



#MAAFaçonDêtre depuis 70 ans

Avec « La Préférence Client » au cœur de sa stratégie, MAAF entend continuer à se développer demain comme elle l'a fait pendant 70 ans ; c'est-à-dire au service et dans l'intérêt de ses sociétaires. Pour cela, elle s'appuie sur l'intention originelle des fondateurs, véritable façon d'être qui la singularise et guide son action : « *Bâtir un collectif pour que chacun y gagne* ». Pour réaffirmer ce positionnement et incarner les valeurs de sa politique d'impact social, MAAF développe pour sa 70^{ème} année un nouveau mot d'ordre, #MAAFaçonDêtre, et le décline notamment en une série de capsules publicitaires afin d'illustrer des preuves concrètes pour ses assurés.

#MAAFaçonDêtre : une façon d'être plutôt qu'une raison d'être

#MAAFaçonDêtre est le symbole et le marqueur de ce qui singularise la marque dans son essence. Aussi bien à travers ses offres et services que dans sa communication publicitaire, la « Préférence Client » reste, au fil des années, au cœur de l'ambition de MAAF, de ses actions et de ses engagements.

MAAF lance sa nouvelle campagne à partir du 16 mai 2021 dans laquelle seront dévoilés 4 films de 8 secondes chacun qui témoignent de la façon d'être MAAF, et des besoins concrets et quotidiens des assurés. Chaque film illustre des preuves d'engagements de MAAF aussi bien en matière de prévention des risques et d'environnement, que dans ses offres et services.

Cette campagne sera diffusée largement sur les réseaux sociaux et en télévision aux heures de grande écoute sur les chaînes hertziennes et de la TNT.

« Être récompensé pour ma bonne conduite, c'est #MAAFaçonDêtre ! »



#MAAFaçonDêtre

BONUS À VIE
AUTO



Conditions du bonus sur maa.fr

« Être bien accompagné, c'est #MAAFaçonDêtre ! »



« En faire plus pour l'environnement, c'est #MAAFaçonDêtre ! »



« Protéger ma maison, c'est #MAAFaçonDêtre ! »



« La campagne #MAAFaçonDêtre va permettre la mobilisation de l'ensemble des acteurs, aussi bien à l'externe qu'à l'interne. #MAAFaçonDêtre, lancée à l'occasion de l'anniversaire des 70 ans de notre mutuelle pour réaffirmer nos valeurs, va perdurer dans le temps et structurer nos futures communications. » affirme **Marielle Vo-Van Liger, Directrice Marketing et Communication de MAAF.**

#MAAFaçonDêtre illustre les valeurs historiques de MAAF au service de ses clients

Issue du monde des artisans, MAAF est aujourd'hui une mutuelle d'assurance généraliste forte de 3,8 millions de clients, dont près de 800 000 professionnels. Présente dans 521 points de vente sur l'ensemble du territoire, MAAF assure aujourd'hui plus de 4 millions de véhicules.

Année après année, MAAF, assureur mutualiste, est restée fidèle à ses valeurs fondatrices, que sont le pragmatisme, la proximité et l'accessibilité. Elle a su être à l'écoute des besoins de ses clients et attentive aux évolutions de la société.

« En révélant #MAAFaçonDêtre, nous voulons réaffirmer nos valeurs mutualistes et nos engagements auprès de nos clients et nos partenaires. Notre modèle, qui fête ses 70 ans, est basé sur une identité forte et des convictions affirmées. Il répond aux besoins concrets et quotidiens de nos assurés avec des services efficaces et des interlocuteurs attentifs à la situation de chacun. » conclut **Stéphane Duroule, Directeur général de MAAF.**

Agence création : **Agence Aubert & Storch**
Agence média : **KR Wavemaker**
Responsables Annonceur : **Marielle Vo Van-Liger, Eric Madelénat, Solange Bourré**

À propos de MAAF

Marque du groupe Covéa, MAAF est l'un des premiers assureurs généralistes en France. Il propose à ses 3,8 millions de sociétaires et clients des solutions globales en assurances (auto, habitation, risques professionnels mais aussi santé, prévoyance, assurance vie...) et des services à forte valeur ajoutée (assistance, crédits...). Aux côtés des artisans depuis sa création, MAAF compte aujourd'hui plus de 790 000 clients professionnels.

www.maaf.fr

Contact presse

presse@covea.fr