

Paris, le 19 septembre 2016

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### **La Mutuelle Générale lance une nouvelle campagne pour conquérir les plus de 55 ans et les pros**

**Paris, le 19 septembre - La Mutuelle Générale, 3ème mutuelle française avec plus de 1.5 million de personnes protégées, a lancé le 18 septembre sa nouvelle campagne publicitaire à destination de ses cibles de conquête prioritaires que sont les jeunes seniors et les professionnels (TNS, TPE/PME).**

Conçus dans la continuité de la saga La Mutuelle Générale, avec une tonalité de marque légèrement décalée et proche des gens, les deux nouveaux films relayent un discours de preuves au travers de scènes démontrant l'expertise et la compétitivité de La Mutuelle Générale.

Le film destiné aux pros souligne la disponibilité et l'efficacité des conseillers Entreprises de La Mutuelle Générale qui accompagnent leur client dans le choix et la mise en place d'une solution santé/prévoyance. En effet, avec la constitution d'une nouvelle force de vente consacrée aux clients TPE/PME/TNS, La Mutuelle Générale peut s'appuyer sur la connaissance terrain et la proximité locale de ses conseillers et ingénieurs d'affaires pour se positionner comme un acteur incontournable sur ce marché.

Le film pour les particuliers met en scène, quant à lui, un jeune senior qui bénéficie d'une complémentaire santé performante incluant un nouveau service d'accompagnement au passage à la retraite. En effet, La Mutuelle Générale propose dorénavant à ses nouveaux clients une complémentaire santé optimisée pour les plus de 55 ans : création et amélioration de garanties, intégration de nouveaux services, tel que le coaching Retraite.

Avec l'évolution de son offre La Mutuelle Générale démontre sa capacité à accompagner ses adhérents à cette étape importante de leur vie.

La campagne s'appuie sur une stratégie media qui illustre à nouveau l'avancée prise par La Mutuelle Générale sur l'omni-canal et le digital. La diffusion des films est en effet synchronisée de manière dynamique autour du multi-screen – TV&VIDEO - et du cross-device (Desktop, Tablette, Mobile...), en phase avec la consommation et les usages spécifiques de chacune des cibles.

Les internautes ont le choix d'être redirigés vers un numéro court ou vers des pages personnalisées du site où ils peuvent adhérer en quelques clics à la Complémentaire Santé adaptée à leurs besoins et à leur budget.

La campagne est également relayée sur les media sociaux de La Mutuelle Générale et dans son réseau de 104 agences.

### **A propos de La Mutuelle Générale**

*Acteur majeur de l'économie sociale, La Mutuelle Générale protège plus de 1,5 million de personnes. Partenaire des groupes La Poste et Orange depuis 70 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. [www.lamutuellegenerale.fr](http://www.lamutuellegenerale.fr)*

Président : Patrick Sagon  
Directeur Général : Stanislas Bressange

### **Contacts Presse :**

Céline Vignolles - 01 40 78 34 35 - [cvignolles@lamutuellegenerale.fr](mailto:cvignolles@lamutuellegenerale.fr)  
Emilie Fuchs - 06 13 57 58 13 - [emilie.fuchs@partiesprenantes.com](mailto:emilie.fuchs@partiesprenantes.com)