

Paris, le 20 mars 2019

Bien-être au travail : le CIAMT confie son brand content à ici Barbès



Prendre soin de vous au travail

Le CIAMT, Centre Inter-entreprises et Artisanal de santé au travail, association à but non lucratif (loi 1901), s'affirme avec ici Barbès et prouve que la santé au travail peut et doit susciter un nouvel intérêt.

En lançant son nouveau site internet et ses nouveaux outils de communication et d'information (brochures, habillages de centres de santé, animation sur les réseaux sociaux...), le CIAMT entend montrer comment un accompagnement de A à Z permet d'agir plus efficacement dans l'éradication des facteurs de risques et d'être plus convaincants dans la mise en œuvre des plans de prévention.

C'est en mars 2018 que tout a commencé. L'association sollicite alors l'agence ici Barbès dans le cadre d'un appel d'offres restreint. « Alors que la réforme de la médecine du travail de janvier 2017 a élargi notre rôle, elle a imposé de repenser les services de santé au travail en plaçant principalement la prévention au cœur de notre mission. Cette évolution est une vraie opportunité de réaffirmer notre engagement », affirme Philippe GOJ, président de l'association. L'objectif était donné : redéfinir la mission du CIAMT pour l'aider à accompagner ses 30 000 adhérents vers plus d'actions de prévention.

« Le problème, c'est que bien souvent, la médecine du travail reste, pour beaucoup, réduite aux visites de contrôle et aux obligations légales », rappelle Karine Sentenac, directrice associée chez ici Barbès. Il fallait donc réussir à passer de la convention de

penser d'un usage contraint et minimal de la médecine du travail à un nouvel intérêt, motivé et volontaire, pour la prévention en entreprise.

ici Barbès a donc d'abord travaillé sur la refonte de la plate-forme de marque, et en a assuré son déploiement. « Notre conviction était de réaffirmer que la santé est une et indivisible, qu'elle ne s'arrête pas aux portes de l'entreprise ; prendre soin de sa santé au travail, c'est prendre soin de sa santé au sens large », détaille Eline Rannou, planneuse stratégique chez ici Barbès.

Changement de paradigme donc dans la stratégie de communication du CIAMT : plus visible, plus affirmée, plus axée sur une information en flux, plus incarnée, elle se déploie notamment sur le nouveau site du CIAMT. Conçu par ici Barbès et développé par son partenaire technique Opsone, le site refondu accueille vidéos, interviews d'experts du CIAMT, reportages en entreprise, conseils et sensibilisation sous forme d'articles et d'infographies, « afin de démontrer comment les médecins du travail, avec leurs experts et équipes support, s'engagent et agissent au quotidien pour la santé globale des employés », appuie Marie-Hélène Moudingo, directrice associée chez ici Barbès.

## **À propos de CIAMT**

Fondé en 1953, le CIAMT, Centre Inter-entreprises et Artisanal de santé au travail, est une association à but non lucratif (loi 1901) agréée par le ministère du Travail pour assurer sa mission sur Paris et la région parisienne. Il est administré par les membres du Conseil d'administration composé de représentants employeurs et de représentants salariés d'entreprises adhérentes au service.

Depuis sa création, le CIAMT n'a cessé de s'agrandir et compte désormais 31 centres médicaux, répartis sur Paris et la région parisienne, ainsi que 6 centres mobiles.

Aujourd'hui, ce sont plus de 27 000 entreprises qui sont adhérentes au CIAMT, ce qui représente 352 000 salariés suivis par nos 350 collaborateurs. Une marque de confiance qui permet au CIAMT d'étendre régulièrement ses domaines de compétence.

## **À propos d'ici Barbès**

ici Barbès rassemble une équipe d'une centaine de talents dédiés au planning, au conseil et à la création. L'agence produit des idées et des activations complètes pour tous les projets de marque.

ici Barbès a beaucoup investi et depuis longtemps sur les médias sociaux, convaincue que pour imaginer des stratégies plus pertinentes, plus puissantes, plus engageantes, plus créatives, ils sont indispensables à la détection d'insights autant qu'à leur déploiement opérationnel.

Les principaux clients de l'agence sont : Leroy Merlin, McDonald's, l'Assurance Maladie, France Alzheimer, La Poste, Sciences Po Executive Education, SNCF, Maif, KPMG...