

# Et les salariés... Ils en pensent quoi ?

**Leurs entreprises soutiennent l'aventure « MP 2018-Quel Amour ! ». Mais que pensent les salariés de ce type d'engagement ?**

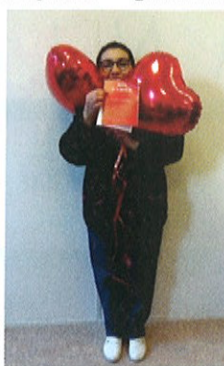


Les salariés d'AG2R La Mondiale en visite privée, lors d'une exposition de "Love letters"



**J**e ne serais certainement pas allée aussi souvent au spectacle (danse) et dans les expositions (JR, Picasso...) pendant cette période si je n'avais pas bénéficié des informations et des places mises à disposition du personnel de la Méridionale. On se sent privilégié et ambassadeur de notre région, c'est valorisant. Au-delà du côté économique, l'entreprise fait preuve de sa vision globale », s'enthousiasme Catherine L., assistante achats. Partenaire projet de MP 2018 pour la manifestation « Dance is in the air » (30 juin-8 juillet), la compagnie maritime marseillaise (500 collaborateurs, CA : 107 M€, 3 bateaux), déjà impliquée dans MP 2013, affiche trois objectifs : « Faire rayonner le territoire au travers de la culture, donner la possibilité à nos salariés de découvrir des arts

et disciplines méconnus auxquels ils n'auraient sans doute jamais pu accéder, et inviter nos clients », indique Benoît Delaye, dg délégué. Chez AG2R La Mondiale, groupe de protection sociale, partenaire projet du programme « Love Letters » dans le cadre du Printemps de l'art contemporain, les salariés marseillais (environ 700) se montrent également satisfaits. Il faut dire que, dans le cadre de sa « Fondation pour la vitalité artistique » créée en 2017, un comité d'une dizaine de collaborateurs s'est formé et apporte sa vision lors des différents projets culturels soutenus par le groupe en région. Conseillère clientèle, Marie



Galoul y participe activement : « AG2R La Mondiale véhiculant des valeurs de solidarité, partage et générosité, le bien-être des salariés au travail est essentiel. A travers le mécénat, notre entreprise donne une image positive du territoire sur lequel elle est implantée et permet le partage de belles valeurs à ses collaborateurs ». Lesquels ont pu, en mai dernier, créer des liens lors de deux visites privées d'expositions.

## Du théâtre chez Marfret !

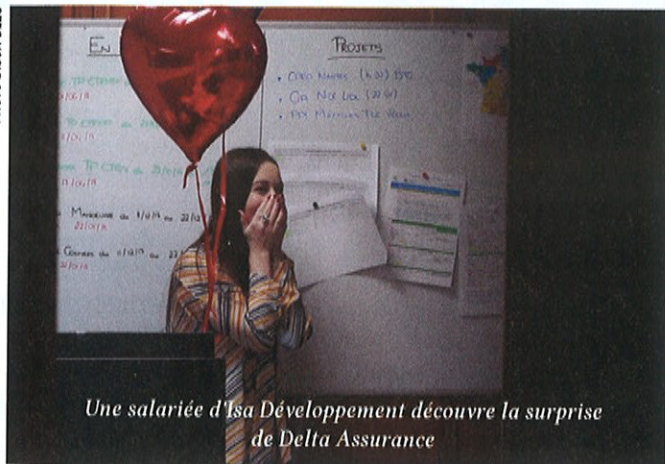
Autre exemple, l'armateur Marfret (375 collaborateurs dont 80 au siège marseillais, 5 navires, CA : 160 M€). Très sensibilisé à

l'apport de l'art, son patron, Raymond Vidil, initiateur de « MP 2018-Quel amour ! » préside l'association MP Culture. En contrepartie de son mécénat des deux grandes expositions du J1, des places ont été offertes aux salariés pour le ballet Roméo et Juliette, le spectacle Bouvard et Pécuchet, l'installation de l'artiste JR. Marfret a aussi accueilli dans ses locaux deux des cinq petites pièces sur l'amour proposées par le théâtre de la Joliette. Commentaires de Véronique Passarelli, chef de ligne tour du monde : « C'est important de voir des patrons du secteur privé se mobiliser pour faire rayonner leur territoire. Nos clients apprécient beaucoup cette démarche et ces moments ».

## Quand Delta Assurances déclare sa flamme...

Seul sponsor de « MP 2018-Quel Amour ! », Delta Assurances (180 salariés, volume d'affaires 2017 : 300 M€ de primes d'assurances) souhaitait communiquer auprès de sa clientèle à travers l'art et la culture. Objectif ? Mettre en avant la relation client tout en lui donnant du sens. « Chaque mois, chez l'un d'entre eux, on surprend la réaction d'un salarié qui découvre à son arrivée, deux entrées pour l'expo de son choix signalées par deux gros cœurs rouges au-dessus de son bureau. On explique MP 2018, ce qui permet de parler des initiatives du territoire », précise Tania Da Cunha Faria, responsable marketing et communication. L'effet surprise est garanti... filmé avec la complicité de Bison Bleu, collectif marseillais de créatifs indépendants, la vidéo étant postée sur les réseaux sociaux de l'assureur et de MP 2018. Résultat ? Une visibilité démultipliée pour tous ! Ont joué le jeu : Isa Développement, Beuchat, l'ARI, Onet, Clarke Energy, TechnicoFlor... Le 3 juillet prochain, au tour des salariés de Delta Assurances de « prendre une dose d'amour avant l'été », lors d'une sortie en bateau avec vidéo à la clé !

PHOTO BISON BLEU



Une salariée d'Isa Développement découvre la surprise de Delta Assurance

MP 2018