

**Harmonie**  
mutuelle

# Harmonie Mutuelle

**Banque – Finance – Assurance**

Harmonie Mutuelle est un acteur majeur de la protection sociale en France, aux côtés du groupe Vyv dont elle est membre fondateur. Sans actionnaires et porté par un modèle de valeurs qui repose sur la proximité, l'optimisme et le lien social, nos actions sont entièrement dédiées à la santé et au bien-être de nos 5 millions de personnes protégées. En 2021, Harmonie Mutuelle adopte le statut d'Entreprise à Mission et s'engage contractuellement à agir positivement sur la santé des individus et de la société. Au quotidien, ce sont 7000 salariés et élus qui agissent au cœur des territoires, en proposant des solutions pensées et adaptées aux besoins des particuliers, des entreprises et des entrepreneurs (complémentaire santé, prévoyance, prévention, épargne retraite...).

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : 4 100 000 000€**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **5 500 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

# Harmonie Mutuelle

## Campagne Éco-santé



### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Dans un contexte de crise majeure du système de santé français – l'un des plus coûteux au monde avec 235,8 milliards d'euros de dépenses en 2022 – et alors que la société se mobilise pour préserver ses ressources dans de nombreux domaines, la santé reste le grand angle mort de cette transition. C'est pourquoi Harmonie Mutuelle, premier acteur de la santé en France, lance un mouvement de transformation majeur autour de trois piliers : agir plus tôt par la prévention, plus vite en facilitant l'accès aux soins, et autrement en faisant des choix éco-responsables en matière de santé. Un mouvement d'intérêt général qui doit mobiliser le grand public, les professionnels de santé et les entreprises. Un mouvement qui a été nommé : l'Éco-santé, et qui agrège un ensemble d'actions concrètes pour changer notre rapport à la santé.

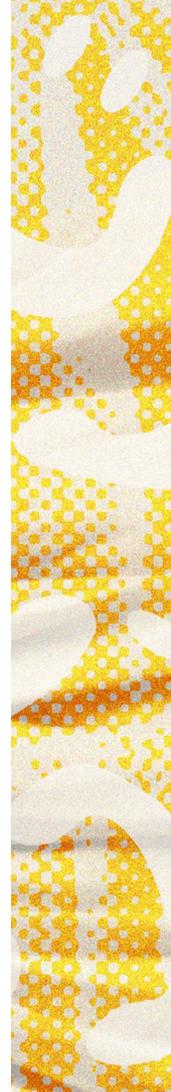
**11-2024 / 12-2024 – BUDGET : 1 340 000€**

Le budget comprend : Production : 450 000 € HT

Média : 890 000 € HT

Ces montants incluent :

- La production et la diffusion du film de lancement.
- Un plan média multicanal visant à maximiser la visibilité et l'impact de la campagne auprès des différentes cibles (presse, affichage, digital, VOL/VOD, RS).
- La production d'une série de contenus pédagogiques avec Brut.



# Harmonie Mutuelle

## Campagne Éco-santé

### POUR QUI ?

Pour réussir pleinement cette transformation, elle doit mobiliser :

- Le grand public, à sensibiliser à l'urgence d'un changement de paradigme.
- Les professionnels de santé, partenaires clés de cette mutation.
- Les entreprises, acteurs majeurs de la prévention.

Pour cela, le dispositif répond à 3 objectifs de communication :

1. Faire comprendre : donner les clés de lecture et éclairer sur la nécessité d'agir pour inscrire le mouvement comme une réponse pérenne aux défis de santé.
2. Faire adhérer : rendre appropriable ces enjeux pour favoriser le passage à l'action.
3. Créer de l'impact : rendre lisible et visible le mouvement pour lui donner corps.

Il prend vie dans une campagne diffusée en presse, affichage, digital et VOL/VOD.

### COMMENT ?

Harmonie Mutuelle déploie une campagne en deux volets. D'une part, dans un partenariat avec Brut, avec une série de contenus pédagogiques sur l'état du système de santé, avec deux épisodes diffusés sur six.

D'autre part, une campagne résolument optimiste et non moralisatrice, incarnée par un film signé Owen Black qui retrace les grandes avancées de la médecine à travers l'histoire. Passant de la Grèce antique au laboratoire de Marie Curie, le film se termine dans le quotidien d'une personne ordinaire qui, en pratiquant simplement la course à pied, participe à la prochaine révolution de la santé.

Ce choix du sport comme action emblématique fait écho à la grande cause nationale 2024 et s'appuie sur l'engagement historique d'Harmonie Mutuelle, qui soutient 500 événements sportifs annuels.

# Harmonie Mutuelle

## Campagne Éco-santé

### LES RÉSULTATS

Lancé en interne le 6 novembre 2024, le mouvement de l'Éco-santé a été accueilli avec enthousiasme, car il s'inscrit dans la démarche historique d'Harmonie Mutuelle en tant qu'entreprise à mission. Cette transformation résonne avec leur raison d'être : « agir sur les facteurs sociaux, environnementaux et économiques qui améliorent la santé des personnes autant que celle de la société et ce, en mobilisant la force des collectifs »

Médiatisée du 8 novembre au 15 décembre 2024, la campagne a rencontré un large succès :

- 178,6 M d'impressions (presse, affichage, digital)
- 7,1 M de vidéos vues à 100 %
- 474 000 clics et 59 900 visites sur la page dédiée
- 97 % de taux de complétion

### UTILISATION DE L'IA GÉNÉRATIVE DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE

L'intelligence artificielle a été utilisée par les équipes créatives pour nourrir la réflexion et la conception du visuel du print de la campagne, ce qui a notamment permis de limiter les coûts de production pour Harmonie Mutuelle.