



## Communiqué de presse

### **La Mutuelle Générale lance une nouvelle campagne de publicité pour confirmer sa notoriété sur le marché de l'assurance santé.**

**2<sup>ème</sup> mutuelle française avec plus de 1,4 million de personnes protégées, La Mutuelle Générale poursuit son ambition de conquête du grand public.**

**Deux ans après le lancement de sa première campagne, La Mutuelle Générale reprend la parole avec un discours de preuves traité de façon humoristique et décalée, fidèle à son territoire de communication.**

Depuis septembre 2008, La Mutuelle Générale mène des campagnes media d'envergure afin d'installer sa marque auprès du grand public. Historiquement mutuelle professionnelle des collaborateurs de La Poste et de France Telecom, La Mutuelle Générale s'adresse désormais à tous les particuliers, quel que soit leur secteur d'activité. Elle a pour ambition stratégique de figurer, d'ici à 2012, parmi les acteurs majeurs de l'assurance santé.

La première campagne, « Les éclopés danseurs », a permis à La Mutuelle Générale de construire l'image d'une mutuelle originale et moderne auprès d'un large public.

Dans la continuité de celle-ci, les films de la nouvelle campagne reprennent les éléments clés qui ont fait le succès du premier spot et favorisé l'attribution à la marque : la musique de Billy Idol, le réalisateur Joachim Back (Oscar du meilleur court-métrage 2010 aux Academy Awards), et la mise en scène de situations étonnantes mêlant humour décalé et audace. La réplique de fin, déjà présente dans le premier spot, « Qu'est-ce qu'ils ont ceux-là ? » « Une bonne mutuelle ! », permet de souligner le réconfort apporté par La Mutuelle Générale à ses clients, en toutes circonstances.

Avec cette nouvelle campagne, également conçue par l'agence Ogilvy Paris, La Mutuelle Générale s'est attachée à donner des preuves de sa signature « Ca va déjà mieux ! » en mettant en avant son expertise santé, ainsi que son rôle de conseil et d'accompagnement.

Patrick Sagon, Président de La Mutuelle Générale, souligne : *« L'originalité de notre première campagne publicitaire nous a permis de nous faire remarquer dans un marché très encombré. C'était un choix audacieux qui a porté ses fruits, en terme de notoriété et de développement. Cette nouvelle campagne nous permettra de conforter notre présence dans l'esprit du grand public ».*

**Le plan media s'échelonne en plusieurs vagues en 2010, de Septembre à Décembre avec :**

- 2 spots TV en format 30 sec : « Le Psy » et « LeBureau » ,
- Une adaptation des films en format 20 sec avec un call to action,
- Une Fan Page « saga » sur Facebook,
- Une campagne de bannières avec renvoi sur un module de tarification ou une page contextuelle du site de La Mutuelle Générale,
- Et la reconduction du sponsoring TV avec l'émission « Plus Belle la Vie » .

**A propos de la Mutuelle Générale**

*Acteur majeur de l'économie sociale, La Mutuelle Générale est la deuxième mutuelle française et protège plus 1,4 million de personnes. Partenaire des groupes La Poste et France Telecom depuis plus de 60 ans, elle intervient sur le marché des particuliers et des entreprises, en santé et en prévoyance.*

*Son expérience dans la gestion des régimes obligatoire comme complémentaire, lui confère une expertise globale des métiers de l'assurance santé. Au-delà du simple remboursement des frais médicaux, elle privilégie en particulier l'accompagnement personnalisé de ses adhérents par des services innovants s'appuyant sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication, notamment dans le domaine de la prévention en santé.*

*Fidèle à ses valeurs mutualistes et n'ayant pas d'actionnaires à rémunérer, La Mutuelle Générale dispose de la liberté nécessaire pour construire une stratégie sur le long terme au seul bénéfice de ses adhérents.*

Contact Presse :

Céline Vignolles

Tel : 01 40 78 08 11

[cvignolles@lamutuellegenerale.fr](mailto:cvignolles@lamutuellegenerale.fr)

**Paris, septembre 2010**