



AÉSIO MUTUELLE

BANQUE - FINANCE -
ASSURANCE

AÉSIO mutuelle est une mutuelle spécialisée dans la protection de personnes. Elle est née en janvier 2021 de la fusion de ses 3 mutuelles fondatrices ADRÉA, APRÉVA et EOVI-MCD. AÉSIO mutuelle accompagne 2,7 millions de Français grâce à son offre globale de protection. Spécialiste de la santé-prévoyance. En tant que 3e mutuelle santé en France et marque du groupe Aéma, 4e acteur de l'assurance, leur ambition est de contribuer à améliorer l'accès aux soins des Français sur l'ensemble du territoire, notamment grâce à leur essence mutualiste et aux valeurs de solidarité, de liberté et de démocratie qu'ils portent haut et fort.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION



L'AGORA
AGORAÉSIO

CONTEXTE
En France, toutes les mutuelles se ressemblent, un peu. Constaté par un cadre législatif quasi-croisé, dans un espace saturé de marques, toutes les mutuelles ont, en fait, le même visage. Et c'est ce constat, et les rétroviseurs arrière extérieurement, qui ont permis à Agora, dans un premier temps et très rapidement, de émerger une jeune marque comme AÉSIO.

IDEE
Visiter son territoire et recréer l'émotion historique à l'origine de l'échange citoyen : l'agora grecque, véritable crû de cœur du monde mutualiste, entre deux autres dimensions de ce monde antique dont les débats portent sur des sujets de société contemporains.

RESULTATS
+30% de portée
+33% de notoriété
+84% de préférence

FILMS 20'' - 30 NUMPERS - 3 BILLBOARD
Les Châlioteurs, Le Pipou, La Divine Idée

CÉSUS - MİKROS - CLÉOPÂTRICE - CISSÉGRATOS - EXTRAMUROS - MALOCHIKOS - VISIOCONFUCIUS - PÉNÉMYOPE - DEUXIÈMEAVIS

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Le marché de la couverture santé est un marché ultra- saturé. Pour créer la préférence de marque et se différencier des concurrents, une stratégie partagée par les différents acteurs apparaît sur le marché : utiliser un concept publicitaire fort et singulier. Les consommateurs font face à une proposition riche en nombre d'acteurs, qui se démultiplie en termes d'offres et de solutions, celles-ci émanant aussi bien d'acteurs mutualistes, d'assureurs et plus récemment des pure-players de l'insurtech. AÉSIO mutuelle est issue d'une fusion de 3 acteurs mutualistes. Une fois la fusion passée, il a été souhaité repositionner le territoire d'expression pour émerger et se démarquer face à la concurrence. L'objectif : faire connaître cette jeune marque et émerger sur un marché ultra concurrentiel.

AOÛT 2022 À MAINTENANT - BUDGET : 1 100 000 €

Ce budget comprend : Production des films, des posts some et des spots radio

AÉSIO

AGORAÉSIO

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

POUR QUI ?

La cible de cette saga est très large de par la diversité des offres que propose AÉSIO mutuelle. La marque s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels, aux étudiants qu'aux familles, mais aussi aux travailleurs indépendants comme aux grandes entreprises. Chaque film interpelle une cible particulière avec ses problématiques et son personnage associé :

- Malo-Chicos qui a des problèmes de dents,
- Pénémyope qui a des problèmes de vue,
- Cléoplatre qui est travailleur non salariée avec les deux bras dans le plâtre,
- Extra Muros qui habite dans un désert médical,
- Cissé Gratos qui n'a pas les moyens,
- Crésus qui lui a les moyens

LES RÉSULTATS

- +20% d'augmentation de la notoriété avec un taux de notoriété au plus haut depuis la création de la marque
- +25% de trafic sur aesio.fr

COMMENT ?

Pour toucher chacune des cibles d'AESIO mutuelle, nous avons créé 10 films différents :

- 1 film généraliste en digital pour présenter de façon globale AÉSIO mutuelle et une version télé pour toucher l'ensemble des cibles.
- 5 formats 22s qui mettent en avant une offre, un service ou présente le rôle d'une mutuelle
- 3 formats 6s qui mettent en avant les offres et services de façon plus courte, adaptés au digital et visant à travailler la répétition
- 1 billboard de 12s diffusé en télé pour la présence à l'esprit de la marque.



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS