

ici Barbès  
&



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, ce 29 septembre 2020

## La Mutuelle Générale lance son Observatoire solidaire des salariés-aidants avec ici Barbès et le cabinet d'études Occurrence



D'ici 2030, la proportion de personnes contraintes de concilier vie professionnelle et aide d'un proche (les salariés-aidants) devrait atteindre un quart de la population active\*. Afin d'apporter de nouvelles réponses à cet enjeu sociétal La Mutuelle Générale, depuis longtemps engagée auprès des aidants et des personnes dépendantes, a créé l'Observatoire solidaire sur les salariés-aidants.

La Mutuelle Générale a sollicité l'agence ici Barbès et le cabinet d'études Occurrence pour l'accompagner dans la création et l'ensemble de la démarche autour de la constitution et du lancement de l'Observatoire. Ses premiers travaux sont présentés ce 29 septembre 2020 lors d'un colloque organisé en partenariat avec Le Groupe Les Echos-Le Parisien et animé par Jean-Marc Vittori, éditorialiste de la rédaction.

ici Barbès a mené une mission de conseil global comprenant un accompagnement à toutes les étapes du lancement de l'Observatoire solidaire : de la création du Conseil d'orientation, organe de pilotage et de réflexion de l'Observatoire composé d'experts universitaires, d'acteurs du monde du travail et de représentants de La Mutuelle Générale, à la conception et la réalisation d'un site Internet dédié <https://observatoire-solidaire.lamutuellegenerale.fr/>, en passant par le développement de l'identité graphique de l'Observatoire et de la coconstruction du colloque.

Occurrence a conduit un *Baromètre d'opinion des Français actifs sur les aidants familiaux exerçant une activité professionnelle*. Réalisé du 18 au 29 juin 2020 auprès de 2 500 actifs représentatifs des secteurs public et privé, il mesure l'état de l'opinion et renseigne sur la perception des salariés-aidants en France. Ce baromètre intègre ainsi un « indice de solidarité », qui compile seize indicateurs mesurant la connaissance et l'intérêt des salariés français pour la cause des salariés aidants. Cet indice pourra évaluer dans le temps la pénétration de la cause des salariés-aidants au sein des entreprises.

Pour **Marie-Hélène Moudingo**, directrice associée chez ici Barbès et **Pierre Chavonnet**, directeur pôle marques et transformation d'Occurrence, « *c'est une grande responsabilité et une fierté d'être associés à cet Observatoire solidaire et à l'objectif de faire grandir la cause des salariés-aidants dans les entreprises. C'est un sujet qui touche potentiellement chacun de nous, dans nos vies professionnelles et personnelles. Et c'est surtout un sujet que chaque entreprise doit adresser, au risque de voir ses salariés en situation d'aidant exposés à la dégradation de leur santé, à leur absentéisme et aux risques psycho-sociaux.* »

Contact La Mutuelle Générale :

**Justine Joly** – [jjoly@lamutuellegenerale.fr](mailto:jjoly@lamutuellegenerale.fr) / 06 83 84 62 73

Contact Occurrence :

**Ethel Bachellerie** - [ethel.bachellerie@yahoo.fr](mailto:ethel.bachellerie@yahoo.fr) / 06 62 79 19 21

Contact ici Barbès :

**Stefan Izoret** – [stefan.izoret@icibarbes.com](mailto:stefan.izoret@icibarbes.com)

### **À propos de La Mutuelle Générale**

*Troisième mutuelle de France et experte des métiers de l'assurance santé et de la prévoyance depuis 75 ans, La Mutuelle Générale assure 1,5 million de personnes et réalise un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros. Ses offres s'adressent aux entreprises de toutes tailles comme aux particuliers. En 2020, La Mutuelle Générale diversifie ses activités en lançant une nouvelle offre de services destinés à faciliter le quotidien de ses clients tout en contribuant à leur mieux-être. Acteur de l'économie sociale et solidaire, La Mutuelle Générale mène toutes ses actions au bénéfice de ses adhérents, en mobilisant ses 1 915 collaborateurs et ses 1 500 élus bénévoles.*

### **À propos d'Occurrence**

*Créé en 1995, Occurrence est un cabinet d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale...) et de l'analyse des opinions. Depuis 25 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leur communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, Engie, Orano, Carrefour, BNP Paribas, Airbus, Macif, INPI, Crédit Agricole, Pierre Fabre, Saint-Gobain, Groupe VYV et nombre de collectives alimentaires, des ministères, institutions européennes notamment la Commission Européenne, ainsi que des collectivités locales, associations, ONG et organisations ou entreprises publiques...*

*L'équipe de 25 experts maîtrise une large gamme d'outils d'évaluation et de prospective (quantitatifs, qualitatifs, sémiologiques, Analytics) et capitalise sur « Occurrence Lab. », structure interne pour l'innovation qui lance de nouvelles offres d'études. Au premier trimestre 2018, un collectif de grands médias nationaux et régionaux adopte la méthodologie de comptage indépendante des manifestants développée par Occurrence en 2006. Membre de Syntec Etudes, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme ISO 26000. Assaël Adary, Président d'Occurrence, est co-auteur de la 9e édition de l'ouvrage de référence sur la communication, le Communicator, sorti chez Dunod en 2020. [www.occurrence.fr](http://www.occurrence.fr)*

### **À propos d'ici Barbès**

*ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire et indépendante qui compte une centaine de collaborateurs (planning, création, consulting, éditorial...).*

*L'expertise de l'agence s'articule autour de 5 disciplines :*

- Le conseil stratégique
- Le branding

- *Le contenu*
- *Le social media*
- *La publicité.*

*Pour mieux connaître les attentes et les comportements des gens, la data et la performance sont au cœur de nos pratiques. Pourtant, les décisions des gens sont d'abord irrationnelles et dirigées à 85 % par leurs émotions subconscientes. Pour nous, les gens dans toutes leurs facettes surprenantes sont les meilleurs créateurs de valeurs, de confiance et de performance pour une marque. Chez ici Barbès, nous pratiquons La science des gens.*

*Les principaux clients de l'agence sont : Leroy Merlin, McDonald's, l'Assurance Maladie, Association France Alzheimer, l'Institut National du cancer, Société Générale, Giphar, La Mutuelle Générale, La Poste, SNCF, Maif, Pénélope, ...*