

Communiqué de presse

**Ce sont nos salariés qui vous le disent :
« La Mutuelle Familiale, c'est comme une grande famille ».**

La Mutuelle Familiale repart en campagne le 10 avril, avec un nouveau spot de 15 secondes dont l'action se déroule dans un photomaton.

Rien de tel, en effet, pour conserver le souvenir d'un moment convivial, chaleureux, passé en famille ou avec des amis, que de se faire prendre en photo. Et paradoxalement, à l'ère du numérique, le bon vieux photomaton reste très prisé, à condition de mettre ensuite la photo en ligne !

Le nouveau spot TV de la Mutuelle Familiale est donc construit sur quatre « photos de famille au sens large », rythmées par des flashes, avec une voix off qui déclare :

***« Souriez. Vous faites partie d'une grande famille.
Une mutuelle, c'est comme une famille.
On protège les plus jeunes, on accompagne les aînés.
Bref, on se serre les coudes.
Mutuelle Familiale, Entre nous la solidarité »***



**NOTRE MUTUELLE,
C'EST COMME
UNE FAMILLE.**

On protège les plus jeunes,
on accompagne les aînés.
Bref, on se serre les coudes.

APPEL NON SURTAXÉ DEPUIS
UN FIXE OU UN MOBILE **09 71 10 15 15**

www.mutuelle-familiale.fr

Merci aux collaborateurs de la Mutuelle Familiale qui ont posé pour ces photos.

Mutuelle Familiale
Entre nous, la solidarité

Mutualité Française

L'agence ByTheWayCreacom a conçu cette campagne pour laquelle elle a fait appel au photographe/portraitiste Olivier Roller qui a réalisé le film et les prises de vue.

Il a en effet accepté de relever le défi lancé par la Mutuelle Familiale pour cette nouvelle campagne :
mettre en scène ses propres salariés !

« Tous les jours, vous êtes les acteurs de notre mutuelle, au sens figuré. En 2013, vous allez pouvoir en devenir les acteurs, au sens propre ». Plus de vingt salariés se sont prêtés au jeu et ont accepté de devenir, peut-être, l'un des nouveaux acteurs de cette campagne. Ils ont participé à un casting en studio puis au tournage, appréciant que la mutuelle les sollicite pour incarner les membres de cette « grande famille » que constitue la Mutuelle Familiale.

En 2013, dans un contexte de crise, la Mutuelle Familiale a voulu, en faisant appel à des non professionnels, illustrer **une stratégie optimiste, simple et cohérente** : cultiver son identité humaniste et son positionnement distinctif sur les valeurs, de **vraie mutuelle, avec de vrais gens, au service de personnes qui ont de vrais besoins**. Bref, **une mutuelle où « on se serre les coudes »** et qui pour se développer, cherche à innover, dans tous les domaines.

La nouvelle campagne est diffusée à partir du 10 avril sur MyTF1.fr en préroll sur les programmes en affinité avec les 15-59 ans (Mentalist, Dr House, Clem...) et se poursuivra au mois de septembre avec la diffusion de 400 spots sur les chaînes de la TNT.

Pour visualiser le spot, cliquez sur <http://www.mutuelle-familiale.fr/>

Paris, le 10 avril 2013

Contact :

Véronique Popelin-Camus
Directrice de la Communication
Tél : 01 55 33 40 14
vpopelin@mutuelle-familiale.fr

