



Essentiel pour moi

Communiqué de presse
À Paris, le 5 janvier 2016

— LA MACIF REVISITE SA PROMESSE DE MARQUE

« Le pouvoir d’agir sur l’essentiel »

Pour toujours mieux répondre aux attentes de ses 5 millions de sociétaires et s’adapter aux évolutions de la société, la Macif investit un nouveau territoire d’expression qui place le sociétaire au cœur de sa communication.

En 2016, la Macif lance un territoire de marque qui illustre le nouvel élan du Groupe et donne un nouveau souffle à la marque. Il exprime la différence mutualiste en adoptant des codes de communication actuels, simples et directs et une tonalité résolument optimiste.

« Au travers de ce nouveau territoire de marque, nous souhaitons que la Macif installe une communication reconnaissable, engagée, simple, soucieuse de la valeur des choses, et qui met en avant le bénéficiaire sociétaire/client », commente Rosane Le Roux, Directrice de la communication du groupe Macif.

— UNE NOUVELLE LIGNE DIRECTRICE : LE POUVOIR D’AGIR SUR L’ESSENTIEL

La mission de la Macif est d’assurer ses sociétaires selon leurs besoins, au prix le plus juste et avec bienveillance. Humaine et proche de ses sociétaires, la Macif a souhaité à travers l’expression de sa marque démontrer qu’elle place le sociétaire au cœur de son action en lui donnant **le pouvoir d’agir sur l’essentiel**.

« Le pouvoir d’agir sur l’essentiel », c’est la nouvelle expression de l’esprit mutualiste de la Macif. Elle traduit à la fois :



- **Le pouvoir d’agir de CHACUN sur l’essentiel** : en choisissant la Macif, chaque sociétaire a le pouvoir d’agir sur ce qui est essentiel pour lui - sa vie, ses proches, ses biens - en choisissant des garanties utiles, sans superflu.

- **Le pouvoir d’agir ENSEMBLE sur l’essentiel** : exprime la force du collectif représenté par près de 5 millions de sociétaires Macif et leurs 2 000 représentants. Sans actionnaires à rémunérer, la Macif réinvestit ses bénéfices pour mener des actions en faveur de l’intérêt commun, notamment au travers de sa Fondation d’entreprise, de ses actions de prévention ou de sa politique RSE...



Essentiel pour moi

Ce territoire de marque s'illustre par un nouveau concept de communication composé d'une signature courte et mémorable « **Essentiel pour moi Macif** », d'une identité sonore dynamique créée pour la Macif, de nouveaux codes de marque mémorables et d'une nouvelle écriture publicitaire qui donne la parole aux sociétaires.

La nouvelle promesse de marque du groupe Macif en images



— UNE PREMIERE CAMPAGNE PUBLICITAIRE SUR L'ASSURANCE AUTOMOBILE

Leader sur le marché de l'assurance automobile en France¹, la Macif lance son nouveau territoire de marque, dès le 6 janvier 2016, avec une première campagne média pour promouvoir son offre automobile.

Cette campagne publicitaire place le sociétaire au centre de la communication sur des aplats de couleurs vives, pleins d'énergie et un discours de marque simple, direct et positif.

Ce **dispositif média 360°** (affichage, radio, annonce presse, dispositif digital...) met en avant 2 bénéfiques produits que sont :

Le covoiturage sans démarche préalable :

Les passagers covoiturés sont garantis par le contrat Auto Macif souscrit, sans aucune démarche préalable du conducteur assuré et aucun frais supplémentaire.

L'assistance géolocalisée 24h/24 et 7/7j :

Grâce à l'application Macif pour smartphone, les sociétaires peuvent être secourus en quelques clics. La Macif les géolocalise et envoie l'assistance adaptée dans les conditions et limites du contrat d'assurance auto souscrit.



Pour télécharger l'ensemble des éléments de la nouvelle expression de marque de la Macif
Cliquez [ici](#)

¹ 1^{ère} société d'assurance en nombre de contrats avec 5,8 millions de véhicules assurés au 1^{er} janvier 2015.



Essentiel pour moi

Dans le cadre de la refonte de son territoire de marque, la Macif a fait appel à l'expertise de 4 agences pour l'accompagner : **Publicis Dialog** (stratégie et campagne publicitaire), **Dragon Rouge** (stratégie de marque et identité visuelle), **Sixième Son** (identité sonore) et **Ecrans & Media** (conseil et achat d'espace publicitaires).

— A PROPOS DU GROUPE MACIF :

Le groupe Macif couvre les besoins de près de 5 millions de sociétaires, en assurances de dommages, santé-prévoyance, banque et assurance vie. Gérant plus de 17 millions de contrats au 1^{er} janvier 2016, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 5,9 milliards d'euros en 2014.

— CONTACTS PRESSE :

PUBLICIS DIALOG – Charlotte MARINE – 01 44 43 79 25 – charlotte.marine@dialog.publicis.fr

GROUPE MACIF – Julie TERZULLI – 01 55 31 62 67 – jterzulli@macif.fr