

Communiqué de presse du 21 mars 2022

De nouvelles couleurs et une nouvelle stratégie pour le Groupe Mutuel

Martigny, le 21 mars 2022. L'assureur national, qui se positionne comme un acteur de référence dans les assurances de santé et prévoyance, tant pour les privés que pour les entreprises, fait évoluer son image. Le nouveau logo souligne l'esprit mutualiste du groupe et adopte les couleurs ambre et bleu marine. Cette nouvelle identité de marque accompagne également un repositionnement stratégique.

« *Ce n'est pas uniquement un changement de logo. Cette évolution, beaucoup plus profonde, correspond à la phase actuelle de transformation du Groupe Mutuel* », précise Thomas Boyer, CEO de l'assureur. Au-delà de son image, le Groupe Mutuel affine sa stratégie et met dorénavant l'accent sur les deux préoccupations majeures de la population suisses : la santé et la prévoyance. Avec 1,3 million de clients individuels et 27 000 entreprises clientes, cette stratégie porte donc tant sur les marchés des assurances privées que celui des entreprises.

Une nouvelle image de marque, 27 ans plus tard

Cela faisait depuis 1995 que le logo rouge et blanc représentait le Groupe Mutuel. Dès aujourd'hui, ce seront l'ambre et le bleu marine, au travers d'un logo simple et épuré, qui seront les nouvelles couleurs de l'entreprise. Ce logo incarne parfaitement les valeurs du Groupe Mutuel en capitalisant sur ses racines tout en marquant un renouveau. « *Ce qui me plaît le plus, c'est que l'on souligne notre côté mutualiste et d'entraide grâce à ce trait qui accompagne le mot mutuel* », s'enthousiasme Thomas Boyer. Au-delà du logo, c'est l'ensemble des éléments qui constituent l'identité de marque du Groupe Mutuel, du style photographique à la charte graphique, qui seront revus et modernisés. Cet important changement d'image est porté par de nouvelles valeurs, mises en place depuis 2 ans, ainsi qu'une nouvelle orientation stratégique de l'entreprise.

Plus de proximité avec le client

Pour se rapprocher de ses clients, le Groupe Mutuel a revu entièrement son réseau de vente ainsi que ses agences. Actuellement, un plan de rénovation concerne l'ensemble des agences et de nouvelles ouvertures vont continuer à se succéder d'ici fin 2023. « *En renforçant notre réseau de vente interne, en améliorant notre réseau d'agences et en consolidant notre gestion clientèle, nous voulons être proches de nos assurés* », confirme Thomas Boyer. Ce renouveau se traduit aussi par une volonté de tout mettre en œuvre pour satisfaire les clients, tant au travers des produits proposés que par le conseil apporté. D'ailleurs la nouvelle identité de marque se voudra, elle aussi, plus proche des gens, notamment avec une campagne de communication inédite qui sera visible dès le 28 mars prochain. Plus naturelle, plus proche et avec plus d'émotions, la nouvelle campagne racontera la « vraie » vie.

Une mise en œuvre rapide

La nouvelle image de marque est en cours de déploiement et celui-ci se poursuivra dans les prochaines semaines. L'ensemble de la démarche sera terminée d'ici fin juin et les assurés du Groupe Mutuel bénéficieront ainsi directement de cette refonte avec, par exemple, des décomptes de prestations

totallement revus pour en faciliter la lecture. La nouvelle stratégie d'entreprise sera elle déployée progressivement au cours des prochaines années.

Deux ambassadrices de renom

Dans le cadre du lancement de sa nouvelle identité de marque, le Groupe Mutuel associe son image à deux ambassadrices de talent. Ainsi, Belinda Bencic, championne olympique de Tennis et Ajla Del Ponte, championne d'Europe d'athlétisme collaboreront avec le Groupe Mutuel durant les trois prochaines années.

Depuis de nombreuses années, le Groupe Mutuel soutient le sport et notamment la course à pied, par exemple en tant que partenaire d'une quinzaine de courses populaires en Suisse. Ceci car le sport et la prévention jouent un rôle majeur pour la santé. Ainsi, avec les visages de Belinda Bencic et d'Ajla Del Ponte « *nous pouvons compter sur deux magnifiques personnalités pour promouvoir les bienfaits du sport et porter haut les nouvelles couleurs du Groupe Mutuel* », se réjouit Thomas Boyer, CEO du Groupe Mutuel.



Personne de contact pour les médias

Loïc Mühlemann, Responsable communication

Tél. 058 758 32 49, Mobile 079 797 86 69, lmuehlemann@groupemutuel.ch

À propos du Groupe Mutuel

Avec plus de 2700 collaboratrices et collaborateurs répartis dans toute la Suisse, le Groupe Mutuel est au service de 1,3 million de clients individuels et de 27 000 entreprises.

Seul assureur global de Suisse, le Groupe Mutuel se positionne comme le partenaire de référence dans le domaine de la santé et de la prévoyance pour les clients privés et les entreprises. Son chiffre d'affaires dépasse les 5,4 milliards de francs. Grâce à des solutions adaptées à chacun, dans l'assurance de base (LAMal) et les assurances complémentaires (LCA), il figure au 3ème rang des assureurs santé en Suisse. Le Groupe Mutuel propose également une palette de produits complète dans la prévoyance individuelle et les assurances de patrimoine. L'assureur basé à Martigny offre aux entreprises de toutes tailles des solutions pour la perte de gain maladie, l'assurance-accidents (LAA) ainsi que la prévoyance professionnelle (LPP). Dans le domaine des assurances santé pour entreprises, le Groupe Mutuel se situe au 5ème rang national.