à jour automatiquement. Ce tableau affiche les progrès par équipe, par pays ou par participant, ainsi que le total de kilomètres réalisés, équivalent au nombre de tours de la Terre effectués par le "rainbow train".

L'objectif final est de parcourir ensemble le plus grand nombre de tours de la Terre possible. À la fin du défi, des communications internes célèbrent les résultats avec les photos partagées sur l'application. Certaines équipes organisent également des défis internes avec des récompenses pour les meilleures performances, renforçant ainsi l'esprit d'équipe et l'engagement collectif.

Bilan et résultats

Les managers et les équipes RH à travers le monde profitent de l'initiative Rainbow Train pour sensibiliser leurs collaborateurs aux enjeux LGBTQIA+ en organisant des sessions de formation et de partage. L'équipe à l'origine du projet utilise également cette plateforme pour organiser des webinaires et des ateliers sur les thèmes de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, renforçant ainsi l'impact éducatif et social de l'initiative.

Depuis son lancement en 2021, le Rainbow Train a connu un succès grandissant, illustré par une participation accrue à chaque édition. En moyenne, près de 2 000 participants répartis dans environ 140 équipes ont pris part au défi, parcourant collectivement 383 869 kilomètres. Ce chiffre impressionnant témoigne non seulement de l'engagement des collaborateurs, mais aussi de leur volonté de contribuer activement à une cause commune.

Le Rainbow Train a su non seulement promouvoir l'activité physique et le travail collaboratif, mais également devenir un vecteur essentiel pour diffuser des valeurs de diversité et d'inclusion à l'échelle mondiale. Grâce à cette initiative, l'entreprise a construit un environnement plus solidaire, marqué par une culture inclusive où chacun se sent valorisé.

En cultivant cet esprit de communauté tout en intégrant des objectifs sociaux et éducatifs, le Rainbow Train incarne une approche innovante et engageante. Il représente un modèle de réussite pour les initiatives qui allient bien-être des employés et sensibilisation aux causes sociales avec des résultats mesurables et des impacts durables.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin
2025

**1 500
204**

En 2025, environ 1 500 employés ont participé au Rainbow Train à l'échelle mondiale. Parmi ces participants, environ 204 étaient basés en France.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France		
2024	1 248 163	En 2024, 1248 employés ont participé au Rainbow Train à l'échelle mondiale. Parmi ces participants, environ 163 étaient basés en France.
2023	800 55	En 2023, 800 employés ont participé au Rainbow Train à l'échelle mondiale. Parmi ces participants, environ 55 étaient basés en France.
2022	319 12	En 2022, 319 employés ont participé au Rainbow Train à l'échelle mondiale. Parmi ces participants, environ 12 étaient basés en France.
Année de création		L'initiative a été créée en 2021 ; cependant, les employés basés en France ont rejoint l'initiative en 2022.
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France		
Depuis la création de l'initiative		Depuis 2022, l'initiative est communiquée activement aux fonctions RH et communautés DEI en France, impliquant environ 430 personnes par année. En outre, des communications, articles et bannières sont diffusés sur l'ensemble de l'intranet de l'entreprise, atteignant ainsi plus de 3700 employés en France par année.
Nombre de personnes externes touchées en France		
Depuis la création de l'initiative		L'initiative touche seulement des employés Alstom.

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Le Rainbow Train a eu un impact significatif chez Alstom, notamment dans les domaines de la diversité, de l'équité et de l'inclusion (DEI) ainsi que du bien-être. Concernant la DEI, une enquête annuelle montre que 83 % des participants estiment que l'initiative, couplée aux informations partagées par les RH et les managers sur les sujets LGBTQIA+, a renforcé leur sentiment d'appartenance. Pour le bien-être, l'activité a encouragé la pratique sportive, avec un total impressionnant de 391 000 km parcourus depuis son lancement.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Le Rainbow Train se distingue par son approche unique qui combine activité physique et sensibilisation à la diversité LGBTQIA+. En créant un espace d'échange inclusif et en mobilisant les ressources internes, l'initiative inspire des actions concrètes pour le bien-être et l'équité. Son utilisation des outils numériques et de communication interne amplifie son impact et son accessibilité.

Pour en savoir plus

- <https://www.alstom.com/>

Ampere Electricity

Le courant des possibles

Dans le cadre de la reconversion du pôle thermique vers le véhicule électrique, c'est tout un pan industriel qui s'est transformé y associant un volet social ambitieux:

L'aventure du courant des possibles...



A M P E R E

Année de création de l'initiative : 2022

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

égalité femmes-hommes • origine sociale et culturelle • multi-générationnel

Nombre de salariés en France : 4 448

Nombre de salariés dans le monde : 4 448



Décrivez l'activité de votre organisation

Acteur du secteur automobile, Ampere Electricity assemble dans les hauts de France 100% de véhicules électriques avec tout un écosystème construit autour du projet réindustrialisation.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Ce projet a transformé en profondeur l'appareil industriel en opérant le passage du thermique à l'électrique, en intégrant un volet social fort à travers la mobilisation de 5 000 POEI, 700CDI, tout en s'inscrivant dans une logique de transition énergétique, de relocalisation industrielle et de montée en compétences des territoires.

- Décarboner la production en remplaçant les chaînes thermiques par des lignes électrique.
- Former et insérer 5 000 personnes, en lien avec les besoins en compétences de la nouvelle filière.
- Renforcer la compétitivité tout en assurant une transition inclusive.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Notre projet s'inscrit dans un contexte de transition écologique et industrielle. Dans cette dynamique, Ampere Electricity a engagé la transformation de ses trois sites industriels pour se consacrer exclusivement à la production de véhicules 100 % électriques. Cette évolution stratégique répond à la fois aux enjeux environnementaux, aux attentes sociétales et à la volonté de renforcer notre compétitivité sur le marché de la mobilité durable.

Ce projet s'accompagne d'une démarche forte en matière de responsabilité sociétale des entreprises, notamment à travers un plan de recrutement ambitieux dans le bassin d'emploi du Douaisis. Nous avons fixé des objectifs clairs : intégrer 30 % de personnes éloignées de l'emploi (chômeurs de longue durée, jeunes sans qualification, personnes en reconversion), 30 % de femmes toute génération confondue. Cette initiative vise à favoriser l'inclusion, la mixité et l'égalité des chances, tout en répondant aux besoins en compétences liés à la transition industrielle.

Par ailleurs, notre démarche RSE englobe également :

- La formation et l'accompagnement des nouveaux collaborateurs,
- Le dialogue avec les parties prenantes locales (collectivités, associations, partenaires sociaux),
- L'adaptation des conditions de travail pour garantir un environnement inclusif et respectueux de la diversité.

Ce projet illustre notre conviction que la transformation écologique ne peut se faire sans transformation sociale, et que l'innovation industrielle doit aller de pair avec l'inclusion et la diversité.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Le projet s'est adressé à toute personne à la recherche d'un emploi, sans exigence de diplôme ou d'expérience préalable. Il est ouvert à celles et ceux qui souhaitent rejoindre l'aventure de la mobilité électrique, s'investir dans une industrie en pleine transformation, et contribuer à un projet porteur de sens.

- Nous avons visé en particulier :
- Les personnes éloignées de l'emploi, en reconversion ou en recherche d'une nouvelle opportunité professionnelle,
- Les femmes, pour favoriser la mixité dans les métiers industriels,
- Les jeunes sans qualification, motivés à apprendre un métier d'avenir.
- Les seniors en reconversion professionnelle
- Toutes les générations X-Y-Z sans exception !

Notre ambition a été de donner la chance à tous les profils, les talents venant de tout horizon, en misant sur la motivation, l'envie d'apprendre et l'engagement, plutôt que sur les parcours académiques traditionnels.

Décrivez l'initiative

L'initiative de recrutement inclusive d'Ampere Electricity s'est construite en plusieurs étapes, en lien avec les acteurs de l'emploi, les acteurs de la formation professionnelle et les Entreprises de Travail Temporaire, pour accompagner la transformation de nos sites vers la production de véhicules 100 % électriques.

Identification des candidats :

- 2022 à 2024 : Les candidatures ont été recueillies via France Travail, dans le cadre de dispositifs d'insertion et de reconversion professionnelle.
- Depuis 2025 : Le dispositif s'est élargi aux entreprises de travail temporaire, afin de diversifier les canaux de recrutement et toucher un public encore plus large.
- Parcours initiatique réalisé au travers de contrat POEI (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Individuelle)
- Chaque candidat retenu s'est vu proposé un contrat POEI, lui permettant d'accéder à une formation préalable à l'embauche d'une durée pouvant aller jusqu'à 5 semaines.

Parcours de formation en usine

Le parcours formatif a été progressif et structuré en trois phases :

- 1ère phase : Autour des Soft skills
Formation aux compétences comportementales : travail en équipe, communication, posture professionnelle, sécurité, etc.
- 2nde phase : Tests de dextérité en milieu industriel
Évaluation des aptitudes manuelles et de la précision, essentielles pour les postes en production.
- 3ème et dernière phase : Formation au poste de travail
Apprentissage des gestes techniques, des outils et des standards qualité, en conditions réelles sur les lignes de production.

Ce dispositif a permis une intégration progressive, sécurisée et inclusive, en valorisant la motivation et le potentiel des candidats, quel que soit leur parcours avec pour objectif les intégrer à l'aventure du tout électrique!

Bilan et résultats

Depuis 2022, l'initiative de transformation industrielle et inclusive d'Ampere Electricity a généré des résultats significatifs :

- 5 537 POEI (Préparations Opérationnelles à l'Emploi Individuelles) ont été lancées, permettant à autant de personnes de bénéficier d'un parcours de formation complet au sein de nos usines et de reprendre le chemin de l'emploi.
- 1 300 contrats de plus de 6 mois ont été signés.
- 575 CDI ont été conclus, avec une performance remarquable sur l'objectif de mixité :
- L'ambition de 30 % de femmes a été systématiquement dépassée parmi les CDI signés, confirmant l'efficacité de notre démarche pour favoriser l'accès des femmes aux métiers industriels. Ampere Electricity, la passion de l'industrie au Féminin!
- La diversité intergénérationnelle avec toutes les générations :
 - 50% génération X
 - 30% génération Y
 - 20% génération Z

Ce bilan démontre que nos ambitions de transformation technologique pouvait aller de pair avec une innovation sociale tournée vers l'inclusion au sens large du terme toute génération confondue. Une démarche menée de concert entre la transformation vers l'électrique et la nécessité d'y associer toute la diversité sociale du bassin. Une ambition devenue réalité, fondée sur l'inclusion, la formation et l'accompagnement, nous permettant aujourd'hui d'afficher un savoir-faire hors norme avec des véhicules primées en 2024, véhicules de l'année Scenic /Renault 5 ! Une industrie inclusive est une industrie performante, sa richesse passe par sa diversité avec des Hommes et des Femmes aux parcours et expériences différents.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France		
Janvier – Juin 2025	608 54	<p>Sur le site de Douai : 608 personnes sont entrées dans le dispositif POEI dont 34% de femmes 184 dont 41% de femmes ont signé un contrat intérim de plus de 6 mois à l'issue de la POEI En parallèle nous avons réalisé 116 embauches CDI dont 33% de femmes.</p> <p>Sur le site de Maubeuge : 54 embauches CDI ont été signées dont 33% de femmes.</p>
2024	1 211 304 15	<p>Sur le site de Douai : 1211 personnes sont entrées dans le dispositif POEI dont 23% de femmes 519 dont 24% de femmes ont signé un CDD de plus de 6 mois à l'issue de la POEI En parallèle nous avons réalisé 70 embauches CDI dont 33% de femmes.</p> <p>Sur le site de Maubeuge : 304 personnes sont entrées dans le dispositif POEI dont 31% de femmes 105 dont 31% de femmes ont signé un contrat d'intérim de plus de 6 mois à l'issue de la POEI En parallèle nous avons réalisé 89 CDD et 70 embauches CDI dont 32% de femmes.</p> <p>Sur le site de Ruitz : Nous avons réalisé 15 embauches dont 46% de femmes</p>
2023	100 191	<p>Sur le site de Douai : Nous avons réalisé 100 embauches en CDI</p> <p>Sur le site de Maubeuge : 191 personnes sont entrées dans le dispositif POEI dont 20% de femmes 97 dont 27% de femmes ont signé un contrat intérim de plus de 6 mois à l'issue de la POEI En parallèle nous avons réalisé 150 embauches CDI dont 32% de femmes.</p>
2022	1 223	<p>Sur le site de Douai : 1223 personnes sont entrées dans le dispositif POEI dont 27% de femmes 396 dont 30% de femmes ont signé un contrat intérim de plus de 6 mois à l'issue de la POEI</p>

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la création de l'initiative	3 642	Des réunions d'Informations collectives avec France Travail ont été conduites pour présenter notre projet : 3642 personnes conviées par France Travail en 2024 Même opération conduite avec nos partenaires de travail temporaire en 2025, avec plus 1000 personnes conviées. Un webinaire avec France Travail en février 2024 a été lancé pour informer tous les acteurs locaux du bassin Des portes Ouvertes (Journées des familles) sur Douai et Ruitz se sont tenues en septembre 2024 pour présenter avec fierté la réalisation de la transformation industrielle et sociale animées par nos collaboratrices/teurs. Des interventions via nos ambassadeurs dans les écoles aussi bien lycées qu'écoles d'ingénieurs.
------------------------------------	--------------	---

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative	Un projet co-construit avec les territoires Porté par un consortium d'acteurs industriels, publics et sociaux, ce projet repose sur une logique de coopération territoriale. Les collectivités locales, France Travail, les OPCO, les organismes de formation et les partenaires sociaux sont mobilisés pour garantir une mise en œuvre efficace, ancrée dans les réalités locales. Un projet partagé au travers des réseaux et événements autour de l'industrie tels que Viva Fabrica, women@industrie et autres partenariats territoriaux.
------------------------------------	--

Quel a été l'impact de l'initiative ?

L'initiative menée par Ampere Electricity a eu un impact significatif à la fois sur la transformation industrielle et sur l'inclusion sociale :

- Plus de 5000 Préparations Opérationnelles à l'Emploi Individuelles conduites, un exemple sur le bassin d'emploi
- Plus de 700 embauches réalisés en 3 ans alliant mixité, diversité et surtout inclusion (dont 250 contrats aidés)
- Toute une démarche initiative aux métiers de l'électricité faisant d'Ampère Electricity une référence en terme d'inclusion, de mixité (30% des recrutements féminins) et de diversité intergénérationnelle 50% X_ 50% YZ de CDI.

Ce projet a fait des émules dans le bassin, au sein de l'écosystème, la gigafactory partenaire reprenant ainsi le même processus d'intégration.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Ce projet incarne une transition juste, où l'innovation industrielle va de pair avec l'inclusion sociale, c'est un modèle reproductible pour d'autres filières en mutation.

Ce projet est bien plus qu'une reconversion industrielle : c'est une reconstruction collective, où chaque avancée technologique s'accompagne d'un progrès humain. Nous faisons le pari d'un avenir où l'innovation ne laisse personne de côté. C'est cette vision d'une transition juste, inclusive et ambitieuse que nous portons.

Pour en savoir plus

- <https://www.ampere.cars/>

France Médias Monde

France
■ médias ■
monde

Écouter l'invisible

Écouter l'invisible, de l'entreprise à l'antenne. FMM renforce sa politique RH en plaçant la (re)connaissance des handicaps invisibles au cœur de sa stratégie. En interne comme à l'antenne dans une logique de cohérence et d'impact, pour changer les représentations.

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative : handicap

Nombre de salariés en France : 1830 etp (CDI, CDD, Pigistes, intermittents, alternants et stagiaires)

Nombre de salariés dans le monde : 966 correspondants officiels



Décrivez l'activité de votre organisation

Le groupe France Médias Monde réunit France 24, la chaîne d'information continue (en français, en anglais, en arabe et en espagnol) ; RFI, la radio mondiale (en français et 16 autres langues) et Monte Carlo Doualiya, la radio en langue arabe. Les trois médias émettent à l'échelle du monde, en 21 langues. Les journalistes du groupe et son réseau de correspondants offrent aux auditeurs, téléspectateurs et internautes une information ouverte sur le monde et sur la diversité des cultures et des points de vue, à travers des journaux d'information, des reportages, des magazines et des débats.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

France Médias Monde agit pour l'inclusion des handicaps invisibles, en interne comme à l'antenne. Brochure RQTH, formation des managers, partenariats, accompagnement renforcé et contenus éditoriaux engagés structurent une dynamique complète. En 2024, 4,8 % de l'effectif est bénéficiaire de l'OETH, 26 collaborateurs ont été accompagnés dans leur reconnaissance et plus de 150 collaborateurs formés. L'initiative transforme les représentations à tous les niveaux.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

80 % des handicaps sont invisibles. Leurs effets sont bien réels : fatigue chronique, isolement, frein à la reconnaissance, difficulté d'aménagement... Malgré cela, la reconnaissance reste faible, souvent freinée par les préjugés.

L'initiative met l'accent sur les handicaps invisibles et les réalités méconnues, car la diversité ne se résume pas à ce qui se voit. Sur les antennes également.

FMM a décidé d'agir en tant que média public à vocation internationale, le groupe a une responsabilité : agir en interne pour ses collaborateurs, mais aussi à travers ses antennes pour changer les représentations sociales.

Ces engagements s'inscrivent dans la continuité de la Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels de l'ARCOM.

L'initiative s'ancre dans le cadre de l'Accord Handicap et Inclusion 2023-2025. Elle répond à plusieurs enjeux : sécuriser les parcours, visibiliser les handicaps invisibles, encourager la déclaration RQTH, former les managers, renforcer la cohérence entre politiques RH et mission éditoriale.

FMM a structuré une démarche complète visant à incarner l'inclusion à la fois dans ses pratiques de gestion et dans ses contenus diffusés à des millions d'auditeurs, téléspectateurs et lecteurs.

Les données chiffrées mentionnées dans la candidature sont destinées uniquement à l'instruction du dossier. Nous ne souhaitons pas qu'elles soient diffusées ou communiquées en externe.

Quel est le public cible de cette initiative ?

L'initiative tout le monde ! Au cours de sa vie, 1 personne sur 2 sera confrontée à une situation de handicap, de manière ponctuelle ou définitive.

- Les collaborateurs concernés par un handicap invisible.
- Les managers et encadrants, pour favoriser une culture managériale inclusive.
- Les équipes RH.
- Tous les salariés, sensibilisés afin de favoriser une culture inclusive globale.
- Le grand public, via les contenus éditoriaux diffusés à l'antenne (France 24, RFI, MCD).

Décrivez l'initiative

France Médias Monde agit à deux niveaux, comme employeur et comme média. L'initiative active un cercle vertueux entre actions internes et transformation sociétale.

En interne : accompagnement RH renforcé (coaching, aménagements, congés), campagne RQTH, partenariats spécialisés (Petite Mu, Les Singulières), formations managériales, ateliers de la Fresque de la Diversité, diffusion d'une brochure pédagogique à tous les salariés.

À l'antenne, le groupe a mené dès 2022 une politique éditoriale volontariste, avec plus de 80 sujets consacrés au handicap. Également, des éditions spéciales à l'occasion de la SEEPH ou encore de la Journée mondiale de l'autisme. Des émissions comme « Priorité Santé », « 7 milliards de voisins », ou « Pas2Quartier » ont permis de médiatiser des parcours de vie inspirants, dans une logique de déstigmatisation.

En 2024, plusieurs programmes diffusés sur France 24, RFI et MCD ont permis de médiatiser de nombreux enjeux :

- France 24 :
 - Le Journal de l'Afrique (10/01/2024) : troubles psychiques chez les enfants.
 - Tech 24 (12/01/2024) : innovation pour les personnes aveugles.
 - Sciences (16/01/2024) : accessibilité cognitive et mentale dans le sport.
- RFI :
 - Priorité Santé et Le Conseil Santé (janvier 2024) : aidants familiaux, annonce du diagnostic, charge mentale, troubles dys.
- Monte Carlo Doualiya :
 - L'air du Temps, Magazine Société, Santé Durable, Café Chaud abordent régulièrement la santé mentale, les conditions de travail, l'inclusion des personnes vulnérables.

Cette articulation entre RH et production éditoriale fait la spécificité de FMM. Elle permet une cohérence entre ce qui est vécu en interne, transmis aux publics, et incarné dans la mission de service public : informer, sensibiliser, inclure.

Bilan et résultats

- **Taux d'emploi des personnes en situation de handicap : de 3,8 % (2023) à 4,8 % (2024)**
- **32 demandes RQTH accompagnées depuis 2023, dont une majorité liée à des handicaps invisibles.**
- **Une campagne de communication sur la Reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.**
- **Des partenariats spécialisés pérennisés :**
 - Une exposition sur les handicaps invisibles par Petite Mu dans nos locaux à l'occasion de la SEEPH. Petite Mu est le 1er média qui sensibilise aux handicaps invisibles, de la dépression aux maladies auto-immunes.
 - Une production vidéo pour renforcer la visibilité de l'association Les Singulières, sur la neurodiversité. Ce collectif s'engage à valoriser les singularités cognitives.
- **La formation des managers : 115 managers formés depuis 2023 sur les enjeux de Diversité et Inclusion.**
- **4 ateliers de la Fresque de la Diversité animés en interne en 2025.**
- **14 aménagements de poste (troubles musculo-squelettiques mais aussi sensoriels et cognitifs)**
- **25 coachings individualisés**
- **Émissions diffusées sur France 24, RFI, MCD touchant un public large et varié**

Mais l'ambition de FMM va au-delà. À travers ses antennes l'entreprise agit pour rendre visible ce qui ne se voit pas : les handicaps invisibles, la santé mentale, les parcours atypiques, les formes de diversité non immédiatement perceptibles. Cette visibilité ne se limite pas aux contenus diffusés, elle est portée par celles et ceux qui les conçoivent et les incarnent à l'antenne. Des journalistes, chroniqueurs, techniciens, réalisateurs eux-mêmes porteurs de diversité invisible, contribuent à transformer les représentations.

Cette double cohérence entre message et messenger, actions internes et éditoriales est devenue une force structurante pour l'entreprise.

Nombre de collaborateurs touchés directement		
Janvier – Juin 2025	30 30 115	<ul style="list-style-type: none"> • 30 collaborateurs concernés par les démarches RQTH ou aménagements • 30 collaborateurs sensibilisés via la Fresque de la Diversité • 115 managers formés
2024	186	<p>En 2024, au moins 186 collaborateurs ont été touchés directement par l'initiative diversité et inclusion, toutes actions confondues :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 75 collaborateurs bénéficiaires de l'OETH (soit 4,8 % de l'effectif global). • 17 collaborateurs accompagnés dans leur reconnaissance RQTH • 46 collaborateurs formés au module "Diversité en entreprise : comment la manager ?" • 12 collaborateurs bénéficiaires de taxis • 11 collaborateurs ayant bénéficié d'un aménagement de poste • 7 collaborateurs accompagnés par un coach <p>Ces chiffres ne comptabilisent pas l'ensemble des collaborateurs sensibilisés par les événements internes, ce qui porterait le total bien au-delà de 200 personnes touchées si on inclut les actions de communication et de sensibilisation.</p>
2023	160	<p>En 2023, l'initiative a directement touché au moins 160 collaborateurs à travers différents dispositifs d'accompagnement, de formation et de sensibilisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 17 collaborateurs accompagnés dans leur demande ou renouvellement de RQTH. • 14 collaborateurs ont bénéficié d'un coaching individualisé. • 11 collaborateurs ont bénéficié de la prise en charge de trajets par taxi adapté. • 105 collaborateurs formés : 60 managers formés au management inclusif, et 45 collaborateurs formés à la thématique « handicap et emploi ». • 2 ateliers de la Fresque de la Diversité ont été organisés en interne, avec une trentaine de participants au total. <p>Ces actions traduisent l'ancrage progressif d'une culture de l'inclusion au sein de l'entreprise, portée aussi bien par la politique RH que par l'implication active des équipes.</p>
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France		
Depuis la création de l'initiative		<p>Depuis 2023, l'initiative a touché de manière indirecte un large public interne et externe. En interne, les campagnes de sensibilisation, les communications RH autour de la RQTH, les expositions, et les relais managériaux ont contribué à diffuser une culture plus inclusive auprès de l'ensemble des équipes. Si l'on intègre les collaborateurs sensibilisés lors des événements internes non comptabilisés dans les bilans chiffrés, ce sont plus de 500 personnes qui ont été indirectement touchées.</p>
Nombre de personnes externes touchées		
Depuis la création de l'initiative		<p>L'initiative de FMM rayonne également à l'extérieur de l'organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Représentation du service Diversité et Inclusion lors de salons spécialisés. • Participation à 2 salons professionnels, permettant de valoriser les actions du groupe auprès de pairs et d'acteurs du secteur de l'inclusion. • Diffusion via la vidéo "Les Singulières" sur la neurodiversité • Public sensibilisé via les contenus antenne (France 24, RFI, MCD) : santé mentale, accessibilité cognitive, troubles DYS, charge mentale, etc.

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Entre début 2023 et fin 2024, le taux d'emploi des personnes en situation de handicap chez FMM est passé de 3,8 % à 4,8%. Plus de 150 collaborateurs ont été formés aux enjeux du handicap et de la diversité. 14 collaborateurs ont bénéficié d'aménagements de poste et 25 de coachings personnalisés.

La dynamique d'accompagnement et la mobilisation managériale se sont nettement renforcées. L'implication des antennes dans la diffusion de sujets sensibles renforce l'impact collectif. L'initiative agit comme un levier de transformation culturelle en interne et dans l'espace public.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

L'initiative repose sur une articulation rare entre politique RH et mission éditoriale. Elle met en particulièrement en lumière les handicaps invisibles en mobilisant des outils innovants et en s'appuyant sur la puissance de diffusion et de représentation de ses antennes pour transformer les regards au-delà des murs de l'entreprise.

Pour en savoir plus

- <https://www.francemediasmonde.com/fr/>

Onepoint

onepoint.
beyond the obvious

La fresque de l'équilibre harmonieux

Un jeu d'enquête immersif pour sensibiliser aux freins à la féminisation des métiers du numérique. En équipe, les joueurs analysent les obstacles, identifient les responsables, déconstruisent les idées reçues et proposent des solutions concrètes pour un avenir plus inclusif.

Année de création de l'initiative : 2023

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes

Nombre de salariés en France : 3 500

Nombre de salariés dans le monde : 500



Décrivez l'activité de votre organisation

Onepoint est une entreprise de technologie et de conseil en transformation numérique qui accompagne ses clients dans le secteur public et privé, dans la stratégie et l'innovation, et la mise en œuvre de bout en bout de solutions technologiques. Notre approche vertueuse allie expertise métier et technologie pour créer un impact durable, inclusif et humain.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Onepoint a conçu un jeu sérieux pour sensibiliser les jeunes aux biais de genre dans les métiers du numérique, en partenariat avec le Rectorat de Paris. Ce jeu de piste mobilise les sciences cognitives pour faire réfléchir aux stéréotypes de genre liés à la place des femmes dans le secteur du numérique. Depuis 2023, plus de 850 collégiens, lycéens et adultes ont participé. L'initiative suscite des échanges profonds et humains sur la diversité, l'égalité et les situations rencontrées dans le quotidien des participants, pour leur apporter les clés pour comprendre leurs propres biais.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

"Chemins d'Avenir" est l'un des événements les plus marquants de notre engagement en faveur de l'éducation inclusive et de la féminisation des métiers du numérique. Ce concept, imaginé par Onepoint a permis de nouer un partenariat solide avec le Rectorat de Paris et le ministère de l'Éducation Nationale. Dans ce contexte, Onepoint a développé un jeu de piste, "La Fresque de l'Équilibre Harmonieux". Cette initiative est née de la volonté de sensibiliser les collégiennes et les collégiens aux freins et aux biais éducationnels qui empêcheraient les jeunes filles dans l'orientation vers des études scientifiques et numériques. Depuis 2023 à nos jours, quatre éditions ont été organisées dans les locaux de Onepoint, à Paris et en régions offrant ainsi aux jeunes un cadre unique et expérientiel pour explorer tous ces enjeux.

Onepoint, fondamentalement engagé sur les questions d'inclusion et de diversité, a souhaité s'atteler à la racine du problème en intervenant en amont des choix de ce public (cinquième et quatrième) vers leurs choix d'orientation. Le jeu a été imaginé, conçu pour sensibiliser à réfléchir collectivement sur les raisons qui limiteraient l'accès de la gente féminine aux métiers du numérique, tout en favorisant toujours un débat constructif autour des biais cognitifs et des stéréotypes de genre.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Tout public et tout âge.

Décrivez l'initiative

L'objectif principal du jeu est de susciter des échanges constructifs autour des thématiques abordées, telles que la représentation des femmes dans les médias, l'impact des conseillers d'orientation sur les choix, ou encore l'influence des réseaux sociaux sur la confiance en soi. Chaque carte du jeu devient ainsi un point de départ pour une réflexion collective. Le concept repose sur une approche ludopédagogique, travaillé avec des scientifique, utilisant le jeu comme outil d'apprentissage basé sur une enquête et une résolution de problème collectif qui invite toutes et tous à réfléchir sur les biais cognitifs et éducationnels.

Bilan et résultats

L'impact pédagogique est considérable : introduction aux sciences sociales, découverte des métiers du numérique et sensibilisation à la diversité et l'inclusivité. Ce jeu devient un moyen (et non une fin) de faire émerger des discussions primordiales sur la place des femmes dans le secteur technologique, tout en offrant aux collégiennes et collégiens une expérience enrichissante et pleine de sens. Chaque atelier de "La Fresque de l'Équilibre Harmonieux" est une occasion unique et singulière de faire avancer cette cause qui concerne toutes et tous et de préparer les jeunes générations à un avenir plus inclusif et plus désirable.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025	250 140 100	250 collégiens et collégiennes 140 lycéens en stage de seconde 100 adultes femmes et hommes (fonctionnaire d'état et collaborateurs d'entreprise dont Onepoint)
2024	150 50	150 collégiens, collégiennes et des lycéens 50 adultes
2023	150 50	150 collégiens et collégiennes. 50 écoliers de primaire.

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la création de l'initiative	1 500	Environ 1500 personnes (Enfants, collégiens, lycéens, adultes, étudiants et collaborateurs).
------------------------------------	--------------	--

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative	10 000	Environ 10 000 personnes à travers la communication en ligne sur le jeu (articles, posts sur les réseaux sociaux...)
------------------------------------	---------------	--

Quel a été l'impact de l'initiative ?

L'initiative a touché directement plus de 900 filles et garçons entre 2023 et 2025. Le format ludique et immersif a permis une forte implication des jeunes et a généré des échanges constructifs et riches. Les retours objectifs ont permis une meilleure compréhension des stéréotypes de genre et d'un intérêt accru pour les métiers du numérique. Le projet a également renforcé l'engagement des équipes internes de Onepoint autour des valeurs de diversité et d'éducation inclusive. L'initiative est encore trop récente pour mesurer l'impact de la participation au jeu sur les choix d'orientations des adolescents mais reste très prometteuse.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

- **Création d'un jeu nouveau et inédit avec des règles distributives, la fresque de l'équilibre harmonieux est différente des autres fresques existantes, c'est un jeu d'enquête avec une emphase sur le jeu de rôle et l'improvisation.**
- **Utilisation d'outils d'IA pour mettre les participants dans le contexte de l'enquête et illustrer le jeu.**
- **Usages innovants de klaxoon pour digitaliser le jeu et le diffuser au plus grand nombre.**

Pour en savoir plus

- <https://www.groupeonepoint.com/fr/>



CATÉGORIE



ENTREPRISE
+5000 salariés

La réalité virtuelle contre le sexisme

Enedis s'appuie sur la réalité virtuelle pour prévenir le sexisme et le harcèlement. Plus de 4000 salariés sensibilisés (2200 interrogés, +90% savent désormais identifier les situations problématiques, 78% savent réagir, et les cas de sexisme constatés ont été divisés par 2).

Année de création de l'initiative : 2021

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes

Nombre de salariés en France : 41 000

Nombre de salariés dans le monde : 41 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Nous pilotons le plus grand réseau de distribution d'électricité d'Europe au service de la société et des territoires. En tant qu'entreprise à mission engagée dans la transition écologique, nous construisons la nouvelle France électrique, en accompagnant des usages visant à plus de sobriété énergétique.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Comment faire comprendre l'impact du sexisme et du harcèlement (HSAS) au quotidien? Comment changer des comportements durablement ancrés dans des métiers historiquement masculins?

Avec la startup Reverto, nous avons créé une solution en réalité virtuelle pour vivre à la première personne le quotidien d'une femme sur une base opérationnelle. Cette solution permet en 12 minutes de savoir identifier les HSAS, connaître la loi et savoir y réagir. Cette solution déployée au niveau national, a permis de diviser par 2 les remarques sexistes et par 10 les situations de harcèlement (Etude d'impact).

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

En 2021, la Direction régionale SIRHO (Loire, Rhône , Ain et Ardèche et Drôme) d'Enedis remporte un concours d'innovation interne aux côtés de la startup Reverto pour financer un contenu en réalité virtuelle de prévention du harcèlement sexuel et des agissements sexistes (HSAS).

Enedis est alors dans un contexte de forte féminisation de ses effectifs (15 % de l'effectif en 2008 contre 27% en 2024). La politique de tolérance zéro se poursuit et s'intensifie dans l'optique de combattre toute forme de discrimination (raciste, sexiste, homophobe, par l'âge ou selon l'état de santé, opinions politiques ou syndicales). Par ailleurs, l'accord égalité professionnelle signé en mars 2025 (et pour la 1ère fois depuis le 1er accord signé en 2008) contient un chapitre dédié à la prévention du harcèlement sexuel et des agissements sexistes (HSAS).

Enedis avait déjà mis en œuvre des formations de e-learning auprès de ses salariés sur les HSAS mais souhaitait aller plus loin pour ancrer les connaissances et œuvrer pour réduire tout agissement relatif à cette thématique, en s'appuyant sur l'exemple de comportements rencontrés dans une base opérationnelle.

La proposition de la startup lyonnaise Reverto de créer un contenu en réalité virtuelle pour vivre à la première personne le quotidien d'une femme sur une base opérationnelle d'Enedis pour apprendre à ses agents à identifier les situations problématiques et comment y réagir a séduit Enedis qui a décidé de lancer une expérimentation sur cette région.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Initialement, la démarche concernait le milieu technique et plus particulièrement les agents de terrain des bases opérationnelles de la Direction régionale SIRHO. Après une première expérimentation réussie en 2022 sur 450 salariés, le dispositif est progressivement, depuis 2023, porté et déployé dans les 25 directions Régionales d'Enedis.

L'inscription de cette ressource dans le dernier accord Egalité professionnelle démontre une décision forte d'Enedis d'étendre la sensibilisation et la prise de conscience à l'ensemble de ses collaborateurs. En 2025, des ateliers sont réalisés au niveau des fonctions supports et des Directions nationales de l'entreprise.

Entreprise à mission depuis 2023, et forte de sa conviction que la diversité est source de cohésion sociale et qu'elle aide l'entreprise à accomplir plus efficacement sa mission de service public, Enedis s'est donnée pour objectif d'ancrer dans ses métiers la diversité des personnes et des parcours.

Décrivez l'initiative

2021- Création de la solution de sensibilisation aux HSAS en réalité virtuelle

Reverto commence par des interviews de salariés qui ont été confrontés à des problématiques de HSAS sur le terrain et écrit un scénario réaliste. Le tournage se déroule sur une base Enedis dans le Rhône. Le résultat est une solution immersive de 12 minutes où le spectateur incarne Myriam qui travaille sur une base opérationnelle. Plutôt que d'expliquer le sexisme et le harcèlement, ce dispositif permet de vivre ces situations à la première personne. Et de s'appuyer sur cette expérience pour apprendre en 12 minutes à identifier les situations problématiques, connaître la loi et savoir comment y réagir.

2022- Début de l'expérimentation à la Direction Régionale SIRHO (450 personnes sensibilisées)

Le contenu est d'abord testé en région sur une population terrain. L'outil est déployé sous la forme d'ateliers de 1h30 par groupe de 12 personnes. Les 30 premières minutes servent d'introduction et à vivre l'expérience en réalité virtuelle. Les 30 minutes suivantes servent à échanger sur les scènes rencontrées et d'ouvrir la parole sur les expériences respectives sur le terrain. Enfin, les 30 dernières minutes servent à revenir sur comment réagir, ce que dit la loi, revenir sur la politique tolérance zéro d'Enedis, les procédures et les interlocuteurs en cas de situations problématiques.

2023-2025 - La Solution se déploie progressivement au niveau national.

Des ateliers sont organisés sur les DR Centre Val de Loire, Alpes, Nord-Pas de Calais, Champagne Ardennes, Languedoc, puis au niveau national. Progressivement Enedis s'autonomise en s'équipant de casques de réalité virtuelle (187 casques achetés) et Reverto forme des intervenants Enedis pour animer en interne les ateliers de sensibilisation (+4000 personnes sensibilisées au total)

Bilan et résultats

Une étude d'impact a été menée fin 2024 pour mesurer les effets de ce dispositif, auprès d'un échantillon de 2200 (à partir des 4000 personnes sensibilisées à l'expérimentation). Nous avons demandé aux salariés de répondre à un questionnaire complet pour évaluer leurs connaissances des HSAS, leur vécu dans l'entreprise et leur capacité d'agir face à des situations rencontrées. Les résultats montrent l'efficacité du dispositif dans la durée.

Avant la sensibilisation en réalité virtuelle, les résultats sont les suivants :

- 22% connaissent les peines encourues
- 24% connaissent les référents HSAS dans leur Direction régionale
- 50% sont capables d'identifier des HSAS // seuls 38% sont capables d'identifier une agression sexuelle
- Près de la moitié sont témoins de remarques sexistes et 12% de situations de harcèlement
- 40% s'estiment capables de réagir face aux HSAS

Après la sensibilisation en réalité virtuelle, les résultats sont très encourageants:

- 84% connaissent les peines encourues
- 91% connaissent les référents HSAS dans leur Direction régionale
- 80 à 90% sont capables d'identifier des HSAS// 96% sont capables d'identifier une agression sexuelle
- Seuls 29% sont désormais témoins de remarques sexistes et les situations de harcèlement vues ont été divisées par 10.
- 78% s'estiment capables de réagir face aux HSAS

Ces résultats sont d'autant plus remarquables qu'ils sont ancrés dans le temps. On ne note pas de différence significative dans le niveau des connaissances entre ceux qui ont fait l'atelier en 2023 ou 2024.

En conclusion, les salariés savent désormais dans leur grande majorité identifier les situations problématiques et comment y réagir (reprendre l'auteur, soutenir la cible, s'adresser au référent). Désormais ils appréhendent mieux la loi et la politique tolérance zéro d'Enedis.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France	
Janvier – Juin 2025	750 750 en Mai 2025
2024	2 000
2023	1 000
2022	450
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France	
Depuis la création de l'initiative	<p>De nombreuses actions de communications internes (trentaine environ) ont été réalisées depuis 2022 qui évoquent la solution REVERTO :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lors des participations d'Enedis au Baromètre Sexisme #StOpE AFMD de 2023 et 2025, - Des communications locales sur les ateliers Reverso en région, - Autour des communications liées à la signature du nouvel Accord Egalité Professionnelle (signé le 5 mars 2025 par l'ensemble des Organisations Syndicales représentatives). <p>Ces communications internes concernent l'ensemble des collaborateurs d'Enedis (Environ 35 000 personnes en moyenne sur 2022 à 2025)</p> <p>Mais aussi en externe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Live LinkedIn avec Reverso début Avril 2025. (200 personnes environ) + impact republication des posts. - Key notes sur la Diversité à Enedis au Salon Inclusiv'day à la Défense Arena du 14 mai 2025 (6000 participants)
Nombre de personnes externes touchées en France	
Depuis la création de l'initiative	<p>Cette solution n'a pas servi uniquement chez Enedis mais dans une trentaine d'organisations supplémentaires en France et en Suisse. Reverso ayant conservé les droits de commercialisation, la solution a permis de sensibiliser 15 000 salariés en plus des 4200 qui ont été touchés chez Enedis.</p>

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Parmi les salariés sensibilisés, 82 % estiment que vivre la situation en réalité virtuelle leur a permis de mieux prendre conscience des agissements sexistes et de harcèlement sexuel et de leur impact au quotidien. Aussi, 80% sont satisfaits du parcours de sensibilisation mis en place par Enedis. Cette initiative a permis de créer un collectif de travail plus sûr, plus respectueux et d'accompagner avec succès le taux de féminisation (augmentation de trois points entre 2021 et 2025).

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Sur ce sujet, nous utilisons comme beaucoup d'entreprises des formats classiques comme le e-learning ou les campagnes d'affichage ou les échanges lors des réunions d'équipe. La réalité virtuelle en faisant appel au vécu et aux émotions a permis d'ouvrir largement la parole sur un sujet compliqué à aborder, d'ancrer durablement les connaissances et in fine de participer au changement des comportements au niveau du collectif.

Pour en savoir plus

- <https://www.enedis.fr/>
- <https://reverso.fr/>

Carrefour



Promotion de la diversité d'origine

Chez Carrefour, nous avons engagé une démarche courageuse en faveur de la diversité d'origine. Nous avons construit un plan d'action concret et mesurable pour assurer la promotion de nos salariés issus de la diversité d'origine dans les instances dirigeantes de l'entreprise.

Année de création de l'initiative : 2023-2024

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

origine sociale et culturelle •

Autre : diversité d'origine

Nombre de salariés en France : 100 000

Nombre de salariés dans le monde : 350 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Fort d'un réseau multi-formats de plus de 14 000 magasins dans plus de 40 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Son réseau de magasins intégrés comptabilise plus de 36000 collaborateurs qui contribuent à faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire qui met l'accent sur la qualité, l'accessibilité et la durabilité et s'engage activement dans des initiatives sociales et environnementales.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Carrefour est engagé en faveur de la promotion de la diversité d'origine qui prend appui sur un plan d'action concret et mesurable autour de 3 piliers: le recrutement, la formation et la promotion interne. Un grand sondage anonyme et confidentiel a été adressé à 100% des salariés en France, et nous avons analysé les résultats et construit une conviction: celle de soutenir un public spécifique: les femmes issues de la diversité d'origine qui souffrent d'un double plafond de verre. Parallèlement, nous avons construit une stratégie des alliés en formant l'ensemble des collaborateurs à la cause.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

En mars 2024, Alexandre Bompard a dévoilé un plan ambitieux pour renforcer la diversité d'origine chez Carrefour, entreprise déjà naturellement diverse, reflet de la société française.

Un sondage a été mené auprès des 100 000 des collaborateurs en France. Les résultats montrent une surreprésentation de la diversité d'origine par rapport à la moyenne nationale, mais un manque de représentation dans les postes de direction, surtout chez les immigrés de première génération et encore plus chez les femmes issues de la diversité, confrontées à un double plafond de verre. Carrefour a donc décidé d'agir concrètement, collectivement et durablement. Le plan repose sur trois axes : le recrutement, avec des processus équitables et sans biais ; la formation, pour développer les compétences et lutter contre l'autocensure ; et la promotion, pour garantir un accès équitable aux postes à responsabilité. Ce projet a été coconstruit avec les collaborateurs, incarné par des rôles modèles, et des partenaires engagés comme le Club du 21^e siècle et Les Déterminés.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Nos 100 000 collaborateurs Carrefour en France présents dans l'ensemble de nos établissements: magasins, entrepôts et sièges.

Décrivez l'initiative

Un grand sondage volontaire et anonyme a été adressé à l'ensemble de nos collaborateurs Carrefour en France.

Le taux de participation a été de 24%, ce qui est un excellent résultat pour ce type de sondage. Une fois les résultats compilés et analysés par notre tiers de confiance Ipsos, nous avons engagé des moyens financiers pour nouer des partenariats externes pertinents et alloué des moyens humains en interne pour faire vivre la démarche. Le sujet de la diversité d'origine étant un sujet très sensible, il a fallu apporter des gages de confiance à toute la communauté Carrefour et apporter la preuve de notre légitimité et de notre sincérité d'action. La première étape a été de faire de la pédagogie sur les résultats du sondage et de rassurer les plus inquiets. La seconde étape a été de nouer des partenariats utiles à l'atteinte de nos objectifs et de profiter de l'éclairage d'experts pour proposer des solutions adaptées. Enfin, la dernière étape a été d'assurer le suivi des actions engagées et de continuer le travail d'acculturation par des prises de parole de l'entreprise régulières sur le sujet.

Bilan et résultats

Les résultats de l'enquête sont clairs : la diversité d'origine est sur représentée par rapport à la moyenne nationale au sein de nos équipes (14% chez Carrefour contre 12% en France) mais elle ne se reflète pour autant pas pleinement dans nos instances dirigeantes d'entreprise, notamment chez les immigrés de première génération, qui accèdent moins souvent à des postes à responsabilité.

Le constat est encore plus marqué pour les femmes, qui subissent un double plafond de verre, lié à leur genre et à leur origine. A ce constat, nous avons décidé d'agir en proposant un plan d'action concret et mesurable autour de 3 grands piliers: Recrutement, Formation et Promotion interne. Nous avons noué un partenariat avec Les Déterminés afin de pouvoir sourcer en externe des talents issus de la diversité d'origine afin de proposer leur candidature aux recruteurs internes. Nous avons ambitionné de recruter 25 talents en externe (diplômés Bac+4/5), intégrés au sein d'une promotion spécifique, avec la volonté de renouveler l'opération chaque année. Nous avons formé 93% des salariés Carrefour en France à la non discrimination et proposé à 20 femmes issues de la diversité d'origine, et de notre vivier de talents internes, de suivre une formation spécifique/mentoring de 9 mois en partenariat avec le Club du 21ème siècle. Enfin, nous avons sensibilisé les managers à la détection des talents issus de la diversité d'origine lors des comités carrières pour accélérer leur visibilité. Enfin, nous avons adressé une campagne de rôles modèles aux 100 000 collaborateurs Carrefour en France pour visibiliser les parcours et les trajectoires de succès qui existent en interne.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025

Le programme débuté en septembre en 2024 a continué de vivre en 2025. Chaque mois se tient une conférence sur la diversité d'origine. Le parcours d'intégration des talents externes recrutés via notre partenaire Les Déterminés a débuté en mars 2025. Le programme de formation des femmes issues de la diversité d'origine avec notre partenaire Le Club du 21 siècle a permis de planifier une rencontre par mois, d'organiser 5 sessions de co-développement collectif et une rencontre de networking. Tous les chiffres sont disponibles dans la prochaine rubrique "2024"

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

2024	<p>Nous avons adressé le sondage aux 100 000 collaborateurs en France soit 100% de la communauté Carrefour.</p> <p>Nous avons entretenu 42 talents externes en lien avec notre partenaire Les Déterminés, et organisé 3 sessions de recrutement qui ont mobilisé 36 experts RH internes.</p> <p>Nous avons constitué 40 binômes composés de femmes issues de la diversité et de membres du ComEx Groupe de Carrefour.</p> <p>Nous avons formé 93% soit 93 000 collaborateurs Carrefour France sur le sujet des discriminations liées à la diversité d'origine.</p> <p>Nous avons accompagné 20 femmes, issues de notre vivier de Talents et de la diversité d'origine, grâce à notre partenaire Le Club du 21ème siècle et à son programme Reveal@her, en plus des nombreux autres programmes de coaching et/ou de mentorat déjà existants au sein du Groupe:</p> <p>214 femmes ont suivi le programme Women Leaders 34 femmes ont bénéficié du programme Femmes Booster des promos de Graduates Grandes Écoles désormais totalement paritaires avec 50% de femmes des classes de interne de Carrefour, École des leaders, totalement paritaires sur les deux dernières années Tous ces programmes s'inscrivent dans notre politique d'évolution interne vers des postes à responsabilités et au sein des instances dirigeantes de l'entreprise.</p> <p>Nous avons sensibilisé 600 personnes au sujet de la diversité d'origine grâce à nos webinaires mensuels appelés "Café de la Diversité"</p>
------	--

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la création de l'initiative	<p>Nous avons adressé le sondage aux 100 000 collaborateurs en France soit 100% de la communauté Carrefour.</p> <p>Nous avons entretenu 42 talents externes en lien avec notre partenaire Les Déterminés, et organisé 3 sessions de recrutement qui ont mobilisé 36 experts RH internes.</p> <p>Nous avons formé 93% de la population Carrefour France sur le sujet des discriminations liées à l'origine.</p> <p>Nous avons accompagné 20 femmes, issues de notre vivier de Talents et de la diversité d'origine, grâce à notre partenaire Le Club du 21ème siècle et son programme Reveal@her.</p> <p>Nous avons constitué 40 binômes composés de femmes issues de la diversité et de membres du ComEx Groupe de Carrefour.</p> <p>Nous avons sensibilisé 600 personnes au sujet de la diversité d'origine grâce à nos webinaires mensuels.</p>
------------------------------------	---

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative	<p>Nous avons communiqué en externe sur ce programme en faveur de la diversité d'origine:</p> <ul style="list-style-type: none">- Une conférence de Presse en Juin 2024 devant une quinzaine de journalistes, ayant généré plus de 300 retombés presse- Une publication sur nos réseaux sociaux avec une surface d'audience de 15 millions de followers.
------------------------------------	---

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Cette initiative a permis de lever un tabou, celui de la promotion de la diversité d'origine.

Dans un moment où les vents contraires se sont levés contre les initiatives en faveur de la diversité, être un Groupe de la taille de Carrefour et de s'engager sur ce sujet, a été perçu par les salariés comme une marque de courage et une réaffirmation des valeurs de l'entreprise. De plus, le fait que la quasi totalité des salariés de Carrefour en France ait suivi la formation sur la lutte contre les discriminations liées à la diversité d'origine, a inévitablement posé le sujet comme une priorité et fait bouger les lignes en internes.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Cette initiative est innovante car elle aborde un sujet jugé risqué, politique et clivant en entreprise. Le premier frein était interne : droit à le faire, risque médiatique, égalité des chances. Mettre en place un plan d'action sur la diversité d'origine est à la fois innovant, essentiel et courageux. Nous sommes les seuls en France à avoir mené une enquête dédiée auprès de nos 100 000 collaborateurs. Cela nous a permis d'engager des actions concrètes pour réduire les inégalités constatées.

Pour en savoir plus

- <https://www.carrefour.com/fr>

Renault Group

Renault Group

Renault Group: référents diversité LGBT+

Pour la 1^{re} fois en France, un grand groupe industriel déploie un dispositif de référents LGBT+ sur tous ses grands sites. Le réseau 🌈 We'R OutStandInG agit localement pour briser les tabous et favoriser l'inclusion dans un milieu souvent perçu comme peu ouvert.

Année de création de l'initiative : 2021

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
LGBT+

Nombre de salariés en France : 35 000

Nombre de salariés dans le monde : 98 000



Décrivez l'activité de votre organisation

"Nous faisons battre le cœur de l'innovation pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres." Renault Group est un constructeur automobile français innovant, engagé dans la mobilité durable, l'électrification et la technologie. Il regroupe plusieurs marques dont Renault, Dacia, Alpine et Mobilize, et opère mondialement avec une forte orientation vers la transition énergétique.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Depuis 3 ans, la Ville de Paris offre à ses agentes encadrantes un programme d'accompagnement (Paris Pluri'Elles) afin de garantir et de favoriser l'égal accès aux métiers et aux responsabilités professionnelles. Paris Pluri'Elles permet à une promotion de 20 femmes managers de bénéficier d'un accompagnement individuel et collectif (coaching, de co-développement, de conférences-ateliers et de mentorat). Il s'agit de leur permettre, grâce à cet accompagnement mais surtout grâce à la force du collectif et du réseau, de se sentir légitimes et épanouies dans leurs choix de carrière, qu'elles définissent leurs propres codes de la réussite et de la puissance au travail, et, si elles le souhaitent, d'opter pour un parcours ascensionnel. Les lauréates sont invitées à formuler des propositions d'amélioration des conditions de travail, notamment dans le cadre du Plan Parisien Égalité.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Né d'un groupe de travail en 2012, ouvert aux alliés depuis 2018, le réseau des employés LGBT+ de Renault Group et leurs alliés,  We'R OutStandInG, compte aujourd'hui plus de 400 membres dans 17 pays. Sa mission : contribuer à créer un environnement de travail inclusif, où chacun peut être soi-même quelle que soit son orientation sexuelle ou son identité de genre.

En 2021, pouvant s'appuyer sur un engagement fort de l'entreprise (signatures en 2020 des Standards Free & Equal des Nations Unies et de la Charte d'engagement de L'Autre Cercle en France),  We'R OutStandInG propose de mettre en place dans les usines du Groupe, en France, des référents Diversité LGBT+. Une initiative portée par l'un des co-leaders du réseau, suite à une histoire personnelle difficile en usine, et fortement soutenue par le patron des usines françaises de l'époque. Objectif : offrir un soutien concret, un contact facilement identifiable, à des opérateurs qui n'ont pas d'outil informatique et vers lesquels la communication est plus compliquée que sur les sites tertiaires.

Tous les directeurs d'usine reçoivent rapidement la consigne d'identifier des candidats, avec un point mensuel sur le déploiement. Le dispositif est aussi présenté à la DRH France et aux syndicats. Les candidats sont co-validés par le réseau, l'usine, et les RH.

Après un test concluant en 2021, ce dispositif, alors une première en France dans le secteur industriel, prend une nouvelle dimension lors de son extension à tous les sites industriels et tertiaires dès 2022.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Le dispositif des référents diversité LGBT+ s'adresse d'abord aux victimes des discriminations et aux témoins de ces situations, salariés ou prestataires, souvent silencieux par peur des conséquences.

Avoir un collègue de confiance, légitime et présent sur le terrain, peut libérer la parole. Les référents diversité LGBT+ sont aussi un soutien pour les managers face à des situations sensibles, en les aidant à réagir avec justesse et à créer un climat plus inclusif. Il peut aussi être une aide dans des situations personnelles, comme l'accompagnement des parents d'enfants LGBT+. Le référent est là pour écouter, orienter vers le bon interlocuteur (RH, médecine du travail, etc...), et encourager chacun à devenir acteur du changement. Sa présence permet de briser le silence, peut dissuader les comportements discriminatoires et encourager les alliés à s'engager. L'approche réconcilie le terrain et valeurs humaines, prouvant que l'inclusion des personnes LGBT+ n'est pas l'apanage du tertiaire.

Décrivez l'initiative

En 2021, avec le soutien de la Direction RH France,  We'R OutStandInG propose aux comités de direction des usines un projet simple mais ambitieux : créer un réseau de référents Diversité LGBT+ dans chaque grand site du Groupe en France. L'idée ? Offrir un point d'appui humain et bienveillant à toutes celles et ceux qui en ont besoin.

Le projet a démarré en 2021 dans deux usines pilotes, au Mans et à Sandouville. Dès 2022, il s'est étendu progressivement à l'ensemble des sites tertiaires.

Aujourd'hui, chaque grand site du Groupe en France compte au moins un référent Diversité LGBT+.

Leur rôle est essentiel : écouter, soutenir, conseiller, informer. Ce sont des collègues de confiance, choisis pour leur professionnalisme et leurs qualités humaines. Le réseau les identifie, leurs pairs les reconnaissent. Leur candidature est validée par la fonction RH, et leur nomination confirmée par la direction du site.

Concrètement, le référent Diversité LGBT+ peut : accueillir une personne victime LGBT+ de discrimination et l'orienter vers les bons interlocuteurs ; accompagner un parent qui se pose des questions sur l'arrivée de son enfant LGBT+ dans l'entreprise ; intervenir dans une équipe pour soutenir le manager qui souhaite rendre son équipe plus inclusive. Ce sont des relais humains, présents, accessibles, et capables de faire le lien avec la fonction RH, la médecine de travail, les organisations syndicales, ou encore les référents éthique ou zéro discrimination.

Sur chaque site, les coordonnées complètes du référent sont affichées. A chaque prise de parole interne sur l'inclusion LGBT+, la liste des référents est republiée à destination de toute l'entreprise.

Bilan et résultats

Pour la première fois en France, un grand groupe industriel déploie un dispositif de soutien à l'inclusion LGBT+ sur l'ensemble de ses grands sites.

Porté par le réseau  We'R OutStandInG et soutenu par la Direction RH, cette initiative pionnière contribue à briser les tabous encore présents dans le milieu industriel, avec une approche décentralisée, humaine et ancrée localement. Ces référents reconnus, agissent comme relais de confiance sur le terrain dans un environnement industriel souvent perçu comme peu ouvert à ces sujets.

Résultats clés :

1. La majorité des grands sites du Groupe en France est couverte par le dispositif. 15 sites couverts (10 industriels, 5 tertiaires), 25 référents actifs, 35 000 employés concernés.
2. Si au départ, le réseau  We'R OutStandInG est allé à la rencontre des directeurs de sites industriels pour proposer son dispositif, ce sont ensuite les sites eux-mêmes – notamment tertiaires – qui ont sollicité le réseau pour le déployer chez eux.
3. Le réseau  We'R OutStandInG et les référents diversité LGBT+ sur site sont constitués en majorité d'alliés, preuve d'un engagement collectif.
4. L'enquête interne D&I montre des résultats en amélioration : 59 % de participation en 2024 (+19 pts vs 2022), 88 % des répondants connaissent les dispositifs d'alerte (+4 pts), 75% font confiance au traitement des alertes de discrimination.
5. Reconnaissance institutionnelle : Prix de l'Audace AFMD 2022. 11 Rôles Modèles L'Autre Cercle Renault Group, dont 3 des référents diversité LGBT+.

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025

Ce dispositif concerne directement les 35 000 employés du Groupe en France. Il joue d'abord un rôle essentiel de prévention et de sensibilisation auprès de tous, y compris auprès des prestataires présents sur nos sites.

Lorsque cela est nécessaire, un référent Diversité LGBT+ intervient concrètement auprès des victimes, des témoins, des managers et de leurs équipes.

Dans une entreprise où 43% des salariés sont opérateurs et techniciens, présents sur le terrain, en production ou en logistique, il est crucial d'adapter les moyens d'information et de communication pour que les messages passent vraiment, pour qu'il soit entendu, compris, et qu'ils fassent une vraie différence.

Les 25 référents Diversité LGBT+ sont promus par la communication interne de chaque site, à travers des campagnes de sensibilisation à la politique de non-discrimination, au même titre que les référents éthique, les référents zéro discrimination, les référents LHS, les référents handicap, etc. Leurs coordonnées sont affichées dans les usines afin que tous les employés puissent les identifier et les contacter en cas de besoin.

Depuis 2022, le dispositif a été progressivement déployé dans 10 sites industriels (au Mans, à Sandouville, à Flins, à Cléon, à Dieppe, à Ruitz, à Douai, à Batilly, à Villeurbanne, à Maubeuge) et 5 sites tertiaires (à Paris, à Guyancourt, à Boulogne Billancourt, à Villiers Saint Frédéric, à Noisy le Grand).

Nombre de collaborateurs touchés directement en France	
2024	Le déploiement est progressif depuis 2022 et touche directement ou indirectement l'ensemble des employés du Groupe en France (35 000). Voir la réponse pour l'année 2025.
2023	Le déploiement est progressif depuis 2022 et touche directement ou indirectement l'ensemble des employés du Groupe en France (35 000). Voir la réponse pour l'année 2025.
2022	Le déploiement est progressif depuis 2022 et touche directement ou indirectement l'ensemble des employés du Groupe en France (35 000). Voir la réponse pour l'année 2025.
Année de création	En 2021, l'idée du projet est née et un pilote a été déployé pour tester le dispositif sur deux sites industriels, au Mans et à Sandouville. Le déploiement est progressif depuis 2022 et touche directement ou indirectement l'ensemble des employés du Groupe en France. Voir la réponse pour l'année 2025.
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France	
Depuis la création de l'initiative	Le déploiement est progressif depuis 2022 et touche directement ou indirectement l'ensemble des employés du Groupe en France (35 000). Voir la réponse pour l'année 2025.
Nombre de personnes externes touchées en France	
Depuis la création de l'initiative	<p>Le dispositif des référents diversité LGBT+ a fait la démonstration concrète qu'inclusion LGBT+ et industrie ne sont pas antagonistes. Le modèle est duplicable à d'autres environnements.</p> <p>Le réseau  We'R OutStandInG fait la promotion de son initiative à l'extérieur, afin d'inspirer et d'encourager d'autres organisations : dans d'autres entreprises comme Accenture, Atos, EY, Groupe BPCE, Hogan Lovells, Leroy Merlin, OnePoint, Schlumberger, Thales, mais aussi à l'Université de Lorraine et au CHU de Rouen.</p> <p>S'agissant d'une première dans le milieu industriel, le dispositif a reçu le prix de l'Audace de la part de l'Association Française des Managers de la Diversité (AFMD), prix remis en 2022 par Mme. Isabelle Rome, ministre de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances. Le prix vise à faire connaître l'initiative et inspirer d'autres entreprises en général et industrielles en particulier.</p>

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Depuis le lancement du réseau des référents diversité LGBT+, la dynamique a changé : les alliés sont majoritaires, représentant 60% des membres  We'R OutStandInG et 70% des référents.

Chaque déploiement inspire d'autres sites, soutenu par l'engagement des directeurs d'usine.

Le réseau est reconnu dans tout le Groupe, invité en points management des usines, compte 11 Rôles Modèles reconnus par L'Autre Cercle. Né en France, il rayonne désormais dans 15 pays.

Même si le lien n'est pas direct, les enquêtes internes D&I du Groupe montrent une nette progression : 59% de participation en 2024 (+19 pts vs 2022), 88% connaissent les dispositifs d'alerte (+4 pts), 75% font confiance dans le traitement des alertes.

De façon synthétique, résumez votre initiative et ses résultats clés.

Pour la première fois en France, un grand groupe industriel a mis en place un dispositif de soutien à l'inclusion LGBT+ dans toutes ses grands sites : les référents Diversité LGBT+.

Le réseau  We'R OutStandInG, avec le soutien de la Direction RH, a lancé ce réseau, avec une approche décentralisée, humaine et ancrée localement.

Ces référents reconnus, animés par  We'R OutStandInG, agissent comme relais de confiance sur le terrain pour l'inclusion LGBT+ dans un environnement industriel souvent perçu comme peu ouvert à ces sujets.

Une initiative qui permet de briser les tabous.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Trois raisons principales

1. Première adaptation de l'inclusion LGBT+ aux codes du monde industriel
2. Appropriation managériale d'un sujet tabou via intégration aux points management d'usine
3. Dynamique inédite : les alliés sont désormais majoritaires dans le réseau  We'R OutStandInG, devenant des ambassadeurs actifs. Les référents diversité LGBT+ ancre l'inclusion LGBT+ par la proximité terrain et une initiative portée collectivement entre réseau ERG, direction RH corporate et management.

Pour en savoir plus

- <https://www.renaultgroup.com/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=OnGc7RktNVE>



Le Handicap Contre-Attaque

Jeu immersif et collaboratif, Le Handicap Contre-Attaque invite chacun à vivre la réalité du handicap. En présence, à l'aide de cartes, il libère la parole et sensibilise au fait que nous sommes tous concernés. Pour mieux vivre ensemble.

Année de création de l'initiative : 2022

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :

handicap • origine sociale et culturelle •
multi-générationnel •

Autre : Mieux vivre ensemble quelles que soient nos différences

Nombre de salariés en France : 58 000

Nombre de salariés dans le monde : 178 000



Décrivez l'activité de votre organisation

BNP Paribas est un groupe bancaire international, leader en Europe, présent dans 64 pays avec 178 000 collaborateurs, dont 58 000 en France, qui exerce tous les métiers de la banque, de l'assurance et de l'épargne, au service des particuliers, entreprises et institutions.

BNP Paribas est engagée en faveur d'une économie plus inclusive, plus durable, et agit pour intégrer la diversité dans toutes ses dimensions, au cœur de ses métiers.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Le Handicap Contre-Attaque est un jeu immersif en présentiel, qui libère la parole sur le handicap. Adopté par BNP Paribas pour ses 178 000 collaborateurs, facile à mettre en place, il transforme les mentalités et sensibilise en profondeur. NPS de 83.

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Le silence, les années de masque, la peur du regard. J'ai caché ma maladie de Parkinson pendant 10 ans. Intégré à l'Inspection Générale de BNP Paribas, je voyageais partout dans le monde sans jamais oser en parler. Même dans mes groupes de musique, je n'osais rien dire. Jusqu'au jour où j'ai appris que mon ancien patron avait lui aussi Parkinson, et que nous avons travaillé ensemble... en silence. Ce déclic m'a poussé à sortir du déni.

Le jour où j'en ai parlé dans mon entreprise, j'ai ressenti un immense soulagement. J'ai compris que je n'étais pas seul, que d'autres se cachaient aussi. Et que beaucoup ne se sentaient pas concernés, alors qu'ils le sont sans le savoir. C'est de ce vécu qu'est né Le Handicap Contre-Attaque : pour aider les autres à ne pas attendre 10 ans pour parler, et pour sensibiliser largement, sans tabou, au fait que le handicap nous concerne tous.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Le jeu s'adresse à toutes et tous : personnes concernées par un handicap ou non, aidants ou non. Développé en premier lieu pour le monde de l'entreprise, il est également animé pro bono dans des écoles, associations, fondations, ou en cercle familial, grâce au soutien de BNP Paribas.

Le jeu est particulièrement bien adapté aux entités où la reconnaissance du handicap est condition nécessaire à toute demande d'aménagement. Il est décliné en 6 langues et personnalisable pour tout pays.

Décrivez l'initiative

L'idée de départ : raconter comment j'ai vécu la confrontation au handicap.

J'ai structuré ce vécu en un voyage en 4 étapes :

1. le choc initial
2. la diversité des handicaps et leur reconnaissance administrative
3. les freins émotionnels (culpabilité, peur, préjugés...)
4. la reconstruction et l'inclusion du handicap dans sa vie

Ce parcours est devenu un jeu de cartes : 5 cartes par étape, une sixième à deviner. Le jeu se joue en groupe de 8 à 12 personnes, en présentiel, pendant 3h, dans un cadre confidentiel propice à la libération de la parole.

Après plusieurs pilotes, BNP Paribas a accepté de soutenir le développement du jeu. Intégré en 2022 à un programme d'incubation interne de projets à impact (ONU), il a été adoubé par 3 membres du ComEx (DGA, RH Groupe, Engagement).

Depuis 2023, je l'anime au sein de la Mission Handicap.

Finaliste Top 5 du Grand Prix Diversité & Inclusion 2023 (catégorie Grandes Entreprises), déjà porté par BNP Paribas.

Bilan et résultats

- **+4 000 joueurs complets (jeu de 3h)**
- **+7 000 personnes sensibilisées en conférences**
- **36 animateurs formés**
- **Jeu diffusé dans 7 pays, 6 langues**
- **Net Promoter Score (NPS) de 83 à fin juin 2025 : engagement et recommandation exceptionnels**

Des extensions sont en cours : Canada, Hong Kong, Singapour, Inde et Australie.

Témoignages de joueurs :

"On dit souvent que la différence ou l'inconnu fait peur, ce jeu permet de déconstruire les clichés ou les idées reçues, et de libérer la parole. Les échanges sont une vraie valeur ajoutée ! Nous avons tous à y gagner de participer à ce jeu !"

"Le jeu aborde un sujet et des situations difficiles, complexes, de manière ludique, conviviale."

"C'est une façon très pragmatique d'aborder les différents types de handicaps, ce moment permet de se positionner / se projeter à la fois dans la situation de la personne atteinte (possiblement) de handicap et dans celle de l'entourage plus ou moins proche. C'est aussi un moment pendant lequel je n'ai pas ressenti de tabou, le ton léger mais profond des animateurs donne la possibilité de poser les questions. J'ai trouvé les échanges d'une grande honnêteté intellectuelle."

Nombre de collaborateurs touchés directement		
Janvier – Juin 2025	1 300	1 300 (jeu, conférences – focus sur formation d'animateurs)
2024	5 500	5 500 (jeu, conférences)
2023	3 520	3 520 (jeu, conférences)
2022	120	120 (lancement)
Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France		
Depuis la création de l'initiative	60 000	Indirectement (BNP Paribas, communication interne, réseaux...) : 60 000 personnes
Nombre de personnes externes touchées		
Depuis la création de l'initiative	900 000	Public externe (France, presse, événements...) : 900 000 personnes

Quel a été l'impact de l'initiative ?

Chez BNP Paribas, le taux d'emploi de personnes handicapées a dépassé 6 % pour la première fois (6,21 %). Le jeu a contribué à libérer la parole, favoriser les déclarations RQTH et sensibiliser les équipes de santé au travail. Validé par médecins du travail, psychologues, kinés, ostéopathes. NPS : 83.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Un jeu d'immersion 100 % présentiel, sans technologie, mais riche en émotions. Inspiré de la vraie vie, il offre une expérience puissante, parfois bouleversante. Une pédagogie douce mais percutante. Le seul jeu à proposer une "vis-ma-vie" du handicap, dans un parcours qui libère, éclaire et fait sourire.

C'est aussi un outil reproductible, adaptable aux autres formes de diversité (genre, origine, âge...), pour en faire un catalyseur global d'inclusion.

Pour en savoir plus

- <https://group.bnpparibas/>
- <https://www.lehandicapcontreattaque.com/>

Michelin



3 programmes d'inclusion

HOPE, Humando, Simplon : 3 programmes de formation (certifiante et longue) et d'insertion à destination de personnes réfugiées et ou loin de l'emploi. Ces programmes forment les participants sur des métiers en tension : Maintenance, opérateur de production et métier du numérique.

Année de création de l'initiative : 2019

Thématiques de la Diversité portées par l'initiative :
égalité femmes-hommes • origine sociale et culturelle

Nombre de salariés en France : 15 000

Nombre de salariés dans le monde : 129 000



Décrivez l'activité de votre organisation

Michelin construit un manufacturier. Pionnier de la science des matériaux depuis plus de 130 ans, Michelin s'appuie sur une expertise unique pour contribuer significativement au progrès humain et à un monde plus durable. leader mondial des composites et expériences qui transforment notre quotidien

Grâce à sa maîtrise inégalée des composites polymères, Michelin innove constamment pour fabriquer des pneus de haute qualité et des composants critiques pour des secteurs aussi exigeants que la mobilité, la construction, l'aéronautique, les énergies bas carbone ou la santé.

Le soin apporté à ses produits et sa connaissance intime des usages lui permettent de faire vivre à ses clients des expériences exceptionnelles, qu'il s'agisse de solutions basées sur les data et l'intelligence artificielle pour les flottes professionnelles, ou de la découverte des restaurants et hôtels remarquables que le Guide MICHELIN recommande.

Basé à Clermont-Ferrand, en France, Michelin est présent dans 175 pays et emploie 129 800 personnes.

Décrivez votre initiative et ses résultats clés

Hope, Humando et Simplon : 3 programmes de formation et d'insertion pour plus d'inclusion.

Convaincu qu'on peut recruter autrement, et volontairement engagé dans l'inclusion, Michelin avec sa politique en faveur de l'égalité des Chances vise à assurer à toutes et à tous les mêmes possibilités d'intégration et d'évolution.

Nos objectifs :

- permettre à des personnes loin de l'emploi de se former sur un métier en tension (maintenance, opérateur de prod et métier du numérique)
- alimenter et diversif
- transformer et favoriser l'engagement des équipes à travers cette démarche d'inclusion

Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

Dès 2019, tout a démarré dans le cadre de nos actions DEI, Egalité des chances et d'une problématique de tension de l'emploi sur le métier de maintenance (3% de femmes)

Michelin a lancé la première promotion HOPE (Hébergement Orientation Parcours vers l'Emploi – dispositif d'état pour favoriser l'inclusion des réfugiés via le travail), avec une cohorte de 14 réfugiés. Une belle opportunité aussi pour nos équipes en maintenance de s'ouvrir à la diversité, vulnérabilité et de booster l'engagement de tous !

HOPE : un accompagnement social, un dispositif de formation en alternance de plus de 20 mois pour apprendre le métier de la maintenance et le français.

A la clé : acquisition de la langue, d'une expérience maintenance chez Michelin, d'un diplôme, d'un salaire, et pourquoi d'un CDD ou CDI chez Michelin. Dans tous les cas une insertion via l'emploi.

En mai 2025 la 3^{ème} promotion HOPE s'est terminée ! Nous avons signé des CDD et CDI avec 70% des participants !

Malheureusement le dispositif d'état est revisité avec moins de soutien financier. Avec les partenaires nous oeuvrons pour pouvoir poursuivre ce programme Haute couture et lancer un HOPE 4 interentreprise fin 2025 pour 10 nouveaux réfugiés.

Dans la même dynamique, nous avons participé depuis 2021, à 3 promotions menées avec Humando et Hall 32 sur les métiers de l'industrie. Notre succès : avoir embauché 5 femmes réfugiés ou QPV dans la maintenance sur la dernière promo !

Idem, avec Simplon, depuis 2021 nous avons participé à 3 promotions dans le numérique.

Quel est le public cible de cette initiative ?

Des personnes réfugiées, personnes loin de l'emploi, en situation de handicap, femmes victimes de violences...

Décrivez l'initiative

Dès 2019, tout a démarré dans le cadre de nos actions DEI, Egalité des chances, Michelin a lancé la première promotion HOPE (Hébergement Orientation Parcours vers l'Emploi – dispositif d'état pour favoriser l'inclusion des réfugiés via le travail), avec une cohorte de 14 réfugiés.

Un collectif de partenaires locaux extraordinaires hyper investit pour monter les HOPE : l'AFPA, France Travail, l'OFFI, CeCler, les centres d'accueil de réfugiés, Action Logement, Via Humanis...et bien sur tous nos tuteurs et managers maintenance sur nos sites industriels Michelin.

Fort du succès rencontré avec cette première promotion, l'aventure s'est poursuivie avec deux nouvelles promotions, en veillant à améliorer, chaque année, l'expérience des participants apprenants, tuteurs, équipes...

2019-2021 : Promo HOPE N°1 (14 alternants), 2021-2023 : Promo Hope N°2 (8 alternants), 2023-2025 : Promo HOPE N°3 (11 alternants).

Programme : 2 mois d'apprentissage du Français et remise à niveau en maths + 18 mois de contrat d'alternance entre l'AFPA et Michelin pour obtenir un titre pro d'agent de maintenance;

Humando : 3 promos lancées depuis 2021 sur les métiers de l'industrie avec : Hall 32, et Humando, filiale d'Adecco pour l'accompagnement social. Sur la dernière promotion, nous avons mené une action positive d'attractivité avec 60 candidates pour féminiser la promotion et avons embauché 5 femmes sur 6 participants ! Programme : 2 mois de remise à niveau + 12 mois d'alternance

Simplon : depuis 2021 - 3 promotions dans les métiers du numérique sur 18 mois

Sur chaque promotion, nous menons des actions pour attirer des candidatures féminines pour alimenter notre vivier de recrutement sur les 2 axes : Egalité des Chances et Mixité F/H.

Bilan et résultats

Au total sur les 3 programmes : 71 personnes bénéficiaires depuis 2020

Taux de réussite à l'examen sur l'ensemble des programmes = 82%

Taux de conversion chez Michelin (CDD et CDI ou intérim)= 50%

- Hope : 33 participants sur les 3 promotions - Diplôme obtenu à 95%- Contrat Michelin à la clé de la formation (60%)- des équipes transformées
- Humando : 19 participants sur les 3 promotions - un public mixte F/H. 80% de réussite au CQP- embauche à la clé chez Michelin (50%). Dernière promotion très féminisée (5 femmes/1 homme).
- Simplon : 19 participants sur les 3 promotions- public Mixte. Embauche très faible après car les nos besoins de recrutements n'étaient pas alignés avec le type de profil formés. Nous avons corrigé cela pour la promo en cours;

Tous ces programmes sont des programmes HAUTE COUTURE qui révèle et engage chacun, les organisateurs, les partenaires et les équipes ! Nous en sommes tous très fiers !

Nombre de collaborateurs touchés directement en France

Janvier – Juin 2025	80	Si l'on compte toutes les personnes chez Michelin engagées dans ces programmes, je dirais 80 personnes minimum impliquées dans la réussite de ces programmes. Collaborateurs directs, les managers, le top management, les recruteurs, les RH, les directeurs des sites, les assistantes sociales de sites, les ambassadeurs DEI des sites, la communication.
2024		
2023		
2022		
Année de création		

Nombre de collaborateurs et/ou étudiants touchés indirectement en France

Depuis la création de l'initiative	Le top management (déjeuner et temps d'échanges avec les réfugiés) , les 15000 salariés Michelin via la communication interne (news régulière, vidéo, sorties avec l'ASM pour voir des march) ; ainsi que la communication, régulière sur LinkedIn
------------------------------------	--

Nombre de personnes externes touchées en France

Depuis la création de l'initiative	L'ensemble des 15000 salariés sont exposés via la communication à ces programmes d'Egalité des Chance, dans les parcours d'intégration, formation manager, via la communication interne.
------------------------------------	--

Quel a été l'impact de l'initiative ?

70 personnes ont appris un métier, appris le français et sont employables; Sur ces 70 personnes, près de 35 ont pu être embauchées chez Michelin à la suite de cette alternance.

En quoi cette initiative est-elle innovante?

Ce sont des formations longues, de 12 à 20 mois, certifiantes, qui engagent énormément les équipes qui accueillent et qui assurent un emploi à la clé car les métiers sont en telle tension que les candidats sont presque certains de trouver un emploi s'ils obtiennent leur diplôme. Elle demande une énergie incroyable de la part de tous les acteurs, c'est un travail Haute couture, avec beaucoup de solidarité, qui mérite d'être souligné et encouragé.

Pour en savoir plus

- <https://www.michelin.com/groupe>



GRAND PRIX

DIVERSITÉ & INCLUSION

2025

UN ÉVÉNEMENT FONDÉ PAR :



AFL DIVERSITY
La différence est une force

AVEC LE SOUTIEN DE

