

## Nouvelle campagne de communication : la Matmut s'appuie sur ses valeurs « Matmut, ma valeur sûre »

Le 24 novembre, le Groupe Matmut lance une nouvelle campagne de communication. Il se positionne comme le complice de vies de ses 3 millions de sociétaires. La campagne, déployée à la télévision, à la radio, sur le web... jusqu'en janvier 2017 s'accompagne d'une nouvelle signature : « Matmut, ma valeur sûre ».

6 valeurs sont mises en scène dans les publicités, au travers de cette nouvelle identité de marque. Chacune est associée à une offre personnalisée et à des services proposés par la Matmut, notamment en assurance automobile.\*

- **Fidélité** = 50% offerts sur la franchise habitation en cas de sinistre, pour les assurés ayant depuis un an le « duo Assurances auto et habitation principale ».
- **Tolérance** = franchise offerte au premier sinistre, pendant deux ans après le permis.
- **Complicité** = une seule assurance accidents corporels nécessaire pour les familles recomposées.
- **Générosité** = avec le bonus Matmut, jusqu'à 65% de bonus offert pour les bons conducteurs.
- **Solidarité** = les enfants peuvent bénéficier du bonus auto de leurs parents jusqu'à 35%.
- **Bienveillance** = en assurance automobile, les jeunes peuvent bénéficier des mêmes garanties que les plus âgés.

### Un nouveau positionnement : complice de vies

Les modes de vie et les habitudes de consommation évoluent et la Matmut est présente aux côtés de ses assurés, via ses offres et services, à chaque étape et à chaque changement. Son nouveau positionnement image traduit cette démarche d'accompagnement : le Groupe Matmut se veut le complice de vies de ses sociétaires.

*« Si les temps changent, si les habitudes de nos concitoyens évoluent, ce qui ne change pas, en revanche, c'est notre volonté de proposer des solutions d'assurance pertinentes, qui les protègent bien. En ce sens, notre nouvelle campagne de communication est très fidèle à l'ADN du Groupe Matmut »* commente **Daniel Havis, Président de la Matmut.**

### Une nouvelle signature : « Matmut, ma valeur sûre »

Le Groupe Matmut veut être pour ses sociétaires un partenaire de long terme, fiable, sur lequel ils peuvent s'appuyer. Cette idée est la clé de voûte de sa nouvelle identité de marque : « **Matmut, ma valeur sûre** ».

6 valeurs sont mises en avant dans les nouvelles créations publicitaires. Elles sont chacune associées à une offre ou un service du Groupe, notamment dans le domaine de l'assurance automobile. Des offres innovantes (**Fidélité** = les assurés ayant depuis un an le « duo Assurances auto et habitation principale » peuvent bénéficier de 50% offerts sur leur franchise habitation en cas de sinistre. **Tolérance** = la franchise est offerte au premier sinistre pendant deux ans après le permis) ou représentatives de la singularité du Groupe Matmut (**Complicité** = une seule assurance accidents corporels nécessaire pour les familles recomposées. **Générosité** = avec le bonus Matmut, jusqu'à 65% de bonus offert pour les bons conducteurs. **Solidarité** = les enfants peuvent bénéficier du bonus auto de leurs parents jusqu'à 35%. **Bienveillance** = en assurance automobile, les jeunes peuvent bénéficier des mêmes garanties que les plus âgés).\*

6 films publicitaires et 6 spots radio présentent des situations diverses de la vie quotidienne et mettent en scène ces valeurs : une étudiante qui passe un examen, un couple d'autostoppeurs, une famille recomposée avec leurs enfants ou encore un footballeur qui s'apprête à tirer un pénalty...



**Nicolas Gomart, Directeur Général du Groupe Matmut indique :** « A l'heure où la Matmut bénéficie d'une notoriété importante et est un acteur qui compte sur le marché français de l'assurance, nous pensons que le moment est venu de mettre encore mieux en scène nos produits et services, à travers notre communication. Nous valorisons ainsi la personnalisation et la qualité de nos offres, au bénéfice de celles et ceux qui nous font confiance ».



[Les films publicitaires sont à découvrir en cliquant ici](#)

### Un plan média impactant

Le déploiement de la campagne de communication se fait via un plan média puissant, permettant de travailler à la fois sur la notoriété et sur la nouvelle identité de marque.

- En télévision, 6 films - 1 par valeur - sont diffusés aux formats 30, 15 et 8 secondes, à compter du 24 novembre et jusqu'en janvier.
- En radio, 6 spots en format 30 secondes reprennent les codes de la campagne TV, jusqu'en janvier.
- Sur le web et le mobile, des contenus vidéo courts sont privilégiés pour un meilleur impact. Le déploiement permettra un ciblage optimal et une grande visibilité des messages. Sont notamment concernés : la TV de rattrapage (ou replay), les réseaux sociaux et moteurs de recherche (Youtube, Facebook).
- Au niveau local, les codes des spots TV sont repris et utilisés en affichage, principalement dans le réseau des Agences Matmut afin de communiquer du mieux possible sur « Ma valeur sûre ».



### Une page se tourne

Après près de 15 ans, le partenariat entre le Groupe Matmut et les comédiens Chevallier et Laspalès s'achève. Les campagnes de communication les mettant en scène auront permis à la Matmut d'atteindre une notoriété parmi les plus fortes sur le secteur de l'assurance. Le Groupe les remercie chaleureusement pour cette collaboration et leur professionnalisme, tout au long de cette aventure commune.

\* *Détail des offres disponible en Agences ou sur [matmut.fr](http://matmut.fr) et [amf-assurances.fr](http://amf-assurances.fr).*

### A propos du Groupe Matmut

Avec près de 3 millions de sociétaires et près de 6,6 millions de contrats d'assurance gérés (au 31 décembre 2015), le Groupe Matmut est un acteur majeur sur le marché français de l'assurance. Il offre à tous – particuliers, professionnels, entreprises, associations – une gamme complète de produits d'assurance des personnes et des biens (auto, moto, bateau, habitation, responsabilités, protection de la famille, santé, protection juridique et assistance) et de services financiers et d'épargne (crédits auto, projet, assurance emprunteur, livret d'épargne, assurance vie...).

Le Groupe compte aujourd'hui 5 900 collaborateurs. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros en 2015.

Toutes les informations sur le Groupe Matmut : [matmut.fr](http://matmut.fr)

Pour suivre l'actualité du Groupe : [@matmutmedia](https://twitter.com/matmutmedia) [You Tube matmut](https://www.youtube.com/matmut) [facebook.com/MatmutAssurances](https://www.facebook.com/MatmutAssurances) [in matmut](https://www.linkedin.com/matmut)

### Contact presse

Guillaume Buiron / 02 35 63 70 63 / [buiron.guillaume@matmut.fr](mailto:buiron.guillaume@matmut.fr)