



La Matmut déploie son nouveau territoire publicitaire, centré sur ses engagements, en s'appuyant sur l'agence Saatchi & Saatchi

Pourquoi un nouveau territoire publicitaire pour la Matmut ?

Le volet « *Plus d'identité et de singularité* » du plan stratégique « *Plus de Matmut 2021-2023* » vise à déployer l'image de marque du groupe, ancrée dans ses principes mutualistes fondateurs et à porter la fierté de ses valeurs et engagements.

A ce titre, la Matmut avait déjà formalisé sa Raison d'être en 2021, puis fait évoluer son identité visuelle (dont son logo), en 2022. En mars 2023, elle déploie un nouveau territoire publicitaire.

Ce nouveau territoire prend la suite de la saga publicitaire « *Matmut Stories* » utilisée depuis 2018. Il valorise la stratégie de diversification du groupe Matmut et son engagement, en tant qu'assureur mutualiste, sur les différents segments qu'il couvre : assurance automobile, habitation, santé, solutions d'épargne...

Chaque prise de parole publicitaire se clôture désormais avec une nouvelle signature de marque : « C'est ça aussi assurer ». Une manière de souligner que la Matmut, en tant qu'assureur mutualiste, œuvre depuis ses débuts en faveur du bien commun, et de sous-entendre également que la Matmut, c'est un peu plus qu'une simple assurance.

Pourquoi un message-clé « C'est plus juste pour tous » ?

Ce message clé commun à toutes les prises de parole, au sein du nouveau territoire publicitaire témoigne des engagements du groupe en matière d'équité et d'accessibilité.

Stéphanie Boutin, Directrice générale adjointe Communication et RSE du Groupe Matmut a déclaré à ce sujet : « *Le nouveau territoire publicitaire Matmut exprime pourquoi et comment notre groupe entend agir de manière singulière, engagée, authentique et en phase avec son époque. Il raconte aussi bien nos engagements en tant que groupe complet d'assurance à proposer une diversité de produits et services de qualité, que nos engagements, plus larges, fidèles à notre ADN mutualiste* ».

Quel concept créatif ?

Pour la création de son nouveau territoire publicitaire, la Matmut s'est associée à l'agence Saatchi & Saatchi. Fruit de cette collaboration : un concept créatif cohérent et percutant, « le juste retour des choses », qui incarne les préoccupations des sociétaires et met à l'honneur les valeurs d'équité et d'accessibilité de la Matmut.

Ici, pas de grands discours, ni de promesses abstraites, mais de vraies preuves : des petits moments de vie illustrés, toujours légers et drôles, parfois épiques, en lesquels chacun peut se reconnaître. Des tranches de vie qui illustrent les efforts des sociétaires et les engagements concrets de la Matmut en retour, tout cela résumé en un message fort bouclant chaque prise de parole : « c'est plus juste pour tous ».

Si on tend l'oreille, on y entend les voix d'anges de l'opéra de Léo Delibes, dont la beauté et la tonalité lyrique viennent contraster avec l'ordinaire de ces moments de tous les jours. Et on entend aussi une voix, complice, qui nous dit que finalement, dans ces moments, la Matmut est là pour accompagner chacun de ses sociétaires.

Au final, un territoire authentique, en phase avec son époque, fidèle aux valeurs du Groupe Matmut, et ce jusque dans son processus de création, avec une approche éco-socio-responsable pour la conception, le tournage et la production de cette nouvelle campagne publicitaire.

Quel déploiement ?

Au programme, une campagne 360 : TV, VOLs, affichages, affiches agence, radios, dispositif Social Media. Le film Auto Bonus Famille a démarré la campagne le 3 mars dernier, lors de la diffusion du concert des Enfoirés sur TF1. Il est suivi de 3 autres films et de tout le dispositif 360, à partir du 7 mars.

- Du 7 au 19 mars, un film TV est consacré à l'assurance automobile, le cœur de métier du groupe.
- Du 20 mars au 2 avril, l'assurance santé est à l'honneur, avec un film TV, un spot radio et de l'affichage.
- Les 10, 12, 18 et 19 mars, ainsi que les 1^{er} et 2 avril, un spot TV met en avant le réseau des 480 agences Matmut, partout en France, et la proximité qu'il permet avec les sociétaires Matmut. Un contact humain toujours important, dans un monde de plus en plus digitalisé

La campagne Matmut « Le juste retour des choses » a été réalisée par :

Saatchi & Saatchi

- Equipe Créative : **Pierre Viallaneix** (Directeur de la Création), **Rémi Soumagne** (Creative Lead), **Franck Mazeran** (Creative Lead), Pierre Torregano, (Directeur Artistique), Hadrien Hannoun (Concepteur-Rédacteur)

- Equipe Commerciale : **Cécile Arzac** (Directrice Générale), **Florence Bridier** (Directrice Commerciale), **Leïla Akodjenou** (Directrice Conseil), **Louise Andrieux** (Cheffe de Publicité), **Mathilde Tellier** (Cheffe de Groupe)
- Planning Stratégique : **Olivier Bailloux** (Head of Strategy & RSE), **Chloé Cerdan** (Directrice Stratégique)
- Social Media : **William Ory** (Head of Social Media)
- TV-Producer : **Martine Joly**

Production

- Maison de Production : **Prodigious**
- Réalisateur : **Mathias Pardo**
- Producteur : **Thierry Delesalle**
- Directeur de production : **Pierre Saint-Blanquat**
- Directeur de la Photographie : **Jacques Ballard**
- Post-production image et son : **Frédéric Lubin et Frédéric Prados**

À propos du Groupe Matmut :

Avec 4,1 millions de sociétaires et 7,8 millions de contrats d'assurance gérés, 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 Matmut compte aujourd'hui 6 500 collaborateurs. La SGAM Matmut a réalisé un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros en 2021.

À propos de Saatchi & Saatchi France :

Saatchi & Saatchi France est une agence à taille humaine de 130 personnes, animée par le même état d'esprit : « Nothing is impossible ! ». Elle accompagne de grandes marques comme SFR, Samsung, Playstation, VISA, Burger King, Promod... sur des dispositifs de communication intégrés dans lesquels la création est toujours au service de l'efficacité des campagnes. Saatchi & Saatchi est également particulièrement engagée dans la communication responsable et fière d'avoir obtenu la certification RSE Agence Active en 2020 avec trois étoiles.

CONTACTS PRESSE

Nadja Massinot | nadja.massinot@saatchi.fr | 06 58 35 82 28

Marion Falourd | falourd.marion@matmut.fr | 06 37 09 25 66