



Paris, le 4 novembre 2019

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

#UneVraieMutuelle

La Mutualité Française lance une campagne de communication pour valoriser le rôle majeur des mutuelles dans l'accès aux soins

Dans la continuité de la campagne menée en 2018 « Votre mutuelle est-elle une vraie mutuelle ? », la Mutualité Française reprend la parole dans les médias à compter du 3 novembre prochain.

La campagne 2018 avait interpellé les Français sur la singularité du modèle mutualiste et augmenté leur perception des valeurs et des principes de fonctionnement des « vraies mutuelles ». En 2019, [une nouvelle campagne](#) permet de capitaliser sur la précédente en réintégrant ses messages clés et en présentant les mutuelles comme des acteurs porteurs de solutions, aux côtés des pouvoirs publics pour favoriser l'accès aux soins.

« Il est plus que jamais nécessaire de valoriser l'impact social de nos organismes mutualistes », explique Thierry Beudet, président de la Mutualité Française. « Contrairement à une idée reçue, l'activité des mutuelles ne se limite pas à l'assurance santé. Avec leurs 2 800 services de soins et d'accompagnement, leurs 15 000 professionnels de santé, les mutuelles jouent un rôle majeur dans l'accès aux soins sur les territoires ».

LES ACTIONS DES VRAIES MUTUELLES

Sous l'angle de témoignages de professionnels travaillant dans des structures mutualistes, trois vidéos et trois annonces presse incarnant les actions des vraies mutuelles seront diffusées via un plan média presse et digital du 3 novembre au 15 décembre. Trois professionnels ont été interviewés : un aide-soignant dans un EphaD, une secrétaire médicale dans un centre de santé et la responsable prévention santé d'une mutuelle. Filmés sur leur lieu de travail, au cœur de leur quotidien, ces professionnels racontent leur métier, leur engagement et ce qui les rend fiers de travailler dans une structure mutualiste.

Au-delà de la diffusion médias, avec les hashtags #UneVraieMutuelle et #FiersdêtreMutualistes, les mutuelles pourront évoquer et partager une action de leur groupement qui les rend fiers d'être mutualistes.

UN NOUVEAU LOGO

Cette campagne permet par ailleurs de dévoiler le nouveau logo de la Mutualité Française, en phase avec son nouveau positionnement de marque. Revisitant les codes historiques du logo, il capitalise sur la notoriété installée depuis des décennies. Une refonte en douceur qui inscrit le logo dans une plus grande modernité : des alvéoles adoucies, un rouge vivifié et une typographie plus actuelle.

Comme en 2018, la Mutualité Française est accompagnée par l'Agence BETC.



Une campagne 2018 très bien perçue¹

75 % des personnes interrogées déclarent apprécier la campagne.

74 % des personnes interrogées déclarent préférer une mutuelle pour souscrire à une complémentaire santé.

La campagne a permis d'augmenter de manière significative la perception de ces valeurs auprès des personnes les plus exposées : **+ 14 points** sur la solidarité, **+ 11 points** sur la confiance.

À propos de la Mutualité Française

Présidée par Thierry Beudet, la Mutualité Française fédère la quasi-totalité des mutuelles en France. Elle représente 540 mutuelles dans toute leur diversité : des complémentaires santé qui remboursent les dépenses des patients, mais aussi des établissements hospitaliers, des services dédiés à la petite enfance et des crèches, des centres dentaires, des centres spécialisés en audition et optique, des structures et services tournés vers les personnes en situation de handicap ou les personnes âgées.

Les mutuelles interviennent comme premier financeur des dépenses de santé après la Sécurité sociale. Avec leurs 2 800 services de soins et d'accompagnement, elles jouent un rôle majeur pour l'accès aux soins, dans les territoires, à un tarif maîtrisé. Elles sont aussi le 1^{er} acteur privé de prévention santé avec plus de 8 000 actions déployées chaque année dans toutes les régions.

Plus d'un Français sur deux est protégé par une mutuelle, soit 35 millions de personnes.

Les mutuelles sont des sociétés de personnes à but non lucratif : elles ne versent pas de dividendes et l'intégralité de leurs bénéfices est investie en faveur de leurs adhérents. Régies par le code de la Mutualité, elles ne pratiquent pas la sélection des risques.

Présidées par des militants mutualistes élus, les mutuelles représentent également un mouvement social et démocratique, engagé en faveur de l'accès aux soins du plus grand nombre.



Contact presse

Alexandre TORTEL

06 30 36 45 66

alexandre.tortel@mutualite.fr



Photos de la Mutualité Française
disponibles sur **flickr**

¹ Post-test réalisé auprès d'un échantillon de 500 personnes du 16 au 21 octobre 2018.