

Nouvelle campagne de communication pour la Vaudoise

Lausanne, 23 janvier 2012 – Après avoir développé et implémenté en 2011 une nouvelle identité visuelle, la Vaudoise lance une campagne de communication au niveau national. Une stratégie qui vise un double objectif: conforter la position de la Vaudoise Assurances en Suisse romande et augmenter la notoriété en Suisse alémanique. Une vaste opération prévue sur toute l'année 2012 et sur tous les canaux de communication.

«Je suis Vaudoise», tel est le concept de cette nouvelle campagne imaginé par l'agence bernoise Contexta. Plutôt que de centrer son discours sur l'entreprise, la Vaudoise met l'accent, avec cette campagne, sur ceux qui lui font confiance, ses clients. Elle valorise les passions, les choix personnels, les destins particuliers, les parcours de vie uniques. Une campagne authentique et émotionnelle qui offre le reflet d'une Suisse résolument innovante et enthousiaste. La Vaudoise poursuit ainsi le travail initié avec le Rebranding et se rapproche des Suisses dans sa communication, afin d'illustrer sa proximité physique dans leur quotidien.

«Cette campagne vient confirmer que le travail fait sur la marque n'était pas uniquement cosmétique; la réflexion de fond menée par la Vaudoise sur ce qu'elle est et la place qu'elle désire occuper s'est d'abord concrétisée par la nouvelle identité visuelle, certes, mais il s'agissait ensuite de matérialiser notre engagement par une communication grand public. C'est désormais chose faite. » indique Philippe Hebeisen, CEO.

Cette nouvelle campagne se traduit sur le plan de la diffusion médias par une stratégie différenciée selon les régions linguistiques réunissant toutefois un large nombre de médias pour chacune d'entre elles. Une nouveauté: le lancement d'une page Facebook de la Vaudoise. Autant de canaux qui doivent permettre à la Vaudoise de maintenir le lien avec ses différents publics, et autant d'occasions de démontrer son dynamisme.

La Vaudoise Assurances soigne également sa présence sur le terrain, notamment avec le remplacement des enseignes de ses 100 agences suite au Rebranding. Au-delà du logo, l'entreprise choisit soigneusement ses supports en collaboration avec la société Westiform et fait le choix d'enseignes 100% Swiss Made disposant d'une technologie économique en consommation d'énergie.

Verte sur le fond comme sur la forme, l'année 2012 s'annonce bel et bien Vaudoise, quel que soit le média sur lequel les Suisses se rendront!

La Vaudoise: un partenaire de proximité depuis plus de 100 ans

La Vaudoise est l'une des dix principales compagnies d'assurances privées du marché suisse. Fondée en 1895, à Lausanne, elle est contrôlée par une société coopérative. Solide financièrement et ne dépendant pas d'investisseurs, elle peut se développer de manière autonome, en toute indépendance, dans une perspective à long terme. Présente à travers un large réseau d'agences, composé de 36 agences générales et de nombreuses agences locales, la Vaudoise veut proposer une alternative aux grands groupes d'assurances. Grâce à sa structure à taille humaine - avec près de 1'200 collaborateurs et une centaine d'apprentis, et des circuits décisionnels courts - elle offre un service de proximité à sa clientèle et des produits de haut niveau dans tous les domaines de l'assurance.

Pour tout complément d'information :

Nathalie Follonier, responsable Relations médias, 021 618 83 60, nfollonier@vaudoise.ch

Emmanuelle Chatenet, responsable MarCom, cheffe du projet Rebranding, 021 618 86 03,

echatenet@vaudoise.ch