



DOSSIER DE PRESSE
Mets tes baskets dans l'Entreprise – Edition 2015



CONTACT PRESSE ELA :

Pascal JACQUESON - 01 71 72 28 18 - pascal.jacqueson@ela-asso.com



SOMMAIRE

LE CONCEPT DE L'OPÉRATION

LA MISE EN PLACE DU DISPOSITIF

CONTEXTE SOCIÉTAL

INTERVIEW DE GUY ALBA, FONDATEUR D'ELA, PRÉSIDENT D'ELA INTERNATIONAL

L'AVIS DE DIRIGEANTS ENGAGÉS

François-Henri Pinault, Président Directeur Général du Groupe Kering

**Charles Lantieri, Directeur Général délégué de la Française des Jeux (FDJ),
Président de la Fondation FDJ**

Patrick Ducasse, Senior Partner au Boston Consulting Group (BCG)

Jean-François Camilleri, PDG de The Walt Disney Company France

LISTE DES ENTREPRISES AYANT PARTICIPÉ

TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES PARTICIPANTES

CONTACT PRESSE ELA :

Pascal JACQUESON - 01 71 72 28 18 - pascal.jacqueson@ela-asso.com

LE CONCEPT DE L'OPÉRATION

Multiplier les pas pour ELA
Une opération solidaire au profit d'ELA
basée sur un concept simple : 1 PAS = 1 CENTIME



Depuis 2011,
« Mets tes baskets dans l'Entreprise », c'est :
1 250 K€ euros collectés
45 700 collaborateurs
162 entreprises

Pour l'entreprise

- ✦ Un moyen de fédérer ses salariés autour d'une même cause
- ✦ Sensibiliser les salariés à leur capital santé

Pour ELA

- ✦ Sensibiliser le plus grand nombre à la maladie
- ✦ Stimuler la recherche et soutenir les familles grâce aux dons

LA MISE EN PLACE DU DISPOSITIF

✦ Une organisation simple

Le matin, chaque collaborateur volontaire reçoit un **podomètre** pour compter ses pas. En fin de journée, chacun précise le nombre de pas effectués, l'entreprise convertit la totalité des pas en euros et les reverse à ELA. Ce dispositif a été conçu pour apporter un **minimum de contraintes** à l'entreprise participante et à l'ensemble des collaborateurs.

Les entreprises peuvent également s'approprier l'événement : organiser, sur le temps de la pause déjeuner, des marches collectives, footings, conférences, animations diverses sur le thème de la santé, du bien-être et du sport en entreprise.

✦ Une opération clés en main

Avec un kit de communication fourni gracieusement contenant :

- Des affiches personnalisables pour présenter le programme de la journée.
- Des affiches, des dépliants, des banderoles pour sensibiliser les salariés.
- Des emails conseils et des petits clins d'œil de parrains qui incitent à marcher pour ELA.

Cela permet de **sensibiliser** les collaborateurs en amont via des outils de présentation d'ELA. Dans les derniers jours avant l'opération, ils reçoivent des conseils par email, présentés par un parrain sportif d'ELA, pour les aider à prendre conscience de leur capital santé et à multiplier leurs pas pour ELA ! Les podomètres, outils indispensables pour chaque participant, sont remis à 2 euros l'unité à l'entreprise.

✦ Un concept clair

La règle est simple : **chaque pas est converti en centime d'euro**. Sachant qu'en moyenne un collaborateur effectue 3 à 5 000 pas dans sa journée de travail, l'entreprise peut anticiper a priori le don qu'elle fera en fin de journée.

Mais afin de **s'adapter aux contraintes de lisibilité budgétaire**, ELA a proposé à ceux qui le souhaitent un format permettant de fixer un objectif collectif à atteindre (un nombre de pas précis à effectuer par collaborateur). Une fois le seuil dépassé le collaborateur peut choisir, à titre individuel, de continuer à marcher pour ELA.

Réduction d'impôt

Une **entreprise** bénéficie d'une réduction d'impôt égale à **60 %** du montant de son don dans la limite d'un plafond de 5 % du chiffre d'affaires annuel.

Ex : Pour un don de 100 euros, cela ne coûte que 40 euros à l'entreprise.

CONTEXTE SOCIÉTAL

Comment « Mets tes baskets dans l'Entreprise » répond à une tendance de fond de la société ?

Dans ses réflexions autour de la conceptualisation de la campagne « Mets tes baskets dans l'Entreprise », ELA s'est appuyé sur de nombreux travaux tournant autour du **sport, des problèmes de sédentarité et de la santé au travail.**

1^{er} élément

L'Organisation Mondiale de la Santé recommande de marcher 8 à 10 000 pas par jour.

2^e élément

Les tendances des pratiques sportives évoluent massivement vers les pratiques loisirs et bien-être au détriment des pratiques compétitives (92 % des Français font du sport pour l'entretien et la détente contre 81 % en 2007 – source Kantar Media 2010).

3^e élément

« Santé Canada » assure qu'un employé qui pratique régulièrement de l'exercice physique est en moyenne 12 % plus productif qu'un employé sédentaire...

4^e élément

Les travaux menés par le département « questions sociales » du Centre d'Analyse Stratégique autour de la thématique « Comment inciter le plus grand nombre à pratiquer un sport ou une activité physique ? » annoncent une pratique du sport en entreprise encore faible (13 %) et un potentiel de développement important, notamment dans l'hypothèse d'une valorisation de la flexibilité du temps de travail.

5^e élément

Ces dernières années ont vu se développer de nombreux programmes d'accompagnement sportif en milieu professionnel comme réponse à ce phénomène.

Tous les chiffres et études concourent donc à inciter à la pratique d'une activité physique dans le cadre du travail. Au final, la campagne « Mets tes baskets dans l'Entreprise » est une réponse à cette réalité sociale et un premier pas vers la prise de conscience par tous les salariés de leur capital santé. Donner une dimension solidaire à cette opération rajoute à la légitimité du programme.

INTERVIEW DE GUY ALBA, FONDATEUR D'ELA, PRESIDENT D'ELA INTERNATIONAL

au sujet du lancement de l'opération « Mets tes baskets dans l'Entreprise »



Cela fait plus de vingt ans déjà que l'association ELA a lancé un dispositif de mobilisation du monde scolaire. Et, en 2011, elle décide de se tourner vers le milieu de l'entreprise. Racontez-nous ce choix ?

ELA est avant tout une association de parents d'enfants malades mais aussi d'adultes touchés par les leucodystrophies. En ce sens, s'adresser aux enfants nous a semblé être une priorité : symboliquement, ils prêtent leurs jambes à leurs petits camarades malades. Pour une fois, l'exemple vient donc des enfants. Dans un schéma classique éducatif, ce sont plutôt les parents qui montrent le modèle de vie et éveillent à la solidarité leurs enfants. Avec ELA, en quelque sorte, nous avons inversé ce schéma ! Mais il fallait désormais que les adultes puissent s'approprier l'action : « Vos enfants le font, pourquoi pas vous ? ». C'est là que nous avons commencé à réfléchir à une opération qui permette cette passerelle intergénérationnelle.

Pour toucher les adultes, vous avez donc décidé que le concept devait passer par l'entreprise...

Effectivement. Pour l'instant, nous sommes partis du constat d'un vrai phénomène sociétal : les entreprises commencent à se préoccuper sérieusement du bien-être de leurs collaborateurs au travail et de l'amélioration générale des conditions de travail. En parallèle, même si nous sommes encore en retard par rapport à certains pays sur ce point, la notion de développement durable, notamment dans sa dimension solidaire, commence à prendre tout son sens en France. L'entreprise a désormais une vraie responsabilité dans la démarche solidaire de notre société. Tous les éléments étaient donc réunis pour travailler sur un projet qui permette à la fois d'aider l'individu à se sentir bien dans son entreprise, et à l'entreprise de jouer son rôle dans le combat solidaire. Je pense même qu'un vrai mouvement profond est en train de se dégager et qu'à titre personnel chacun est plus attentif au sens donné à sa vie. Je ressens la nécessité de chacun, entreprises et individus, de se recentrer sur cette prise de conscience et de favoriser les initiatives solidaires. Quelque part, le concept de « Mets tes baskets dans l'Entreprise » répond à cette problématique. Elle est un exemple, parmi d'autres, bien sûr, de ce qui peut participer à cet élan de solidarité.

Justement, ce concept de « Mets tes baskets dans l'Entreprise », comment l'avez-vous construit ?

Nous avons acquis la certitude qu'un projet dans le monde de l'entreprise devait faire référence dans les actions de mobilisation au profit d'ELA. Mais il nous restait effectivement à trouver le concept ! En partant du principe de la réalité, et donc, de la nécessité de préserver le temps de travail du collaborateur. Nous voulions imaginer une opération qui ne perturbe pas la journée de travail et en même temps marque chacun des participants sur deux aspects. D'abord, l'aider à prendre conscience de son capital santé. L'OMS préconise de marcher 10 000 pas par jour et nous sommes souvent, dans des emplois sédentaires, bien loin de ces objectifs sans le savoir. Ensuite, bien sûr, c'est quand même notre vocation, profiter de cette journée pour sensibiliser le plus grand nombre aux leucodystrophies. A cette époque, en 2010, nous avons rencontré la FDJ avec qui nous entretenons depuis longtemps des relations de partenariat solides. C'est ensemble que nous avons imaginé le dispositif et trouvé la base qui allait nous servir de levier : le podomètre. Avec un podomètre, chacun prend conscience du nombre de pas réalisés dans sa journée. Et en même temps, il est un outil efficace pour convertir ses pas en don.

Vous avez donc créé ce concept simple de 1 pas = 1 centime d'euro et testé, en 2011, votre dispositif sur une quinzaine d'entreprises. Depuis, plus de cent entreprises ont participé à la campagne...

Oui. Une fois l'idée trouvée, le kit de communication pensé pour accompagner les entreprises dans leurs démarches, il nous a fallu convaincre les dirigeants de nous accompagner. Nous avons donc commencé à démarcher les entreprises et à présenter le dispositif. En juin 2011, quatorze entreprises ont réalisé 16 millions de pas pour ELA et nous avons ainsi collecté 163 000 euros. Nous avons eu de très bons retours, de la part des dirigeants comme des collaborateurs. Le concept est simple à mettre en place et à expliquer, il crée de la convivialité. Et, le temps d'une journée, toutes les différences s'effacent, quel que soit le niveau de hiérarchie, on est unis pour une même raison : faire le plus de pas possible au profit d'ELA. Fiers de notre projet, nous l'avons présenté avec la FDJ aux Trophées Sponsors et nous avons gagné le trophée dans la catégorie « Engagement sociétal ». Pour les années suivantes, il nous fallait donc convertir ce succès en développant le nombre d'entreprises participantes. D'année en année, le dispositif grandit et, en 2014, nous multiplierons probablement par dix le nombre d'entreprises participantes. Nous sommes loin d'avoir gagné le pari mais nous progressons. Nous sommes toujours aussi persuadés que, malgré le contexte économique difficile, cette campagne « Mets tes baskets dans l'Entreprise » est destinée à un bel avenir pour ELA.

L'AVIS DE DIRIGEANTS ENGAGÉS

François-Henri Pinault, Président Directeur Général du Groupe Kering

Lettre ouverte aux patrons : mettez vos baskets pour ELA !

« L'association ELA lutte contre les leucodystrophies. Vous la connaissez sûrement, car elle a su mobiliser autour d'elle des parrains déterminés à lui faire bénéficier de leur notoriété. Zinedine Zidane par exemple, qui lui offre une visibilité médiatique importante, même si l'on n'est jamais assez visible lorsqu'il s'agit d'encourager la recherche contre ces maladies et de venir en aide aux familles.

Mais ELA n'a pas seulement besoin de visibilité médiatique, ELA a besoin de mobiliser les Français dans leur vie quotidienne. C'est ce qu'elle fait à travers

l'opération « Mets tes baskets et bats la maladie à l'école ».

C'est aujourd'hui d'ailleurs que débute l'édition 2014, par une dictée destinée à sensibiliser les élèves à ces maladies génériques dégénératives. Ces mêmes élèves participant à l'opération deviendront ensuite des ambassadeurs d'ELA auprès des donateurs, qui soutiendront leurs efforts sportifs au profit de l'association. Depuis 20 ans, plus de vingt millions d'euros ont ainsi été récoltés, grâce à la mobilisation de près de 4 millions d'élèves.

L'appel que je lance aujourd'hui s'adresse aux chefs d'entreprise.

ELA a en effet mis en place un autre type d'opération « Mets tes baskets ... » adapté à un contexte professionnel, quelle que soit la taille de l'entreprise. Le principe de l'opération est simple : chaque collaborateur reçoit un podomètre pour compter les pas effectués durant la journée. Pour chaque pas, l'entreprise s'engage à reverser un centime d'euro à ELA. Depuis 2011, cette journée « Mets tes baskets ... » mobilise notamment les collaborateurs de Kering et de Puma France. Elle crée à chaque fois une dynamique collective formidable et constitue un moment fort de la vie du Groupe, une respiration à la fois solidaire et conviviale.

ELA a besoin de cette mobilisation des entreprises et des salariés.

Chaque année, je m'adresse avec Franck Riboud, qui partage cet engagement personnel, aux patrons du CAC40 pour les inviter à rejoindre cette opération. Cette fois-ci, je le fais par voie de presse, et par lettre ouverte.

J'ai ainsi dans l'espoir de toucher un public plus large et de susciter de nouvelles vocations, dix ans après le coup de cœur que j'ai eu pour les équipes formidables qui font vivre cette association avec une énergie et une inventivité qui ne peuvent laisser aucun entrepreneur indifférent. »

Lettre parue sur le site du Huffington Post le 14 octobre 2013

http://www.huffingtonpost.fr/francoishenri-pinault/lutte-contre-les-leucodystrophies_b_4084156.html



L'AVIS DE DIRIGEANTS ENGAGÉS

**Charles Lantieri, Directeur Général délégué
de la Française des Jeux (FDJ) et Président de la Fondation FDJ**



Vous êtes mobilisé aux côtés d'ELA depuis de nombreuses années. Racontez-nous pourquoi la Fondation FDJ a décidé de soutenir cette association ?

La Fondation est partenaire de l'association ELA depuis plus de dix ans. Elle a souhaité initialement soutenir le travail engagé par ELA en finançant la réalisation d'outils de communication destinés à promouvoir la campagne « Mets tes baskets et bats la maladie » organisée en milieu scolaire. A travers l'engagement citoyen de ces enfants au profit d'autres enfants malades, cette opération est apparue comme un bel exemple de la façon dont le sport peut aider à mobiliser au service de la solidarité.

La Fondation d'entreprise FDJ soutient de nombreux projets dans lesquels le sport est au service du dépassement de soi, de la lutte contre l'exclusion et de la mobilisation solidaire.

En 2011, vous avez participé à la conceptualisation d'une idée qui tenait à cœur au Président-Fondateur d'ELA : décliner la campagne « Mets tes baskets et bats la maladie » dans les entreprises. Pourquoi avoir cru en ce dispositif ?

L'idée nous a tout de suite séduits et nous avons proposé à Guy Alba de travailler sur l'ingénierie du concept. C'est une autre forme de mécénat que nous menons au sein de la Fondation FDJ : la co-construction de projets. Que ce soit avec l'Administration Pénitentiaire, la Croix Rouge française ou ELA, nous essayons d'amener un accompagnement autre que financier.

Pour ce projet, nous avons une idée assez précise qui était de demander aux collaborateurs d'être solidaires et impliqués, sans pour autant bouleverser leur journée de travail. Et l'agence Alizeum, qui a travaillé

avec nous sur la conception de cette journée, a proposé que chaque collaborateur, venu ce jour là en baskets au bureau, porte un podomètre pendant toute sa journée de travail. L'entreprise serait ensuite amenée à faire un don à ELA fonction du nombre de pas effectués dans la journée.

Vous avez bien évidemment participé à la campagne « Mets tes baskets dans l'Entreprise » en 2011, année test, ainsi qu'aux deux éditions suivantes. Comment vos collaborateurs vivent-ils cette journée de mobilisation ?

La journée est préparée en amont par des messages adressés à plusieurs reprises aux collaborateurs, pour leur permettre de préparer cette journée : utiliser les escaliers, privilégier le contact direct, plutôt que téléphonique, avec leurs collègues du site, marcher pendant leurs conversations téléphoniques...

Il y a eu un fort engouement des salariés FDJ sur l'ensemble des trois sites de l'entreprise pour ce concept original et unique. Cet événement a créé un esprit convivial au sein de l'entreprise entre les collaborateurs. Au total, 690 collaborateurs ont participé à cette initiative la première année, et plus de 800 pour les deux éditions suivantes, soit près des deux tiers des effectifs (probablement un taux bien supérieur ramené aux collaborateurs effectivement présents ces jours là). Munis de baskets et du podomètre, les collaborateurs se sont vite pris au jeu, ils se sont lancés des défis sur le nombre de pas parcourus.

Sur nos trois sites, nous mobilisons également des champions soutenus par la Fondation FDJ. Ils viennent faire découvrir et initier les collaborateurs à leur discipline sportive. Stéphane Diagana, champion du monde d'athlétisme, a mené une sortie jogging sur notre site de Vitrolles. Sébastien Flute, champion Olympique en tir à l'arc, a fait découvrir sa discipline à nos collaborateurs de Moussy, Matthieu Moinaux, champion d'aviron, les a initiés à

sa discipline sur des ergomètres. Et Arnaud Assoumani, champion paralympique d'athlétisme, les a coachés pour un défi de sprint sur le site de Boulogne. L'objectif était de faire monter les compteurs et plusieurs millions de pas ont pu être réalisés ! En 2013, la Fondation a fait un don de 40 000 euros à ELA.

Il y a eu un autre moment fort : celui de la rencontre entre les collaborateurs et la famille du jeune Gwendal, atteint de leucodystrophie. Par leur présence, cette journée prenait son sens et c'était une grande fierté de se mobiliser pour eux. Mais au-delà du geste solidaire au profit d'ELA, cette journée avait aussi toute sa place dans la politique de bien-être au travail que mène en interne la FDJ. Cette journée est devenue un moment de partage et d'échange entre des personnes qui ne se côtoient pas toujours.

Depuis, vous participez chaque année à cette journée solidaire. Comment créez-vous l'événement chaque fois ?

Chaque année, nous essayons de réitérer l'atmosphère très conviviale qui avait caractérisé la première édition. Afin d'inciter les collaborateurs à faire le plus grand nombre de pas possibles au cours de cette

journée, nous leur proposons diverses

animations sportives (sortie footing, stretching, squash, simulateurs de jeux...) sur le temps de midi en présence de champions, soutenus par la Fondation FDJ. Mais le maître mot de cette journée est resté la solidarité dans une ambiance bienveillante et sportive. Nous avons, à chaque fois, un taux de participation exceptionnel. Plus de 60 % des collaborateurs ont mis chaque année leurs baskets pour ELA. Près de 20 millions de pas ont ainsi été réalisés pour ELA en trois participations !

Quel argument pourriez-vous donner aux entreprises qui vous lisent pour les convaincre de rejoindre cette belle campagne solidaire ?

Cette journée est vraiment simple à mettre en place, d'autant que tous les kits de mise en œuvre sont disponibles auprès d'ELA. Toutes les entreprises peuvent s'y associer et c'est un succès garanti auprès des collaborateurs. Il suffit de porter une paire de baskets et un podomètre sans pour autant modifier la journée de travail. Sur le temps du déjeuner, les collaborateurs peuvent participer en interne à des animations ludiques proposées par l'entreprise ou à des rassemblements extérieurs organisés avec les entreprises voisines.



L'AVIS DE DIRIGEANTS ENGAGÉS

Patrick Ducasse, Senior Partner au Boston Consulting Group



Comment avez-vous connu l'Association ELA ?

J'ai eu la chance, il y a quelques années, de rencontrer les dirigeants de l'association et, ainsi, de mieux comprendre le périmètre de leur action. Au sein de BCG, certains d'entre nous sont parents et ont eu envie, assez spontanément, de se mobiliser autour de la cause, notamment parce que nous avons été sensibles à tout le travail qui est fait au niveau des familles et de la recherche. BCG voulait soutenir un certain nombre de projets et pensait que l'expertise de nos collaborateurs pouvait être utile à ELA. Nous avons donc commencé notre collaboration en mécénat de compétences notamment pour aider l'association à identifier les axes de développement possibles.

Comment vos équipes ont-elles réagi à ces projets ?

Cette collaboration a été très mobilisatrice en interne. Les équipes ont été très impliquées et ravies de l'être ! Il y a une forme de confiance qui s'est créée entre BCG et ELA.

C'est donc assez naturellement que vous avez décidé de participer à « Mets tes baskets dans l'Entreprise » quand cette campagne de mobilisation a été initiée ?

Effectivement. Dès que le projet nous a été présenté il nous est apparu cohérent d'y participer. Nous voulions être, en quelque sorte, des « pionniers ». Et, dès l'édition 2011, nous avons mobilisé nos équipes. Depuis, nous avons participé chaque année, toujours avec autant d'enthousiasme.

Qu'apporte cette opération à vos collaborateurs ?

L'engagement dans la vie de tout citoyen me semble un acte important. Je pense donc que de plus en plus de collaborateurs en sont conscients. Grâce à des journées de mobilisation de ce type, ils sont heureux de pouvoir donner. Cette notion de don de soi, qui se diffuse grâce à « Mets tes baskets... », stimule la volonté d'agir de tous. Cela motive les équipes et les fédère autour d'une cause, notamment parce que les enfants sont concernés et que cela touche plus encore chacun. Cette opération permet donc non seulement de créer une fierté au sein des équipes qui se sentent utiles mais également un élan solidaire, convivial, enthousiasmant pour tous. A mon sens, à cela s'ajoute le fait que, pour BCG, cet engagement s'inscrit dans la durée. Nous savons tous que le combat va être long et difficile !

C'est un message que vous voudriez partager avec d'autres entreprises ?

Très clairement. ELA a besoin de plus d'entreprises, de parrains, de soutiens en tout genre qui s'engagent dans la durée. Nous concernant, c'est désormais un événement marquant du printemps au sein de l'entreprise. Nous participerons en 2014, c'est sûr !

L'AVIS DE DIRIGEANTS ENGAGÉS

Jean-François Camilleri, PDG de The Walt Disney Company France



Qu'est-ce qui vous a séduit dans le concept de l'opération « Mets tes baskets dans l'Entreprise » ?

C'est un concept qui a énormément d'avantages car il est à la fois original, créatif et fédérateur. Pour nous qui avons l'habitude de participer à des œuvres caritatives, c'était la première fois que nous impliquions l'ensemble des collaborateurs. Sur une journée de travail, chacun a pu, à sa manière, participer au combat d'ELA, sans pour autant créer de dysfonctionnement au sein de l'entreprise.

Comment avez-vous communiqué autour de l'opération en interne ? Et comment ont réagi vos salariés ?

Nous avons publié un appel sur notre blog interne qui est lu au moins une fois par jour par tous les employés du groupe. Puis le bouche-à-oreille a très bien fonctionné. Les gens ont été séduits. Ils ont relayé l'info très facilement.

Concrètement, le jour J, en quoi consistait votre journée de mobilisation ?

Parmi les grands temps forts, je retiens le courage et l'abnégation dont a fait preuve un groupe d'une trentaine de coureurs à pied, tous salariés du groupe, et coachés par l'une de nos collaboratrices très impliquée dans l'opération « Mets tes baskets dans l'entreprise ». Sur le temps du déjeuner, ils ont chaussé leurs baskets et emportés leur podomètre pour faire le maximum de pas et donner encore plus de valeur au don. Au final, ils ont permis de collecter 5 000 € pour ELA !

Globalement, quelle est la stratégie de votre groupe en matière de politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ?

Notre politique RSE nous tient beaucoup à cœur. Nous travaillons avec de nombreuses associations liées à l'Enfance, pour des raisons qui me paraissent évidentes chez Disney. Un groupe de salariés, que l'on a baptisé les Voluntears (les Volontaires en anglais, « ears » faisant référence aux oreilles... de Mickey), accompagne les associations tout au long de l'année. Et tous les employés disposent d'un crédit de quarante heures par an pendant lesquels ils peuvent s'investir pour des œuvres de charité sur leur temps de travail.

Etes-vous particulièrement sensible au développement du capital santé et du bien-être des salariés en entreprise ?

Oui, complètement. Nos anciens locaux, par exemple, étaient situés à Val d'Europe (77), près du parc Disneyland Paris. Il y a un an, je les ai fait déménager dans le 13^e arrondissement de Paris. Cela a fait gagner en moyenne cinq heures de transport par semaine à l'ensemble des salariés. C'est énorme ! De plus, au sein de ce nouvel immeuble, tout a été pensé pour le bien-être des collaborateurs : salles de repos, salle de sport, sièges ergonomiques, lumières apaisantes, climatisation, corbeilles de fruits et boissons à volonté... L'idée était de faire en sorte que les employés s'y sentent bien pour y vivre mieux et, donc, y travailler mieux. C'est une fierté car, chez Disney dans le monde, on est des pionniers. Les bureaux étrangers du groupe s'inspirent même de notre modèle !

Quels arguments donneriez-vous à une entreprise qui hésite à rejoindre le Club des entreprises qui marchent pour ELA ?

La première chose, c'est de se demander pour qui on fait tout cela. Quand on pense aux enfants qui vivent avec une leucodystrophie, on comprend vite qu'il est primordial de rejoindre l'opération « Mets tes baskets... ». J'ajouterais que cette opération apporte une prise de conscience collective des salariés sur la maladie et le handicap. Après avoir marché ou couru pour ELA, on a le sentiment d'avoir accompli une bonne action. Et cela crée de l'émulation dans les équipes ainsi qu'une meilleure cohésion de groupe. Il n'y a pas à hésiter.

LISTE DES ENTREPRISES PARTENAIRES DEPUIS 2011

1000 MERCIS	CTG LUXEMBOURG	GROUPE PIERRE ET VACANCES	SARL GBMP
8 A HUIT	CURVES	HAVAS	SARL LAJAPIAN
ACCOR	CYBERNETIX	HEPPNER	SAVCO
ACTWIN FINANCEMENTS	DALKIA FRANCE CENTRE MIDI PYRENEES LIMOUSIN	HOTEL PARK INN BY RADISSON NANCY	SIEM SUPRANITE
ADECCO	DLSI	IGE	SIPC DANIEL HECHTER
AGENCE MASSILIA COM INTERNATIONAL	DROGUERIE LUCIANI	IVALUA	SITA SUD OUEST
AGIPI	EDENRED	KANTAR	SLP IMMOBILIER CENTURY 21
AIRBUS OPERATION SAS	EIFFAGE CONSTRUCTION METALLIQUE	KARATE CLUB SELESTAT	SOCAM
ALIUTA	EIFFAGE CONSTRUCTION MIDI PYRENEES	KERING	SOGESCO SAS
ALLIANZ GLOBAL ASSISTANCE	EIFFAGE CONSTRUCTION NANCY	L'EQUIPE LEROY MERLIN SAINT LOUIS	SONEPAR
ALLIANZ IARD	EIFFAGE ENERGIE COMMUNICATIONS RESEAUX & SECURITE	LA POSTE SAVERDUN	SPORT MARKET
AP CONSEIL	ELIOR	LABORATOIRE DES CEDRES	SQLI
API	ELIXIR DESIGN	LABORATOIRE PHODE	ST HUBERT
ARELIS THOMSON BROADCAST	EMAT	LABORATOIRE PIERRE FABRE	STREAM GLOBAL SERVICES
ARMACELL FRANCE	EREL CONSEIL	LACROIX ELECTRONICS SOLUTIONS	TALENTSOFT
ATR	ESPACE TOY TOULOUSE - TOYOTA LEXUS	LEASEPLAN	TECHNIP CORPORATE SERVICES
AXA ATOUT COEUR	EURAZEO PME	LEON DE BRUXELLES SA	TECHNIP FRANCE
AYACHE SALAMA & ASSOCIES	EUROGICIEL	MAIRIE DE CHELLES	TECHNIP France – LYON
BAISIEUX LOISIRS	EXCELLIUM ASSURANCES	MAIRIE DE VIENNE	TECHNIP France – RUEIL MALMAISON
BDL CAMBRAI	FEU VERT SA	MALMASSON COURTAGE SAS	TECHNIP NEWSIDE
BERGER LEVRAULT	FFR	MANPOWER	TECHNIP Normandie
BETC	FLEXIFRANCE	MATTEL FRANCE	TF1
BOURSORAMA	FONDATION ENTREPRISE FRANCAISE DES JEUX	MAZARS	THE BOSTON CONSULTING GROUP
BOUYGUES SA	FONDATION FRANCOIS ELISABETH	MERLANE	THE WALT DISNEY COMPANY France
BUREAU VERITAS (CENTRE TECHNIQUE)	FONDATION PRICEWATERHOUSECOOPERS	MITSUBISHI ELECTRIC EUROPE	TOTAL
CABINET ORL	FONDATION TFC	MUTUELLE UMC	TOULOUSE BUSINESS SCHOOL
CAISSE D'EPARGNE LORRAINE CHAMPAGNE ARDENNES	FRANCE 3 – BASSE-NORMANDIE CAEN	NOVOTEL PARIS VAUGIRARD	TOULOUSE INTERIM
CAPGEMINI TECHNOLOGY SERVICES	FRANCE 3 – BRETAGNE BREST	PEOPLE CAPITAL MANAGEMENT	UBEEQO (EX CARBOX)
CASTORAMA NIORT	FRANCE 3 – BRETAGNE RENNES	PHILIPPE LABAU GRCA	UEFA
CCI MIDI PYRENEES	FRANCE 3 – CENTRE BOURGES	PIERRE FABRE DERMO COSMETIQUE	VEOLIA PROPLETE – ONYX
CCM France	FRANCE 3 – CENTRE ORLÉANS	POLY PREST EUROPE	VERTONE
CENTER PARCS	FRANCE 3 – CENTRE TOURS	PRAGMA CAPITAL	ZEBRE NOIR
CG 54	FRANCE 3 – HAUTE-NORMANDIE BAIE DE SEINE	PUMA FRANCE SA	
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE MIDI PYRENEES	FRANCE 3 – HAUTE-NORMANDIE ROUEN	QUADRAL SAS	
CHAN MAO	FRANCE 3 – ILE-DE-FRANCE VANVES	QUILLE CONSTRUCTION	
CHEZ ALEX	FRANCE 3 – PAYS-DE-LA-LOIRE LE MANS	RADISSON BLU HOTEL DISNEYLAND PARIS	
COMILOG DUNKERQUE	FRANCE 3 – PAYS-DE-LA-LOIRE NANTES	RADISSON BLU HOTEL LYON	
CONSEIL GENERAL DE LA MEUSE	FRANCEPRIX	RADISSON BLU HOTEL PARIS BOULOGNE	
CONSEIL GENERAL DE MEURTHE ET MOSELLE	GLOBECAST	RESTAURANT ZIMMER	
CONSORTIUM STADE DE FRANCE	GLS FRANCE	ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS	
CRAMIF	GRASS ROOTS	RTL	
CREDIT AGRICOLE SA	GRDF	SADEV 94	
CTG GUERVILLE	GROUPE CPV	SALVIA DEVELOPPEMENT	

CONTACT PRESSE ELA :

Pascal JACQUESON - 01 71 72 28 18 - pascal.jacqueson@ela-asso.com

TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES PARTICIPANTES

- ✦ **Un événement unanimement apprécié pour sa simplicité et son peu de contraintes**
 - « Le côté clés en mains nous a vraiment séduits » **The Boston Consulting Group**
 - « Même si les gens sont très engagés, cette opération n'empiète pas sur la journée de travail. Chacun peut continuer à travailler ! » **La Française des Jeux**
 - « C'est très facile à mettre en place. Le kit est parfaitement adapté » **Bouygues S.A**
 - « Le concept est génial par sa simplicité et toute l'organisation est bien balisée avec le kit de communication » **Mitsubishi Electric Europe**

- ✦ **Un événement qui suscite une vraie mobilisation**
 - « Les collaborateurs ont tendance à beaucoup plus communiquer qu'un jour normal » **Ivalua**
 - « La mayonnaise a vraiment pris en interne. Sur la journée, les gens ont fait des choses qu'ils ne font jamais d'habitude. Nous nous sommes régalez ! » **DLSI**
 - « On a vu des collaborateurs mettre leur podomètre alors que nous ne nous y attendions pas du tout ! » **PwC**
 - « C'était vraiment très ludique ! » **Novotel Vaugirard Montparnasse**
 - « L'opération est à la fois facile, utile et puissante » **Eurazeo PME**
 - « Tout le monde est heureux et fier d'exhiber son podomètre » **GrDF-Suez**
 - « Ça permet de mobiliser l'entreprise, de faire de la cohésion interne » **GBMP**