

Communiqué

La Mutuelle familiale joue la carte de l'humour pour promotionner son offre solidaire

Tout le monde n'est pas jeune, riche et en bonne santé. Ce monde virtuel n'existe pas, comme certains voudraient nous le faire croire.

La nouvelle campagne de communication de la Mutuelle familiale exploite ce dicton populaire qui se vérifie chez « certains », mais pas chez elle qui refuse les discriminations en fonction de l'âge, des ressources et de l'état de santé.

Pour mettre en avant ses différences, la Mutuelle familiale (280 000 personnes protégées) joue la carte des clichés avec une bande de papies mamies rappeurs des cités, un jeune couple bling-bling, un culturiste exhibant ses pectoraux.

Après une série de visuels mettant en avant l'axe de mutuelle équitable, puis de témoignages illustrant qu'elle « ne fait pas de profit sur la santé », la Mutuelle familiale fait connaître à la fois son offre et ses services, mais aussi sa position en matière de solidarité.

« C'est la particularité de cette campagne d'allier les deux, notre offre et notre éthique », explique sa présidente Léonora Tréhel. « L'objectif est aussi de contribuer, dans l'esprit du public, à l'association du terme mutuelle à celui d'action contre les exclusions et pour l'égalité d'accès aux soins ». Important dans un contexte de marchandisation de la santé qui pourrait s'accélérer demain dans le cadre de réformes projetant d'attribuer un nouveau rôle aux organismes complémentaires.

Si l'Île de France reste sa zone de plus forte implantation, la Mutuelle familiale décline dorénavant sa communication également en Bretagne, en Lorraine et en Franche Comté, suite à plusieurs fusions.

La campagne d'avril est donc actuellement à l'affiche :

- dans le métro parisien et le RER, dans les trains de banlieue et sur du mobilier urbain à proximité de nos bureaux d'accueil,
- dans la presse locale et en particulier la presse quotidienne régionale ;
- sur des opérations de géomarketing (jeunes familles et seniors) et d'e-mailing (jeunes et jeunes familles) destinées à favoriser le recrutement de nouveaux adhérents.
- sur le site Internet www.mutuelle-familiale.fr.

Paris, le 8 avril 2008



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