

Paris, le 14 décembre 2021

La Macif confie la communication de sa marque... ... à ses sociétaires !

« Si Les parties prenantes sont au cœur de la marque, mettons-les au cœur de la communication », c'est à partir de ce postulat que la Macif a imaginé son nouveau territoire de marque.

Assureur mutualiste, la Macif lance aujourd'hui un nouveau territoire de marque avec un concept totalement disruptif et inédit : elle donne la parole à ses sociétaires qui témoignent librement de leur expérience avec la Macif. Pas d'acteur, pas de scénario, pas de script.... Mais de « vrais » sociétaires, des paroles sincères et sans filtre.

Conçue par l'agence The Good Company-Espérance, la campagne déclinera à partir du 19 décembre un spot TV, une campagne radio, affichage et print.

En confiant la communication de sa marque à ses parties prenantes (sociétaires, collaborateurs, délégués), la Macif fait le pari osé d'un territoire de marque 100% sincère et authentique, à l'image de la relation singulière, fondée sur la confiance, qu'elle entretient avec ses sociétaires.

« Parce que la confiance et la proximité sont au cœur de la relation avec nos 5.6 millions de sociétaires et adhérents, nous avons décidé de leur laisser les clés de notre communication. Pas de scénario, pas d'artifice. Ils parlent de la Macif librement, avec leurs mots, en toute sincérité. Notre meilleure publicité, ce sont nos sociétaires qui la font. » **Jean-Philippe Dogneton, Directeur général Macif**

« La Macif, c'est vous » : une nouvelle signature qui illustre la singularité de la marque



La Macif,
c'est vous.

« La Macif, c'est vous ». Cette nouvelle signature donne le ton de ce nouveau territoire de marque : la Macif, ce sont ses 5,6 millions de sociétaires et adhérents, mais également ses 9 500 collaborateurs et ses 1 300 délégués ; représentatifs de la France dans toute sa diversité, ils font la force du modèle mutualiste et incarnent une marque de confiance, authentique et bienveillante.

« A la Macif, la parole de nos sociétaires sera toujours notre meilleure publicité » : pour réaliser cette première campagne, plus de 16 000 sociétaires ont été sollicités pour donner leurs voix et leurs visages à la Macif.

Pour illustrer la campagne presse et affichage, ils n'ont pas hésité à se prendre eux-mêmes en photo et à adresser leurs témoignages pour partager leur expérience avec la marque.

Visionner les 3 premiers spots TV sur :

<https://youtu.be/qhu-RNmOmNo>

<https://youtu.be/19AtsIsPSeM>

<https://youtu.be/OMmzViaeI8c>

Télécharger le Kit Presse
avec l'ensemble des documents
(les spots radio, les affiches, des screen shots,....)
ICI

ILS LE DISENT ... Les sociétaires Macif réalisent la 1^{ère} campagne de communication et témoignent



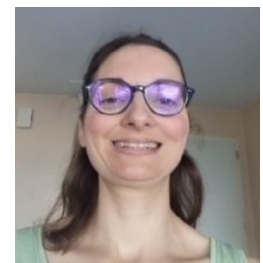
*Sociétaire depuis plus de 40 ans, je suis très attaché à la Macif. Ils ont toujours été à mes côtés lors de mes déplacements professionnels ou dans ma vie privée. Je sais que la Macif répondra présente quand j'en aurai besoin. Echanger librement sur notre relation avec la Macif lors de ce tournage a été un vrai bonheur grâce aux rencontres que j'ai fait sur place et à une équipe de tournage aux petits soins. **Albert C.***

*Etant étudiante en communication, j'étais très intriguée de pouvoir participer à ce tournage, de voir l'envers du décor. J'étais aussi un peu inquiète mais le fait qu'on nous demande de parler librement et sans filtre m'a tout de suite rassurée. Avec la bonne ambiance qu'il y avait sur le tournage, on a tout de suite été dans une relation de confiance. **Clara F.***



*La Macif est l'assureur de ma famille depuis des années et j'y suis très attaché. Lorsqu'ils m'ont demandé de participer à cette campagne de communication, je me suis dit que ce n'était pas juste de l'image. C'est concret, presque plus palpable que de voter par exemple. Cela permet vraiment de participer à la vie de la mutuelle d'assurance. Si je pouvais donner un conseil à la Macif ce serait de tout faire pour rester humain. **Tristan F.***

*Après la crise, la Macif a pris le temps de demander des nouvelles à ses sociétaires. Cela m'a beaucoup touchée. Cela montre que nous ne sommes pas juste un numéro et que chaque sociétaire compte. C'est pour cela que j'ai accepté de participer à ce tournage. Des témoignages de vrais sociétaires, pas d'acteurs. C'est simple, authentique. Cela me correspond. **Sonia P.***



Un territoire de marque construit collectivement, dans l'esprit de la Raison d'Être de la Macif

En 2020, la Macif a organisé l'une des plus grandes consultations en France auprès de ses collaborateurs, délégués et sociétaires pour définir sa raison d'être. En 2021, après les élections des délégués qui ont mobilisé 1 million de sociétaires pour désigner leurs représentants, la Macif a de nouveau sollicité ses parties prenantes pour recueillir leur perception de la marque. Au total, plus de 100 000 personnes ont été interrogées et 100 000 contributions ont

été enregistrées. Enfin, en septembre 2021, la Macif a interrogé ses 5,4 millions de sociétaires pour leur demander de leurs nouvelles après cette période de crise et pas moins de 500 000 d'entre eux ont répondu. Aujourd'hui, ce nouveau territoire de marque porte la posture d'écoute et d'ouverture propre à la marque Macif qui construit son avenir avec ceux qui font son quotidien.

**Découvrez en pièce jointe
la fiche technique de lancement du nouveau territoire de marque.**



A propos de la Macif • Assureur mutualiste, la Macif s'engage au quotidien auprès de ses 5,6 millions de sociétaires et clients pour protéger le présent et permettre l'avenir. La Macif propose des offres et services de protection simples et utiles en assurances dommages, santé-prévoyance et finance-épargne. Gérant plus de 18,4 millions de contrats, la mutuelle d'assurances a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 6,6 milliards d'euros en 2020. Depuis janvier 2021, la Macif est affiliée à Aéma Groupe. Aéma Groupe, né du rapprochement entre Aésio Mutuelle et Macif, imagine chaque jour les contours d'un monde plus juste et plus humain en plaçant la prévenance au cœur de la relation avec ses adhérents, sociétaires et entreprises clientes. Plus d'infos sur www.macif.fr.

Contacts presse :

Marina Ducros • 06 13 55 57 98 – mducros@macif.fr

Caroline Lemarchand • 06 28 11 56 37– clemarchand@macif.fr