

HARMONIE MUTUELLE VALORISE LE SPORT EN ENTREPRISE

Outre ses diverses opérations de sponsoring, **Harmonie Mutuelle** a décidé de miser sur le sport à des fins de cohésion interne. Explications.

Très engagé en matière de prévention, le groupe **Harmonie Mutuelle** a fait du running son terrain de jeu préférentiel. Ce périmètre universel et accessible a été choisi pour défendre un idéal, celui du sport pour tous. Tous, sans exception. Et pour véritablement propager son message préventif au plus grand nombre, le Groupe a naturellement investi dans le sponsoring d'événement en devenant, par exemple, namer du semi-marathon de Paris. Reste que si le sponsoring est idéal pour communiquer auprès du grand public, encore faut-il que l'engagement soit correctement transmis. Pour assurer ce passage de témoin, **Harmonie Mutuelle** a ainsi fait du sport en entreprise l'un des piliers de sa stratégie de prévention. « Le sport présente un caractère fédérateur et puis, quelque part, des collaborateurs pratiquants forment de magnifiques messagers », assure Thomas Coutanceau, directeur des Ressources Humaines de la région Centre, Île-et-Hauts de France. En effet, quoi de mieux qu'une entreprise sportive pour véhiculer les bienfaits du sport ? Cette stratégie de prévention d'origine interne, le Groupe y croit dur comme fer. Si fort, qu'il a décidé d'inviter ses collaborateurs à s'inscrire sur la plateforme **United Heroes** en 2019. « Nous

l'avons mise en place après l'édition 2019 de l'Harmonie Mutuelle Semi de Paris, et cette initiative a tout de suite pris. Sur un total de 4 500 collaborateurs, plus de 1 500 sont déjà inscrits », se félicite Thomas Coutanceau. L'apparition de ce support digital a d'ailleurs créé un véritable engouement, en témoignent les 400 collaborateurs qui devraient prendre le départ du prochain semi-marathon de Paris, contre 200 l'an passé. L'intégration d'**United Heroes** est donc un succès, que Thomas Coutanceau justifie aussi par le caractère salubre de l'application. « Cela permet de donner un sens à la pratique. De se défier entre collègues, et de participer à des challenges solidaires comme Octobre Rose ». Par ailleurs, au-delà de cette plateforme émulative, le Groupe s'est aussi fendu d'un partenariat avec **Gymlib** pour accompagner la pratique de son personnel. Cela ne fait pas l'ombre d'un doute, **Harmonie Mutuelle** a bien l'âme sportive.

DES BÉNÉFICES MULTIPLES

Force est de constater que stratégie externe et interne sont étroitement liées. Outre le renforcement de la légitimité du message préventif, si le sport est si cher au Groupe, c'est qu'il génère des externalités très positives, bonifiant le fonctionnement de l'entreprise. « Le sport en entreprise améliore la qualité du travail, c'est un fait. C'est un facteur de bonne santé qui diminue l'ab-

sentéisme, et réduit donc les arrêts maladie », avance Thomas Coutanceau, avant d'ajouter, « d'autre part, c'est un levier qui permet de décloisonner les services. Le sport crée du lien entre les collaborateurs, qui se retrouvent d'égal à égal sans lien hiérarchique ». Autre point clé, la productivité. Bien que difficilement mesurable, Thomas Coutanceau est convaincu de la corrélation : « De toute évidence, l'engagement des collaborateurs est renforcé. Ces derniers développent plus volontiers un sentiment d'appartenance pour œuvrer en direction du collectif. Il ne s'agit pas tant de performance, mais de détermination à travailler pour un but commun ».



© Boukha Fabien



© ASO / ARTHUR DE TASSIGNY