PARIS, LE 27 OCTOBRE 2015

« JE NE SUIS PAS UN NUMERO »
LA CAMPAGNE signée WNP pour Eovi Mcd mutuelle

#CONTEXTE ET APPROCHE STRATEGIQUE.

A l'issue d'une compétition orchestrée par VT Scan et qui rassemblait 4 agences, Eovi Mcd mutuelle (2ème mutuelle interprofessionnelle de France) a retenu WNP.

L'objectif d'Eovi Mcd mutuelle est d'imposer sa marque (dont la notoriété et la visibilité sont en deçà de la stature réelle de la marque) sur un marché de l'assurance santé très convoité par les grands acteurs de la bancassurance et où certains acteurs mutualistes ont également commencé à investir fortement sur leurs marques.

Dans ce contexte très bataillé, le parti pris de WNP a été double : capitaliser sur ce qui est vraiment l'ADN de Eovi Mcd mutuelle tout en se démarquant des discours assez stéréotypés du secteur. Or, ce qui caractérise Eovi Mcd mutuelle, c'est d'être une « mutuelle nationale de proximité » : un acteur mutualiste avec un vrai réseau d'agences à l'échelle nationale, très attaché à la notion de proximité et à la qualité de la relation avec ses adhérents. Cette qualité relationnelle est d'ailleurs un vrai atout de la marque comme en témoigne l'intention de recommandation de plus de 84 % de nos adhérents « particuliers » et « professionnels » (étude satisfaction 2014 – Audirep).

#UNE PROMESSE FORTE ET LEGITIME.

Cette campagne positionne résolument Eovi Mcd mutuelle comme LA mutuelle qui connaît bien ses adhérents et qui sait répondre à leurs attentes spécifiques. Une promesse interpellante dans une société française où le côté « grosses machines anonymes » des acteurs de l'assurance est souvent très mal perçu et où l'attente de personnalisation est de plus en plus forte. Une promesse résumée par un leitmotiv présent dans toutes nos prises de parole : CHEZ Eovi Mcd mutuelle, VOUS N'ETES PAS UN NUMERO.

#UNE NOUVELLE SIGNATURE FEDERATRICE.

Une nouvelle signature sous forme d'engagement et qui s'appuie sur l'ancrage mutualiste du groupe. Une signature qui traduit une posture d'écoute attentive mais aussi d'humilité de la marque.

Se comprendre mutuellement

#UNE MARQUE QUI PREND POUR LA 1ère FOIS LA PAROLE EN TV

La campagne TV va débuter le 2 novembre et s'appuiera dans un 1er temps sur un film « Marque » de 30 secondes réalisé par Eli Sverdlov (Production : WNP Studios).

Ce film sera complété par un format court dédié à la « complémentaire santé obligatoire ».

Le parti pris créatif est résolument symbolique et empathique : à travers la représentation d'un monde où les gens ne sont pas considérés comme des formulaires anonymes mais comme de vraies personnes avec leur identité et leurs attentes.

Le plan média est conséquent (plus de 1 200 spots sur l'ensemble de la première vague), tant sur les principales chaînes hertziennes que sur le Cabsat. Le film sera également diffusé sur la Toile (« pre roll »).

Lien Spot TV : http://we.tl/75JHr0OsWh

#UNE PRISE DE PAROLE RENFORCEE PAR DE L'AFFICHAGE, DE LA RADIO ET L'ACTIVATION DU PARTENARIAT AVEC L'ASSE.

• AFFICHAGE

Une campagne d'affichage nationale avec des portraits d'adhérents, tant « Particuliers » que « Professionnels » (6 visuels au total déclinés en Abribus et 4x3).

Lien Affichage : http://we.tl/SJPoX5zZA0

• PRESSE :

Une campagne presse qui reprend les mêmes codes que l'affichage (6 visuels également) avec des « cartouches » qui mettent en avant des offres Produits (comme autant de preuves du discours Marque).

Lien Annonces Presse : http://we.tl/gWdQCTmlux

• RADIO

3 spots radio 30 sec. qui mettent en scène des adhérents et avec une mécanique créative qui permet de cerner leurs attentes en matière d'assurance santé mais aussi leurs personnalités.

Lien : http://we.tl/LjDvnQv6tN

• PARTENARIAT AVEC l'AS SAINT-ETIENNE

Eovi Mcd mutuelle est aujourd'hui partenaire majeur de l'AS Saint-Etienne dans le cadre d'un accord signé pour une durée de 3 saisons sportives. Un partenariat avec le plus apprécié des clubs de football français et avec qui Eovi Mcd mutuelle partage nombre de valeurs (solidarité, esprit d'équipe, engagement, responsabilité sociétale,…).

Ce partenariat sera activé par un certain nombre de prises de parole (notamment en presse et en digital) qui s'inscrivent dans la lignée de la campagne.

#UNE APPROCHE INTEGREE AU SERVICE DE EOVI MCD MUTUELLE.

Fidèle à son modèle d'agence multi disciplinaire intégrée, WNP a mis en place une équipe qui mobilise notamment les « pôles de compétences » suivants : WNP Agency, WNP Cross-Canal, WNP Shopper et WNP Digital.

Cette équipe multidisciplinaire assiste également Eovi Mcd mutuelle en matière de Stratégie de Marque, Communication Corporate, définition de l'éco système Digital, Marketing Opérationnel et Relationnel et Communication points de vente.

WNP
4, PLACE DE L'OPÉRA, 75002 PARIS - TEL 33(0) 1 73 00 16 00- FAX 33(0) 1 73 00 16 39 - hello@wnp.fr

WNP
WHAT'S NEXT PARTNERS

FICHE TECHNIQUE DE LA CAMPAGNE

Eovi Mcd mutuelle :
Directrice Générale : Nathalie DANIZAN
Directrice de la Communication : Marie-Cécile LEBARD
Responsable Communication Externe et Marque : Sandra COLAS
Responsable Communication Commerciale : Marine PEYRAMAURE

WNP :
Président WNP Agency : Eric DELANNOY
Directrice de Création : Christelle RAYNAL
Directrice Artistique : Delphine TABUTIN
Conceptrice Rédactrice : Marion THIERY
Directrice Conseil : Sylvie DURIER
Directrice de Clientèle : Marine DECLAS
TV et Print Producer : Laure ANGRAND

FILM :
Titre : « Les formulaires »
Production : WNP Studios
Réalisateur : Eli SVERDLOV
3D : One More
Durée : 30 secondes
Musique (originale) : Eovi's Bell
Compositeur : Sixième Son

AFFICHES ET PRESSE :
Production : WNP Studios
Photographe : Baudouin

RADIO :
Production : CaleSon
Musique (originale) : Eovi's Bell
Compositeur : Sixième Son

CONTACTS

Contact Eovi Mcd mutuelle : Marie-Cécile LEBARD
(marie-cecile.lebard@eovi-mcd.fr / 01 44 17 35 37)

Contact WNP : Eric DELANNOY
(eric.delannoy@wnp.fr / 01 84 86 21 79)