

MACIF

**BONNE
ROUTE**

*une signature
pour la Macif:*

gagner

pour

partager

GAGNER POUR PARTAGER

Après une étude approfondie, vérifiée par divers tests réalisés auprès de groupes de sociétaires, de non-sociétaires et de salariés, la Macif a choisi de se doter d'un slogan, il s'agit d'un élément d'identification qui vient en complément et en prolongement du logo.

Une entreprise, quelle qu'en soit la nature, a toujours une personnalité qui ne se confond avec nulle autre. Elle est la somme de ses péripéties, des aspirations de ses utilisateurs, de l'ambition collective de ses salariés et du caractère de ses dirigeants.

Quand on choisit d'exprimer cette personnalité, on le fait au travers de quelques éléments simples: un logo, un slogan, un style et un visuel. Et le tout rassemblé compose le trait singulier, c'est-à-dire celui qui différencie une société d'une autre.

Comme dans les visages humains, dont les traits plus ou moins mobiles permettent parfois de déceler le caractère profond des individus, on peut aussi percevoir le dessein d'une entreprise à la façon dont elle se présente.

La Macif, depuis quelques années, a remplacé son ancien logo (la France dans un cercle)



par une nouvelle image plus alerte, plus ouverte et plus moderne représentant son sigle (un point rouge au centre du «C»).

Récemment, elle vient de choisir son

slogan: «Gagner pour partager».

Il n'est pas aisé de résumer en trois mots ce qu'on voudrait dire avec force détails. D'autant moins qu'on a envie de dire beaucoup de choses. Néan-

moins un slogan n'est pas fait pour raconter une histoire, mais pour synthétiser les valeurs essentielles qui gouvernent l'entreprise.

C'est dans la vie de tous les jours qu'on découvre la pertinence d'un slogan. Le mieux que l'on puisse faire au moment de le lancer, c'est de dire ce qu'ont voulu exprimer ceux qui l'ont choisi parmi quelques autres.

Deux idées maîtresses dominent ce qui sera désormais la signature de la Macif:

– **conserver la mutuelle dans le peloton de tête** des meilleures sociétés d'assurances;

– **en faire bénéficier ses sociétaires** et la société en général.

Gagner pour les dirigeants de la Macif, c'est rechercher en permanence la meilleure qualité, c'est-à-dire l'excellence de ses produits et de ses services. C'est aussi conduire l'entreprise vers le succès économique oh! combien nécessaire en ces temps de compétition. C'est, enfin et surtout, travailler à la réussite sociale puisque c'est l'ultime raison d'être d'une mutuelle que d'avoir une grande ambition sociale.

Partager exprime d'ailleurs très bien cette volonté qui est tout simplement celle du mutualisme.

Au-delà de l'intérêt pécuniaire, considéré en termes de tarifs, que peuvent attendre les sociétaires pris individuellement, partager met aussi en valeur des notions plus collectives.

C'est en effet partager, que d'améliorer progressivement les contrats d'assurances en réduisant autant que possible les événements inassurés.

C'est aussi partager, que de constituer un fonds de solidarité pour aider les sociétaires lorsque l'urgence, l'importance ou la détresse d'un cas l'exige.

C'est partager, sans aucun doute, que d'œuvrer en faveur de la prévention des risques (accidents de la route et accidents domestiques) qui sont la cause de 35 000 décès par an.

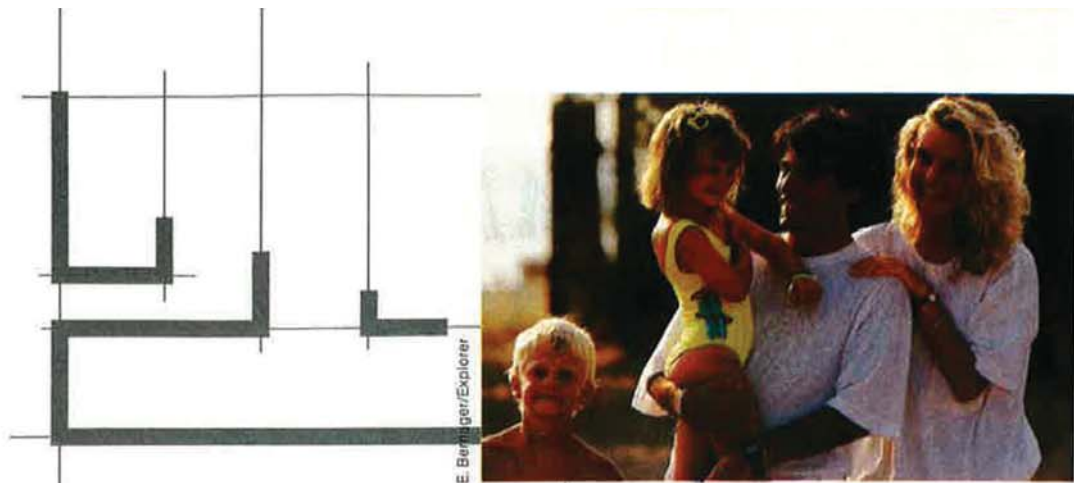
C'est partager, enfin, que d'être solidaire des grandes causes humaines.

Le partage est l'essence même de la mutualité si l'on considère que l'entreprise mutualiste est une propriété collective dotée d'une mission d'intérêt social.

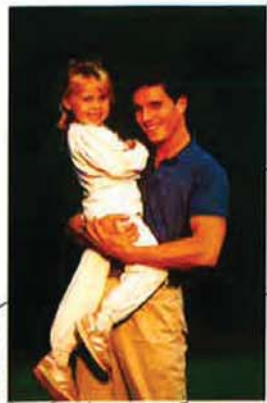
Ainsi, le slogan de la Macif, enraciné dans la tradition mais accroché à la modernité de l'époque actuelle, nous invite à travailler au succès de l'entreprise pour lui permettre de conserver les valeurs de partage et de responsabilité qui fondent le mutualisme.



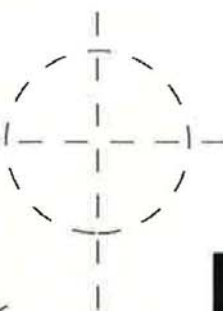
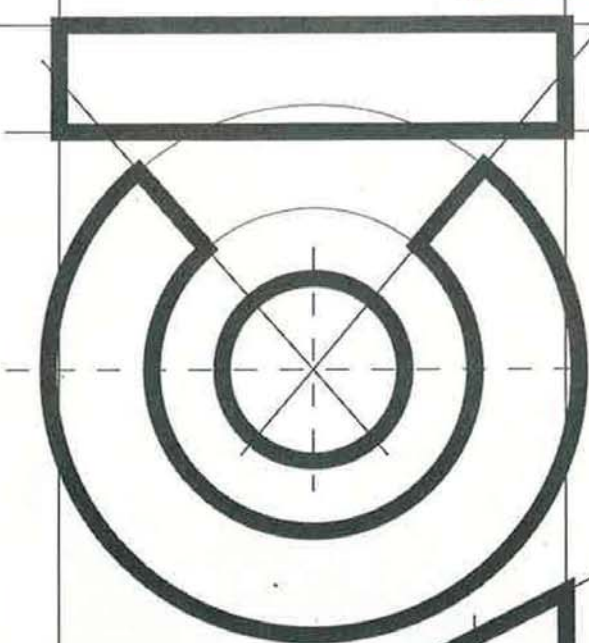
AGER



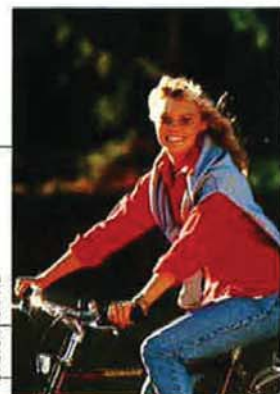
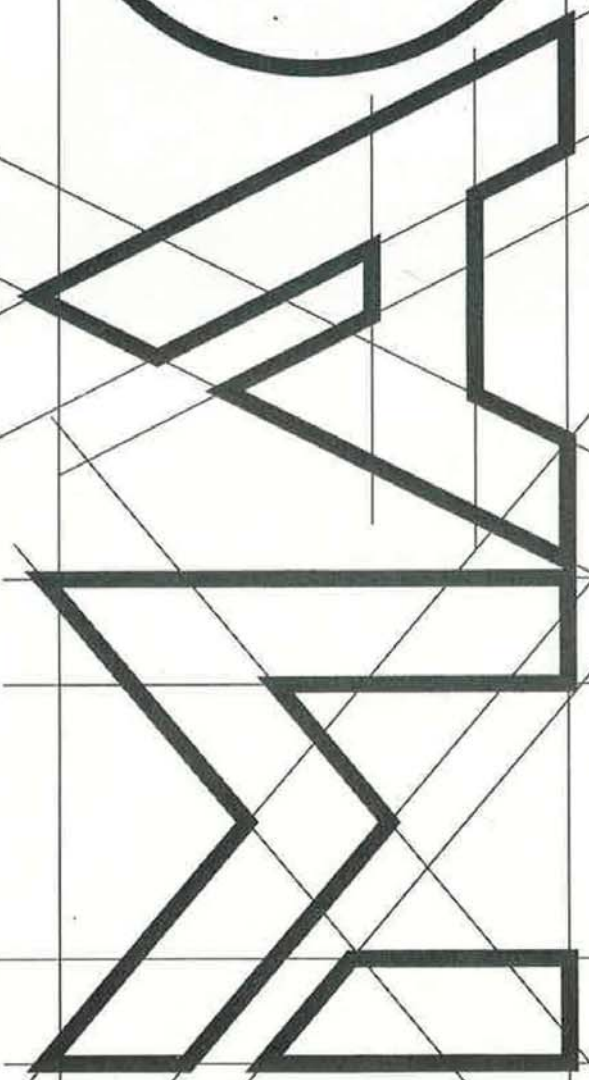
E. Berniger/Explorer



J. Berman/TTB



S.B. Williams/TTB



D. Brownell/TTB



R. Usnich/TTB

