

GYMPASS LANCE SON PROGRAMME DE SPORT SUR-MESURE AUPRÈS DES DRH

Inciter les salariés à faire du sport grâce au soutien de leur entreprise. C'est l'objet de la nouvelle offre de Gympass qui démarre en France.

Fondée en 2012 au Brésil, Gympass propose aujourd'hui en France ses services aux DRH et DG d'entreprise, afin de mettre en place des programmes d'activités physiques sur-mesure, soutenus par des campagnes de motivation et de stimulation, en direction des salariés. L'objectif est de favoriser l'activité physique et le bien-être des salariés, dans le cadre de programmes de qualité de vie au travail, en agissant sur le stress et les effets néfastes de la sédentarité.

Gympass est déjà implanté dans un millier d'entreprises dans le monde, parmi lesquelles Unilever, Procter & Gamble, Manpower, Allianz, L'Oréal, Orange, Veolia, Société générale...

Le programme s'attache à lever les barrières à la pratique du sport, selon Jean-Philippe Lorinquer,

PRÉVENTION

directeur de Gympass en France. Ainsi, la société lève l'obstacle géographique en permettant, grâce à son réseau de 1 500 salles de sport partenaires, de trouver un lieu à proximité de son travail, de chez soi, ou de son lieu de déplacement. Gympass propose aussi des lieux offrant une flexibilité horaire ; elle détecte les activités qui pourront offrir du plaisir aux salariés dans la pratique d'une activité. De plus, elle propose des tarifs attractifs, « cinq fois moins cher qu'un abonnement classique », précise Jean-Philippe Lorinquer : à partir de 4,99 euros par mois pour les salariés, pour un coût maximum de 10 euros par mois et par salarié pour l'entreprise, en fonction de sa taille. Au démarrage, Gympass commence par réaliser un bilan initial de la pratique sportive des salariés de l'entreprise. **V.L.**