

Comunicato stampa del 21 marzo 2022

Nuovi colori e una nuova strategia per il Groupe Mutuel

Martigny, 21 marzo 2022. L'assicuratore nazionale, che si posiziona come un attore di riferimento nell'assicurazione sanitaria e previdenziale per i privati e le aziende, sta trasformando la propria immagine. Il nuovo logo sottolinea lo spirito mutualistico del gruppo e adotta i colori ambra e blu navy. A questa nuova identità di marca si associa anche un nuovo posizionamento strategico.

“Non si tratta soltanto di un cambiamento di logo. Questo cambiamento molto più profondo corrisponde all'attuale fase di trasformazione del Groupe Mutuel”, spiega Thomas Boyer, CEO dell'assicuratore. Oltre alla sua immagine, il Groupe Mutuel affina la propria strategia e si concentra ormai sulle due maggiori preoccupazioni della popolazione svizzera: la salute e la previdenza. Con 1,3 milioni di clienti individuali e 27'000 clienti aziendali, questa strategia è rivolta sia al mercato delle assicurazioni private che a quello aziendale.

Una nuova immagine di marca, 27 anni dopo

Il logo rosso e bianco rappresenta il Groupe Mutuel dal 1995. Da oggi, ambra e blu navy saranno i nuovi colori dell'azienda, con un logo semplice e lineare. Questo logo incarna perfettamente i valori del Groupe Mutuel, ne valorizza le radici e rappresenta al contempo un cambiamento. *“Quello che mi piace di più è che sottolinea il nostro lato mutualistico e di assistenza grazie alla linea che accompagna la parola mutuel”,* si entusiasma Thomas Boyer. Oltre al logo, tutti gli elementi che compongono l'identità di marca del Groupe Mutuel, dallo stile fotografico alla carta grafica, saranno ridisegnati e modernizzati. Questo importante cambiamento d'immagine è sostenuto da nuovi valori, implementati già da due anni, e da una nuova direzione strategica dell'azienda.

Più vicini al cliente

Per essere più vicino ai propri clienti, il Groupe Mutuel ha totalmente ristrutturato la sua rete di vendita e le sue agenzie. Un piano di trasformazione è attualmente in corso per tutte le agenzie e nuove agenzie continueranno ad essere aperte da qui alla fine del 2023. *“Con il potenziamento della nostra rete di vendita interna, il miglioramento della nostra rete di agenzie e il consolidamento della nostra gestione clienti, desideriamo essere vicini ai nostri assicurati”,* conferma Thomas Boyer. Questo cambiamento si traduce anche nella volontà di fare tutto il necessario per soddisfare i clienti, sia attraverso i prodotti proposti che attraverso la consulenza fornita. D'altro canto, anche la nuova identità di marca intende essere più vicina alle persone, in particolare con una nuova campagna di comunicazione che sarà visibile dal prossimo 28 marzo. Più naturale, più vicina e più impregnata di emozioni, la nuova campagna racconterà la vita "vera".

Un'implementazione rapida

La nuova immagine di marca è attualmente in una fase di implementazione, che continuerà nelle prossime settimane. Tutto il processo sarà completato entro la fine di giugno e gli assicurati del Groupe Mutuel beneficeranno direttamente della rielaborazione con, per esempio, estratti conto integralmente ridisegnati per facilitarne la lettura. La nuova strategia aziendale sarà attuata gradualmente nei prossimi anni.

Due ambasciatrici rinomate

Nell'ambito del lancio della sua nuova identità di marca, il Groupe Mutuel associa la propria immagine a quella di due ambasciatrici d'eccezione. Belinda Bencic, campionessa olimpica di tennis, e Ajla Del Ponte, campionessa europea di atletica, collaboreranno con il Groupe Mutuel per i prossimi tre anni.

Da molti anni, il Groupe Mutuel sostiene lo sport, in particolare la corsa podistica, per esempio come partner di una quindicina di corse popolari in Svizzera. Questo perché lo sport e la prevenzione svolgono un ruolo importante per la salute. Con i volti di Belinda Bencic e Ajla Del Ponte, *“possiamo contare su due magnifiche personalità per promuovere le proprietà benefiche dello sport e dare impulso ai nuovi colori del Groupe Mutuel”*, afferma Thomas Boyer, CEO del Groupe Mutuel.



Persona di contatto per i media

Loïc Mühlemann, responsabile comunicazione

Tel. 058 758 32 49 - Cellulare 079 797 86 69 - lmuehleemann@groupemutuel.ch

Ritratto del Groupe Mutuel

Con oltre 2700 dipendenti in tutta la Svizzera, il Groupe Mutuel è al servizio di 1,3 milioni di clienti individuali e 27 000 aziende.

Unico assicuratore globale della Svizzera, il Groupe Mutuel si posiziona come partner di riferimento nel campo della salute e della previdenza per i clienti privati e le aziende. Il suo fatturato supera i 5,4 miliardi di franchi. Grazie a soluzioni adeguate ad ogni individuo, nell'assicurazione di base (LAMal) e nell'assicurazione complementare (LCA), figura al terzo posto tra gli assicuratori malattia in Svizzera. Il Groupe Mutuel propone altresì una gamma completa di assicurazioni nell'ambito della previdenza individuale e delle assicurazioni di patrimonio. L'assicuratore basato a Martigny propone alle aziende di tutte le dimensioni soluzioni per la perdita di guadagno in caso di malattia, l'assicurazione contro gli infortuni (LAINF) e la previdenza professionale (LPP). Nel settore dell'assicurazione malattia per le aziende, il Groupe Mutuel è al 5° posto a livello nazionale.