

Catégorie : Communication Interne

« PARTAGEONS LE SECRET »

PROBLEMATIQUE & CIBLE

Comment fédérer les collaborateurs du Groupe Matmut autour de la nouvelle identité graphique de l'entreprise ?

Le logo et l'identité visuelle Matmut dataient de 2003. Depuis, la société a évolué et les attentes des Français envers leur assureur aussi. À l'occasion de ses 60 ans en 2021, le groupe a formalisé sa Raison d'être. Dans ce contexte, il était naturel que son identité visuelle évolue, afin de refléter ce qu'il est profondément aujourd'hui, mais aussi pour se distinguer de la concurrence et nourrir sa préférence. Aussi, l'essor du digital a bouleversé les usages ainsi que les manières de consommer et de communiquer. Pour autant **il était indispensable de séduire et de fédérer également l'ensemble des collaborateurs du groupe de ce nouveau changement, pas si évident pour tout le monde, surtout quand cela fait 20 ans.** Un ambitieux et très complet dispositif de communication interne a été mis en place (entre mai et octobre 2022) pour les embarquer dans cette [nouvelle identité](#) qui est aussi et surtout la leur !

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET LES ACTIONS MISES EN PLACE

L'exclusivité de la nouvelle identité visuelle pour les collaborateurs

Un travail de plus d'un an a été mené pour donner vie à cette nouvelle identité visuelle. Les collaborateurs (6 500 France entière, dont plus de 2 400 en Normandie, le berceau de l'entreprise) sont les premiers ambassadeurs de la marque, ainsi bien avant la révélation officielle à l'externe (le 19 octobre 2022), **la primeur de l'information leur a été réservée à travers un dispositif en deux temps forts.**

1/Partager le secret de la nouvelle identité graphique

Un dispositif appelé « **Chut ! ça reste un secret** », à partir du 31 mai 2022, a permis aux collaborateurs de découvrir progressivement – en mode teasing - le nouveau logo.

Il était composé d'un **puzzle aimanté**, pensé pour être utile dans le quotidien des collaborateurs, de 7 pièces réparties en 4 pochettes et d'une **mini web série** (voir pièce jointe au dossier) de 4 épisodes vidéo.

Tous les 3 jours, une pochette (*ci-contre*) était déposée sur l'ensemble des bureaux des collaborateurs le soir, pour qu'ils découvrent le lendemain, en même temps que la vidéo, une nouvelle partie du nouveau logo.



Les vidéos, qui faisaient intervenir des personnalités, internes (Direction de la communication...) et externes (agence...) impliquées dans l'élaboration de la nouvelle identité visuelle, étaient disponibles sur l'intranet de l'entreprise (visible donc uniquement par les collaborateurs) ou accessibles via le QR code indiqué sur la pochette.

4 épisodes leur ont ainsi expliqué : **Pourquoi une nouvelle identité ? Comment a-t-elle été construite ? Qu'en disent celles et ceux qui la découvrent ? Et enfin, la révélation à travers un motion design du nouveau logo.**

Entreprise mutualiste, le Groupe Matmut compte 753 délégués, qui représentent les plus de 4 millions de sociétaires. Ils sont un élément important de la vie démocratique de notre mutuelle. Lors de l'Assemblée Générale qui s'est tenue le 11 juin en présence des membres du Conseil d'Administration, l'ensemble des délégués a pu à son tour découvrir cette nouvelle identité.

Ainsi, dès mi-juin 2022, l'ensemble des collaborateurs et des délégués avaient pu avoir connaissance du nouveau logo et donc se l'approprier, avant la révélation à l'externe.

2/Célébrer le lancement officiel de la nouvelle identité graphique

Un goûter géant pour célébrer, ensemble, la révélation de la nouvelle identité

La nouvelle identité graphique a été officialisée **le 19 octobre 2022 lors d'un événement, dans l'après-midi, qui a réuni plus de 800 collaborateurs au siège social de la Matmut à Rouen** en présence de Christophe Bourret, Président du Groupe Matmut et de Nicolas Gomart, Directeur général du Groupe et animé par Anaïs Grangerac. Pour les collaborateurs non présents sur site, la cérémonie a été retransmise en live sur Vimeo et est désormais visible en replay sur l'intranet.

Les personnes présentes ont été dotées de tee-shirts aux 5 couleurs caractéristiques de la nouvelle identité graphique. **Un dispositif de 6 vélos connectés, visant à révéler la nouvelle enseigne du Siège social a été installé. 6 collaborateurs Matmut, qui avaient sélectionnés car particulièrement impliqués, avec leur Direction respective, dans les travaux relatifs à l'incorporation de cette nouvelle identité visuelle, ont pédalé sous les encouragements de leurs collègues et des invités présents, jusqu'à ce que l'enseigne sur le Siège social apparaisse enfin.**

S'en est suivi un **goûter géant** qui a été pensé pour qu'un maximum de collaborateurs puisse participer à cette célébration, dans le respect de leurs obligations professionnelles et personnelles.

Sur place, les collaborateurs pouvaient se prendre en photo grâce à **un photo booth** et un QR code de cette animation visuelle a également été transmis à l'ensemble des collaborateurs.





Des centaines de box ont été partagées par les collaborateurs partout en France.

Pour célébrer collectivement ce moment, **des box « gourmande »** entièrement recyclables avec des produits artisanaux français ont aussi été distribuées dans l'ensemble des sites du groupe, impliquant ainsi les collaborateurs éloignés de Rouen. Des centaines de box ont été



Un ensemble d'éléments a aussi été mis à disposition des collaborateurs :

- **Set bureautique** : un tapis de souris, un calendrier et un stylo 4 couleurs ont été remis à l'ensemble des collaborateurs. Ces éléments sourcés dans une démarche responsable vont permettre aux collaborateurs d'habiller leurs bureaux et de s'approprier au quotidien cette nouvelle identité.
- **Kakémonos et enseignes** : les enseignes des 480 agences conseil Matmut, sur tout le territoire (certaines dès le 19/10), vont être progressivement changées pour faire apparaître le nouveau logo. **Nouveauté, ces enseignes seront désormais dépourvues de tout éclairage ou rétro éclairage, la Matmut participant à l'effort énergétique national via son propre plan de sobriété.**

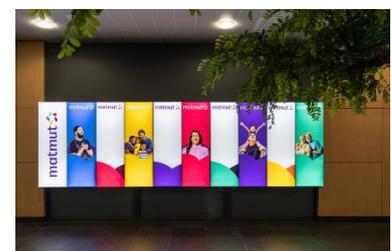


Des kakémonos ont aussi été disposés sur les plateaux des différents sites du groupe (agences, plateformes de relation sociétaire, Siège social, etc.), afin de partager également avec les sociétaires cette nouvelle identité.

- **Kit collaborateur communication** : un ensemble de trames et d'éléments ont été fournis pour que chacun puisse s'approprier la nouvelle identité : signature de mails, trame powerpoint, word, visuels pour personnaliser ses propres réseaux sociaux (visuel de couverture, adapté pour Facebook, LinkedIn, Twitter...), photos d'illustration...



À l'intérieur des locaux, nouvel habillage : notamment sur les portes des ascenseurs du Siège, habillage de la home page de l'intranet Matmut, écrans de veille, écrans digitaux, différents supports de communication (affiches dans les vitrines...)



Et pour la suite... Afin que chaque collaborateur comprenne le sens de ce changement et se l'approprié, des actions de communication supplémentaires sont prévues d'ici la fin de l'année, avec notamment un dossier spécial sur « à quoi sert une marque ? » à paraître dans le prochain numéro du **magazine interne Octave** ainsi que des actualités régulières sur l'intranet entreprise.

Crédit photo : Stéphane Tatinclaux