

Contact Presse

Service Communication – Stéphanie Arregros

Tél. : 01 64 71 39 74. Courriel : s.arregros@mutuellebleue.fr



Communiqué de presse

MUTUELLE BLEUE repart en campagne

Pour sa première prise de parole de l'année, Mutuelle Bleue a fait le choix de la Télévision et du Web pour travailler sa notoriété. Passant d'un spot de 20 secondes lancé l'an dernier, à un Billboard de 8 secondes, elle se réapproprie l'une de ses valeurs historiques qui fonde sa différence, « la proximité ».

C'est autour de cette promesse simple, claire, et fédératrice que Mutuelle Bleue lance sa campagne de communication en investissant à partir du **29 janvier** le petit écran sur du sponsoring de programmes, de séries ou de jeux télévisés et, en complément, un dispositif digital complet.

Ce territoire de communication s'exprime donc à travers un dispositif multicanal qui comprend :

- en **télévision**, pour **laisser une trace mémorielle forte**, du sponsoring de programmes, de séries et de jeux TV, sur les chaînes hertziennes (France 2, France 3) et sur la TNT (C8, CNEWS, TV 5 MONDE)
- **du digital**, pour créer du trafic à travers un ciblage efficace, (Facebook, Youtube, Replay France TV)
- en point de vente, **de la vitrophanie**, pour relayer les opérations de marketing.

Pour soutenir le réseau commercial, **une offre marketing** est proposée depuis le **15 janvier** autour d'un jeu intitulé « **Tous en forme** » qui prévoit pour toute demande de devis (en Santé, en Prévoyance ou IARD) la participation à un tirage au sort pour tenter de gagner **un an de coaching sportif**. Ce booster, s'inscrit dans le prolongement du programme de prévention santé porté par la marque depuis de nombreuses années. En complément et jusqu'au 28 février un mini-jeu **MEMORY** est organisé exclusivement sur **FACEBOOK**. Les internautes tenteront d'y gagner une montre connectée parmi les 5 mises en jeu.

Ces 2 actions commerciales seront accessibles dans toutes les agences Mutuelle Bleue grâce aux tablettes connectées mises en libre-service auprès du public.

C'est l'agence M&C SAATCHI.ONE, qui accompagne Mutuelle Bleue depuis qu'elle a remporté le concours d'agence organisé par la marque en 2008, qui est à l'origine de l'aspect créatif de cette campagne.

« Cette nouvelle campagne de communication pour Mutuelle Bleue a nécessité un vrai travail d'équilibriste pour atteindre les objectifs de la marque, sans oublier les réalités du marché » déclare Rémy DOEHAERD, Global Client Strategy chez M&C SAATCHI.ONE. **« De nombreux concurrents disposent d'une force de frappe importante, avec des prises de paroles puissantes et régulières tout au long de l'année. Pour faire émerger Mutuelle Bleue, il nous fallait avoir une réflexion plus tactique sur les formats et le mix média, tout en gardant l'humain au cœur du message. Nous avons choisi le format Billboard en TV sur des programmes à forte audience en restant affinitaire avec nos cibles. En complément, une présence en digital va renforcer la mémorisation du message TV notamment auprès des cibles les plus jeunes, sur les réseaux sociaux ou en**

VOL. Au final nous aurons en 2018 une présence 4 fois plus forte qu'en 2017 »
précise Rémy DOEHAERD.

Retrouvez le billboard ici :

<https://www.youtube.com/watch?v=2iMfptHABig&feature=youtu.be>

A propos de Mutuelle Bleue :

Avec un CA de 198 millions d'euros en 2016, Mutuelle Bleue figure parmi les 20 premières mutuelles de France (source Argus de l'Assurance). **Mutuelle Bleue** intervient dans le domaine de l'Assurance de personnes (complémentaire santé, prévoyance et prévention) et de biens (auto, moto et habitation). Mutuelle Bleue compte 262 400 adhérents en santé, plus de 302 500 personnes assurées en prévoyance et plus de 112 300 assurés relevant du régime obligatoire des artisans commerçants.