

Communiqué de presse

PREMIERE MUTUELLE SANTE DE FRANCE, HARMONIE MUTUELLE DÉVOILE SA NOUVELLE IDENTITÉ

Paris, le 4 septembre 2012 – Prévadiès, Harmonie Mutualité, Mutuelle Existence, Santévie et SPHERIA Val de France s'unissent pour donner naissance à « Harmonie Mutuelle », 1^{ère} mutuelle santé de France. Harmonie Mutuelle s'affirme ainsi comme un acteur global de santé incontournable dans le paysage français. Une campagne media de lancement de marque, un nouveau portail Internet et un nouveau concept d'agences accompagnent cette naissance.

Une campagne médias de lancement de la marque Harmonie Mutuelle

La nouvelle marque Harmonie Mutuelle est lancée le 5 septembre 2012 avec une campagne médias de communication grand public aux niveaux national et régional, conçue par l'agence Hérézie.

Cette campagne vise à lancer et installer cette nouvelle marque tout en adoptant un positionnement et un discours propres à la première mutuelle de France, référent santé national. Elle a également pour objectif d'assurer, notamment au niveau régional, le transfert de notoriété des 5 mutuelles qui disparaîtront au profit de la marque Harmonie Mutuelle.

Harmonie Mutuelle a souhaité que sa campagne se fasse l'écho des préoccupations, interrogations et exigences des Français en matière de santé.

La traduction concrète de cette campagne repose sur **la mise en scène de Français dans leur vie quotidienne, qui s'expriment sur le sujet de la santé ou bien sur leur mutuelle à travers des « bulles de pensée ».**

Cela se traduit également par l'adoption d'une **nouvelle signature**, « **En harmonie avec votre santé** », qui révèle l'ambition d'Harmonie Mutuelle : être en accord avec la santé des Français.

Une campagne déclinée en médias nationaux et régionaux

La campagne est déclinée à 360° (TV, affichage, presse, web). Un rôle particulier est donné à chaque type de média afin de porter des thématiques précises.

Pour l'accompagnement sonore, la musique de la campagne a été spécialement conçue par Eraldo Bernocchi, compositeur italien de musique de films.

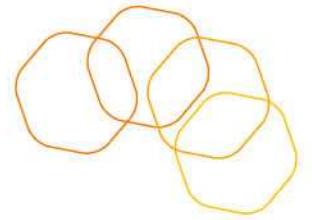
- **En TV :**

Le spot TV sera diffusé dans de multiples formats (45', 30', 15') sur l'ensemble des grandes chaînes nationales ainsi que sur les chaînes spécialisées du satellite et de la TNT.

- **Une campagne d'affichage, principalement 2x2 et 4x3 aux niveaux national et régional :**

Les Français s'expriment par rapport à leur mutuelle, Harmonie Mutuelle, autour de 3 thématiques, à savoir : la proximité, le prix et les valeurs de solidarité.





- **En presse :**

La campagne presse nationale et régionale investit tout type de supports en presse quotidienne régionale et presse quotidienne nationale, ainsi que la presse spécialisée ou magazine, hebdomadaire et mensuelle. 7 déclinaisons mettent ainsi en valeur les preuves de l'engagement d'Harmonie Mutuelle.

- **Sur Internet :**

Des bannières web reprennent de façon originale les visuels de la campagne.

Un nouveau portail Internet

Un nouveau portail Internet 2.0, conçu par l'agence Digitas, a pour vocation de :

- **Constituer la vitrine digitale d'Harmonie Mutuelle.**
- **Présenter la nouvelle mutuelle et l'offre Harmonie Santé Plus.**
- **Proposer des services.**
- **S'adresser à l'ensemble des parties prenantes** par la création de sections spécifiques au sein du portail et la mise en place **d'un principe d'hyperpersonnalisation.**
- **Garantir aux internautes un niveau élevé** d'expertise et de qualité de l'information mise en ligne.
- **Établir une relation interactive afin de pouvoir enrichir l'activité par une démarche participative** avec les adhérents, les représentants des adhérents, les professionnels et partenaires de santé, ainsi que toute cible en relation avec Harmonie Mutuelle.



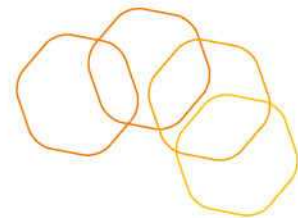
Un nouveau concept d'agences

Le concept développé par l'agence Open D pour Harmonie Mutuelle est un **concept unique** pour assurer la lisibilité du discours, mais **modulable** pour gérer les problématiques géomarketing et d'espaces. En effet, l'agence est conçue comme **un véritable lieu de vie et d'échange** tout en s'inscrivant dans **un parcours d'achat.**

Un concept unique pour la mutuelle, affirmé mais modulable

- **Unique**, pour assurer la lisibilité du discours et maîtriser les coûts.
- **Modulable**, pour gérer les problématiques de géomarketing, d'espaces et permettre un déploiement progressif prenant en compte les contraintes budgétaires.





L'agence comme lieu de vie et d'échange

- **La visibilité** des enseignes, l'importance de la transparence et de l'invitation à entrer.
- **La mise en avant** des services.
- **Un espace d'accueil** valorisé, avec une définition de l'utilisation de chaque espace de communication : « Nos métiers » / « Découvertes » / « Services Plus ».
- **Le « forum »** : pour une découverte autonome ou pour les premiers conseils.

L'agence qui s'inscrit dans le parcours d'achat

- **Accueil / zones de découvertes / bureaux.**

Un concept qui fait une place importante à l'accueil qui favorise la prise de contacts, la découverte de la mutuelle et de ses services de manière progressive.

À propos d'Harmonie Mutuelle

Harmonie Mutuelle est issue du rapprochement des mutuelles Harmonie Mutualité, Prévadiès, Mutuelle Existence, Santévie et SPHERIA Val de France qui ont acté définitivement, à l'unanimité lors de leurs Assemblées générales respectives de juin 2012, le processus de fusion dans lequel elles étaient engagées. Harmonie Mutuelle devient ainsi la 1^{re} mutuelle santé de France.

Elle représente :

- 4,5 millions de personnes protégées
- 35 000 entreprises adhérentes
- 4 300 collaborateurs
- Plus de 300 agences
- 2,3 milliards d'euros de cotisations santé

Sans intégrer ce nouvel acteur, la MNAM, la SMAR, la mutuelle Mare Gaillard et Cesare Pozzo conservent toute leur place au sein de l'Union Harmonie Mutuelles.

Relations Presse d'Harmonie Mutuelle - Agence Wellcom

Marlène Droulin / Marion Obadia / Cécile Soubelet

mdr@wellcom.fr / mo@wellcom.fr / cso@wellcom.fr - Tél. : 01 46 34 60 60

Harmonie Mutuelle, mutuelle en cours d'agrément régie par le Code de la Mutualité, est issue de la fusion des mutuelles Prévadiès, Harmonie Mutualité, Mutuelle Existence, SPHERIA Val de France et les mutuelles Santévie. Cette fusion est soumise à l'approbation de l'Autorité de contrôle prudentiel et à l'avis de l'Autorité de la concurrence.

