

Paris, le 18 février 2025

« Être le point de repère dans la vie de nos clients »

Groupama dévoile sa nouvelle identité de marque

Réaffirmer ses valeurs de proximité et de solidarité, mais aussi un soutien constant à ses clients à chaque étape de leur vie : telle est l'ambition de l'assureur mutualiste Groupama.

La musique, le logo, le rôle de Cerise ont été repensés. Et la notion de point de repère devient un élément incontournable de cette nouvelle identité de marque, omniprésent à l'image et à l'esprit.

Une étape importante dans l'histoire de la marque Groupama qui se décline dans une nouvelle saga publicitaire.

L'identité visuelle et sonore

Le concept de point de repère, à la fois humain, temporel et géographique, a été pensé par Groupama avec l'agence de design Dragon Rouge. Symbole de durabilité et d'ancrage local, il prend vie dans l'univers de la marque sur tous les supports.

Le nouveau logo Groupama, quant à lui, conserve le symbole du village, entouré par un cercle solide, qui représente notre communauté mutualiste d'entraide et de solidarité. La lettre G est également redessinée. Ce logo, plus simple et plus moderne, est souligné par la signature « Toujours là pour moi ».

La nouvelle identité sonore est le fruit d'une collaboration avec Sixième Son. Cette mélodie très mémorable a été élaborée sur-mesure pour Groupama. Elle sera déployée à travers tous les points de contact pour renforcer l'impact de la marque.

**« Dans un monde en constante évolution où les repères se perdent,
Groupama est là pour apporter cette stabilité, cette sécurité.
Nous sommes un point de repère humain et géographique
pour nos clients depuis plus de 125 ans. »**

Sylvain Burel, directeur de la communication de Groupama

Les nouveaux films publicitaires

Sortis le 16 février et conçus par l'agence Marcel (Groupe Publicis), ils reprennent tous les codes de la nouvelle identité visuelle et sonore. Au cœur de cette saga publicitaire, le personnage emblématique de Cerise reprend toute sa place, en mettant en lumière l'engagement de Groupama envers ses assurés : être un soutien constant, quels que soient leurs besoins, leurs projets, leurs tracasseries – aussi bien matériels que personnels.

**« Cette campagne incarne parfaitement notre signature
"Toujours là pour moi", qui reflète notre engagement renouvelé
à accompagner nos assurés à chaque étape de leur vie. »**

Sylvain Burel, directeur de la communication de Groupama

Le personnage de Cerise

Personnage central de la plateforme créative, Cerise réincarne plus que jamais l'esprit de la marque. Son image, plus moderne et distincte, est renforcée pour s'imposer comme un symbole, un « point de repère » qui apporte des réponses ou conseils, et toujours une tranquillité d'esprit aux sociétaires. Qu'il s'agisse de solutions produits (MRH, auto, retraite...) ou d'engagements mutualistes (engagement pour le monde agricole, engagement local des communautés d'entraide, engagement pour la prévention...), Cerise porte avec assurance et conviction la promesse d'être « toujours là pour moi ».

À propos du Groupe Groupama

Depuis plus de 100 ans, le Groupe Groupama, fonde son action sur des valeurs humanistes intemporelles pour permettre au plus grand nombre de construire leur vie en confiance. Il s'appuie sur des communautés d'entraide, humaines, proches, optimistes et responsables. Le Groupe Groupama, l'un des premiers groupes d'assurance mutualistes en France, développe ses activités d'assurance, et de services dans dix pays. Le groupe compte 12 millions de sociétaires et clients et 31 000 collaborateurs à travers le monde, avec un chiffre d'affaires annuel de 17 milliards d'euros.

NEWS ROOM

X

CONTACT PRESSE

**Safia Bouda – 06 02 04 48 63
safia.bouda@groupama.com**