

WINNAAR GROTE BEDRIJVEN: ACCENT

# Werving zonder vooroordelen

Meer talent, meer diversiteit, een positieve ervaring voor de kandidaten en een aanzienlijke daling van het aantal medewerkers dat de organisatie binnen een jaar verlaat. De eerste vruchten van de cultuurverandering bij Accent zijn veelbelovend. FRANÇOIS REMY

W e hopen de arbeidsmarkt almaar beter en eerlijker te maken door elk talent gelijke kansen te bieden, of het minstens een kans te geven. Is dat gemakkelijk? Zeker niet. Maar is het de moeite waard? Absoluut”, zegt Lindsay Demuynck, chief people officer (CPO) bij Accent. Het hr-bedrijf krijgt de Trends Impact Awards voor diversiteit en inclusie bij de grote bedrijven.

De gespecialiseerde hr-groep heeft het project Open-minded Hiring gelanceerd. Dat is gebaseerd op wetenschappelijke literatuur. Studies hebben aangetoond dat hoe groter de diversiteit van de werknemerspopulatie van een organisatie wordt, des te hoger het niveau van creativiteit en innovatie is. Sinds september 2022 werken interne en externe wervingsprogramma's



ACCENT  
Verwijdert alle informatie die tot vooroordelen kan leiden van het cv van de kandidaten.

met kandidaten op basis van een anoniem cv, waarbij alle informatie die bewust of onbewust tot vooroordelen kan leiden, wordt verwijderd. Het document bevat nog altijd alle objectieve gegevens over de vaardigheden en de opleiding van de kandidaat, maar schrapt persoonlijke gegevens zoals hun naam, leeftijd en woonplaats.

“Die factoren maken geen verschil voor hun motivatie of vaardigheden, maar werken soms in hun nadeel. We geven het goede voorbeeld en passen die wervingsmethode ook toe op onze interne selectie. Daarbij gaan we nog een stap verder: we vragen niet langer een cv of een sollicitatiebrief, maar beslissen met een kandidaat verder te gaan op basis van een gesprek en een objectieve test van de fit met de bedrijfscultuur”, legt Lindsay Demuynck uit.

“**Het verloop is met 25 procent gedaald. Een van de verklaringen is een betere match met het bedrijf**”

LINDSAY DEMUYNCK, ACCENT

## Meer interne sollicitaties

Sinds Accent het project heeft opgezet, heeft het een sterke stijging van het aantal interne sollicitaties gezien (+95%) en een positieve aantrekkingskracht bij oudere werknemers (+26% door 45- tot 55-jarigen en +30% door 55-plussers).

“Het verloop is met 25 procent gedaald. Een van de verklaringen is een betere match met het bedrijf. Het gaat om open sollicitaties van kandidaten, die bewust voor Accent kiezen”, zegt Lindsay Demuynck. “We willen het verloop van werknemers binnen een jaar met nog eens 5 procent verminderen.”

De chief people officer van Accent heeft via enquêtes vastgesteld dat de kandidaten het project unaniem toejuichen. Bij de klanten zijn de reacties gematigder. “Sommigen zijn fan, terwijl anderen meer context willen. Als hr-partner sensibiliseren en adviseren we hen in die situaties”, geeft ze toe. Ze herinnert zich de droom van Accent: maximale jobtevredenheid. “Omdat mensen die gelukkig zijn in hun baan belangrijker zijn voor elk bedrijf.”

# DIVERSITEIT & INCLUSIE

Onze samenleving kan niet duurzaam vooruitgaan zonder dat iedereen erbij betrokken wordt en een deel van de voordelen krijgt. Wij zoeken projecten die ongelijkheid erkennen en die diversiteit en gelijkwaardigheid binnen en buiten de organisatie willen vergroten. Niet met eenmalige ingrepen, maar op systematische manieren die synergiem zijn met de identiteit van de organisatie.

Genomineerd: DigitAll, Augias Corp. - ROOV, CodeNPlay, Accent Group, House of Bilocca, L.I.F.E., nohippo, Orienta-Coaching, Publicis Groupe, Speaksee en Twegos

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: DIGITALL

## De digitale kloof dichten

B ijna de helft van de Belgen tussen 16 en 74 jaar is ‘digitaal kwetsbaar’, blijkt uit de Barometer van de Digitale Inclusie van de Koning Boudewijnstichting. Dat percentage steeg van 40 procent in 2019 naar 46 procent in 2021. De toegenomen digitalisering bemoeilijkt de toegang tot bijvoorbeeld onderwijs of gezondheidszorg voor die groep mensen.

In november 2020 lanceerden de grootste telecomoperator van ons land, Proximus, en de grootste bank, BNP Paribas Fortis, het Digital Inclusion Ecosysteem, dat later werd omgedoopt tot DigitAll, om dat percentage naar beneden te krijgen. ‘All’ staat voor ‘alliantie’.

Er lopen heel veel kleine en grote initiatieven in ons land om de digitale geletterdheid van kinderen en volwassenen te verbeteren. DigitAll probeert versplintering tegen te gaan en te zorgen voor meer kruisbestuiving. Meer dan honderd bedrijven, overheidsinstanties en sociale organisaties ondertekenden al het Digitale Inclusie Charter van DigitAll. Ze engageerden zich onder meer om best practices met elkaar te delen.

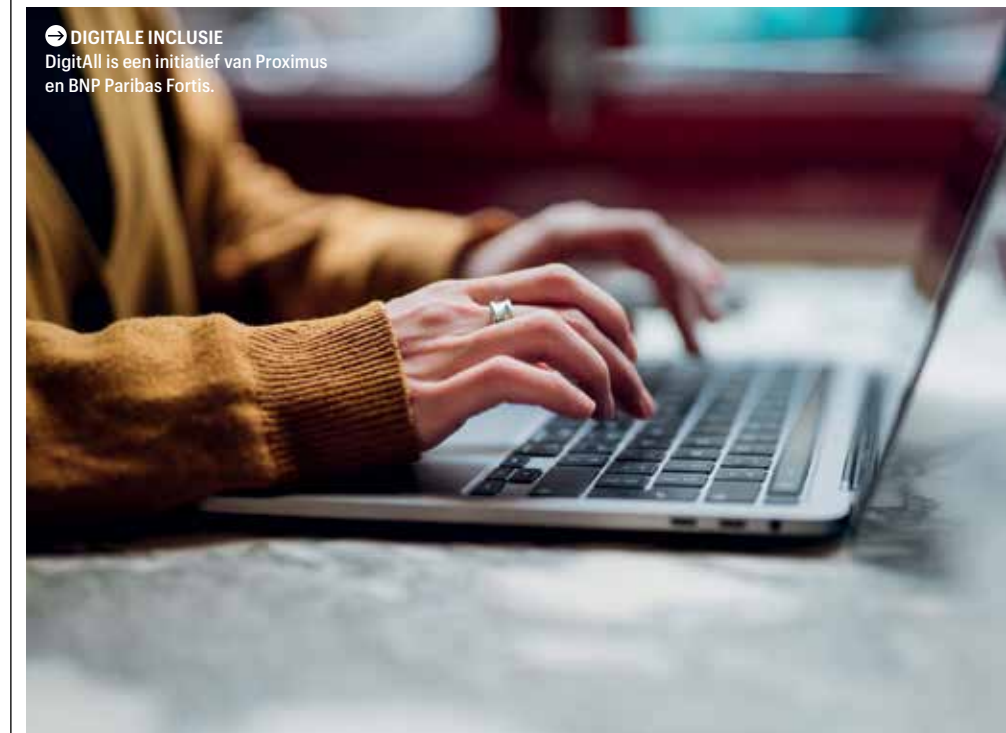
## Digitale geletterdheid

Engelina Chaillet, jurylid van Antwerp Management School, vindt het netwerk

indrukwekkend en ziet veel mogelijkheden. “Er is nog ruimte om meer impact te creëren en te tonen. Het probleem dat DigitAll wil aanpakken, is duidelijk en de verschillende projecten zijn dat ook. Nu is het tijd om de algemene visie scherp te stellen en de bewezen impact te vergroten.” DigitAll pakt uit met twee concrete verwezenlijkingen: MobiDig en de Digital Inclusion by Design Index. Mobidig is een mobiele toolkit met di-

gitaal materiaal waarmee sociale organisaties op pad kunnen gaan om de digitale geletterdheid van hun doelgroep te bevorderen. Zo trokken in 2022 de sociale organisaties Hobo en Link in de Kabel respectievelijk met een bakfiets en een bestelwagen vol materiaal naar hun doelgroepen. The Digital Inclusion by De-

sign Index is een instrument waarmee organisaties kunnen nagaan of hun websites, mobiele apps of andere digitale diensten inclusief zijn. Via digitalinclusionindex.digitall.be kunnen organisaties een zelfbeoordeling maken op basis van zeven criteria, waaronder helder taalgebruik en compatibiliteit. **I.D.W.**



DIGITALE INCLUSIE  
DigitAll is een initiatief van Proximus en BNP Paribas Fortis.

WINNAAR KMO'S: AUGIAS CORP.

# Mensen uit financiële nood helpen

Met Roov wil het Gentse bedrijf Augias Corp mensen met schulden helpen het overzicht te bewaren. Ook voor de schuldbemiddelaars en schuldeisers heeft de app voordelen. Het bedrijf wint de Trends Impact Award voor diversiteit en inclusie bij de kmo's. ILSE DE WITTE

**M**ijn vader heeft in 2010 zelfmoord gepleegd, omdat hij niet meer over de schuldenberg heen kon kijken. Na het faillissement van zijn bedrijf was hij met 130.000 euro schulden achtergebleven en belandde hij in de schuldbemiddeling", zegt Frédéric Vandenhende, de CEO en oprichter van Augias Corp. Dat persoonlijke drama was een motivatie voor Vandenhende

om iets te doen voor mensen met financiële problemen. 264.884 Belgen hebben een betalingsachterstand op een hypotheecair of een consumentenkrediet, goed voor 4,3 procent van alle uitstaande kredieten, volgens de Centrale voor kredieten aan particulieren. Vooral bij consumentenkredieten duiken er wel eens betalingsproblemen op. In augustus zaten 55.662 Bel-

FRÉDÉRIC VANDENHENDE  
"Wij willen liever de rookmelder dan de brandweer zijn."



gen in collectieve schuldenregelingen. "Wij willen liever de rookmelder dan de brandweer zijn en aan preventie doen", stelt Vandenhende. Augias kreeg voor zijn app Roov in 2021 een PSD2-licentie, die het mogelijk maakt met toestemming van de klanten de gegevens van verschillende zichtrekeningen bij verschillende banken in één applicatie te verzamelen. "Gebruikers kunnen allerlei rapporten en analyses opvragen. De app kan bijvoorbeeld zes maanden op voorhand voorspellen dat het geld op zal zijn", legt Vandenhende uit. De app kost 2,5 euro per maand.

## Controle terugkrijgen

Met de app wil Vandenhende er ook voor zorgen dat mensen die in schuldbemiddeling zitten, voor een stuk de controle terugkrijgen. "Mensen in schuldbemiddeling hebben een potje van 10 euro per maand opzij staan voor onverwachte uitgaven. Wij hebben verkregen dat de betaling van de app uit dat potje kan komen, als de klant dat wil." Via

“

## 264.884 Belgen hebben een betalingsachterstand op een hypotheecair of een consumentenkrediet.

Roov kunnen de klanten volgen welke betalingen de schuldbemiddelaars of de bewindvoerders met hun centen doen. Hun loon of uitkering wordt op een rekening gestort waar zij geen toegang toe hebben. Van die rekening betaalt de schuldbemiddelaar de schuldeisers terug. Vandenhende: "Voor de schuldbemiddelaars zijn er ook voordelen. Zij kunnen efficiënter werken, omdat ze via de app taken kunnen automatiseren of vergemakkelijken. Het voordeel voor de schuldeisers is een betere terugbetaling van de schulden. We willen graag nog beloningen toevoegen, zoals filmtickets voor mensen die hun doelen halen." Volgens Engelina Chaillet, jurylid van de Antwerp Management School, is de focus op de transparantie de sleutel tot een gelijkwaardige inclusie van alle partijen. "De software zorgt niet enkel voor minder administratieve lasten, maar zorgt er ook voor dat zowel de schuldbemiddelaar als de klant in schuldbemiddeling meer proactief kan handelen en meester van de situatie kan worden." F.R.

FINALIST KMO'S: CODENPLAY

# Digitale training voor kinderen

**A**l meer dan zes jaar traint de non-profitorganisatie CodeNPlay meer dan 20.000 kinderen uit sociaaleconomisch achtergestelde milieus in digitale vaardigheden. "In alle sectoren, net als in het dagelijks leven, worden dingen gemodelleerd, gekwantificeerd en vergemakkelijkt door computerprocessen. Begrijpen hoe de machines om ons heen werken en hoe ze denken, en een basisinzicht hebben in het programmeren van die nieuwe tools zijn essentieel geworden", zegt Laura Mathys, de CEO van CodeNPlay. "Als we die basisvaardigheden vandaag niet hebben, sluiten we toekomstige volwassenen uit van de maatschappij en de economie van morgen." Om die digitale revolutie te ondersteunen, onderwijst de in Wemmel gevestigde non-

profitorganisatie kinderen over digitale technologie en helpt ze scholen en leerkrachten om een inleidend programma in coderen en technologie op te nemen vanaf de kleuterschool tot het derde jaar van de middelbare school. Dat gebeurt door middel van buitenschoolse activiteiten, maar vooral door ondersteuning in hun digitale transitie, training en de creatie van een hoogwaardig leerplan. Inclusie blijft een belangrijk aandachtspunt voor CodeNPlay, met name voor jonge meisjes – de organisatie is opgericht door Nadine Khouzam, die de enige vrouw in haar computeringenieurklas was – maar ook voor kinderen met een handicap, voortijdige schoolverlaters en kinderen met een kwetsbare sociaaleconomische achtergrond. F.R.

NADINE KHOUZAM  
De oprichter van CodeNPlay.



SPEAKSEE  
Een microfoonkit zet groeps-gesprekken om in tekst.



FINALIST KMO'S: SPEAKSEE

# Mee met elk gesprek

**S**peaksee heeft een gepatenteerd systeem en een wereldprimeur ontwikkeld: een microfoonkit die groeps gesprekken omzet in tekst, en daar zelfs in slaagt in een lawaaijige omgeving. Het audio-opnamesysteem van het Rotterdamse bedrijf kan de bijdragen van sprekers transcriberen (in verschillende kleuren) en die zelfs woordelijk vertalen in meer dan veertig talen. Het nut van de tool gaat verder dan het praktische aspect. Hij kan een sociale impact hebben door isolement tegen te gaan. "Het gebruik van de Speaksee-microfoonkit betekent dat doven, slechthorenden en buitenlanders beter kunnen deelnemen aan het arbeidsproces. De tool kan

worden gebruikt als aanvulling op tolken, die niet altijd beschikbaar zijn, en kan de communicatie vergemakkelijken, waardoor gezondheidszorg en overheidsinstellingen toegankelijker worden", zegt Karlien Vanpoecke, product specialist & master of audio-logy bij Speaksee. Voorlopig blijft het businessmodel gericht op organisaties, bedrijven en onderwijsinstellingen, wat betekent dat het prijskaartje vrij hoog is voor particulieren die gebruik willen maken van het product, dat eind 2022 officieel gelanceerd werd. Daarom is Speaksee in gesprek met verschillende overheidsinstaties om een terugbetaling te krijgen, terwijl ook over een maandabonnement wordt nagedacht. F.R.