



R E C O M M A N D A T I O N

---

**Harmonie Mutuelle**

Création graphique des contenus digitaux

---

P O M S E T



1

---

Contexte



# Contexte

Un besoin d'homogénéisation et de modernisation des outils digitaux

Depuis 2013, 125 agences ont évolué selon le nouveau concept d'Harmonie Mutuelle :

## Nouveau concept

**1<sup>ère</sup> phase** : Des écrans intérieurs sont installés dans les agences.

**2<sup>ème</sup> phase** : Maintien de l'écran intérieur et ajout d'un écran vitrine.

Associé à un nouveau design des agences ...

... Et au déploiement d'une campagne de communication.

## Cible

Tout public

## Objectifs

Moderniser les contenus graphiques des écrans actuels.

Apporter une cohérence entre les différents écrans et le nouvel intérieur.

Dynamiser les messages.



# Objectifs marketing et communication

## 4 objectifs majeurs



### **Asseoir l'identité de la marque**

Apporter une réelle unité  
entre les contenus  
intérieurs et extérieurs de  
l'agence.



### **Attirer une clientèle potentielle à l'intérieur**

Lisibilité des écrans  
extérieurs, visuels  
percutants, fluidité entre les  
messages.



### **Toucher une cible large**

Interpeller via des formats et  
contenus impactants.  
Entrez en relation pour mieux  
séduire et rediriger vers l'offre  
la mieux adaptée



### **Générer des contrats**

Donner de l'information  
utile, susciter le besoin  
chez un client potentiel.



# Problématique

**Dans une démarche d'unité (nouvelle charte graphique, nouvel agencement des agences), comment faire adhérer le flux de clients potentiels à travers vos outils digitaux ?**



## 2

---

Notre approche



# Notre approche

3 moyens d'acquisition et de fidélisation

## Un choix créatif moderne et esthétique

Correspondant à la charte  
graphique.  
En lien avec le nouvel agencement.  
Appliqué aux différents écrans.

## Des messages qui captent l'attention

Choix de couleurs vives.  
Textes et typographies  
impactants.

## Des mises en situation qui parlent au plus grand nombre

Utilisation de visuels marquants  
alliant émotion  
et vie quotidienne.



1

Instants de vie

2

MapPoint

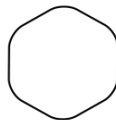


# Notre approche

Une mise en avant d'éléments essentiels pour les deux pistes



**Utilisation de couleurs chaudes**  
dans un souci de respect de la  
charte graphique.



**Jeux autour des alvéoles :**  
dynamise et met en avant  
les messages.



**Mettre en avant des interactions :**  
graphisme impactant qui attire  
l'œil rapidement.





# 3

---

Nos propositions  
**Piste Instant de vie**

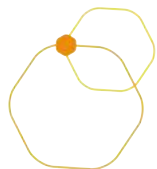


# Piste Instants de vie

## Écrans extérieurs



- **Capitaliser sur les vidéos** dans le but de mettre en avant les messages liés aux services Harmonie Mutuelle. Mise en avant et représentation positive de la marque dans les solutions qu'elle propose et son accompagnement auprès de ses assurés.
- **Utilisation de scènes de vie** : renforcer l'aspect émotionnel et humain de la marque. Les visuels mettent en avant l'accompagnement personnalisé de la marque auprès de ses assurés. Une assurance à l'écoute et aux côtés de ses adhérent quel que soit le besoin.
- **Jouer sur les différents termes** du partage, de la proximité, du bien-être et de l'apprentissage.
- **Éléments iconographiques** au centre du dispositif : toutes générations et CSP confondues.
- **Apporter une cohérence** avec les autres supports de communication : reprise de l'aluéole « soleil » texture papier que nous retrouvons sur les affiches.



# Piste Instants de vie

## Écrans intérieurs – propositions 1 et 2



Notre parti pris sur ces deux pistes est de mettre en avant l'émotion et l'aspect chaleureux à travers l'importance des visuels mais également de jouer sur la taille des textes :

- **reprise des instants de vie** avec une photo en pleine page sur la piste 1 et à l'intérieur de l'alvéole pour la piste 2. Ces visuels évolueront selon le sujet abordé,
- **utilisation de la texture papier** sur l'alvéole orange pour la piste 1 et en fond pour la piste 2 : en lien avec la vidéo et la campagne de communication,
- **le mot « profitez » est ici mis en avant** dans le but d'interpeller.



# Mise en situation





# Gabarits

## PROPOSITION 1



## PROPOSITION 2







# 4

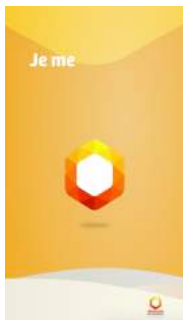
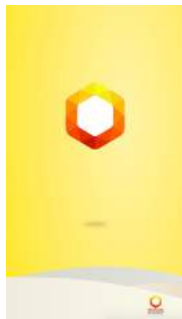
---

Nos propositions  
**Piste MapPoint**



# Piste MapPoint

## Écrans extérieurs



Sur cette piste, l'accent est mis sur les services d'Harmonie Mutuelle : pas de visuel mais uniquement un jeu de typographies et de couleurs qui renforcent le message :

- **choix de texte en mouvement** : apporte une lisibilité, et du dynamisme,
- **logo harmonie et l'ombre** située sous celui-ci forment le symbole « MapPoint » :  
Il sous entend l'expertise de la marque :  
c'est ICI que je me protège / ICI que vous trouverez votre accompagnement personnalisé,
- **utilisation de la texture papier** sur les pictogrammes ainsi que l'univers de fond : en lien avec la vidéo et la campagne de communication.



# Piste MapPoint

## Écrans intérieurs - propositions 1 et 2



- **Reprise du MapPoint** sur la piste 1 pour maintenir la cohérence avec la vidéo et appuyer sur l'expertise de la marque.
- **Choix de pictogrammes** représentant chacun des axes avec un rendu papier découpé.
- **Utilisation de la texture papier** en fond sur la piste 2.
- **Mise en avant d'un visuel** choisi pour appuyer les messages.  
Ici les deux personnes représentent les 3 domaines d'intervention d'Harmonie Mutuelle : optique, audio, dentaire.





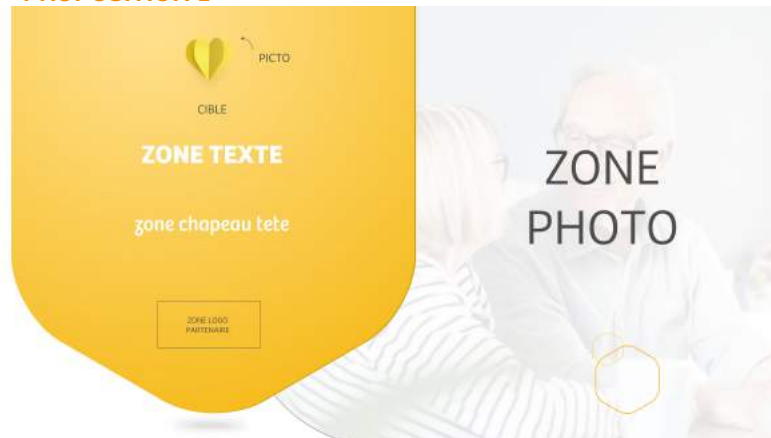
# Mise en situation





# Gabarits

## PROPOSITION 1



## PROPOSITION 2





# 5

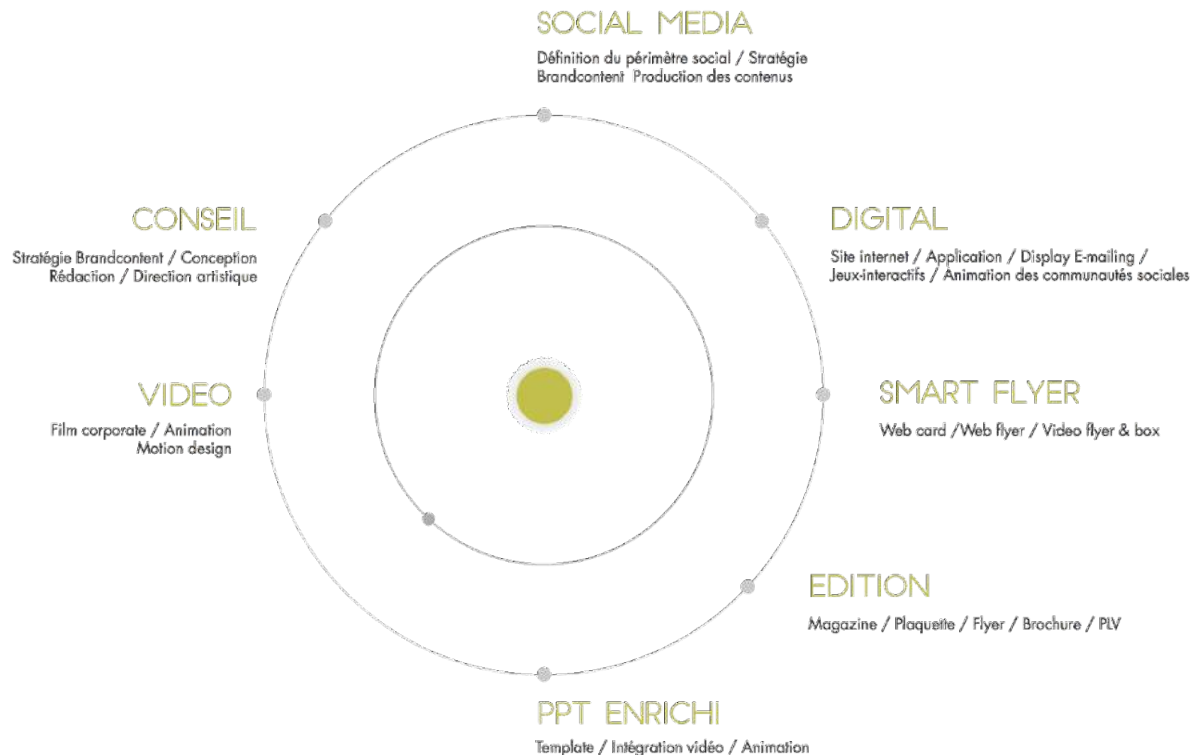
---

L'équipe



# Pomset c'est surtout une agence 360

Capable de répondre à toutes vos problématiques





# Une équipe dédiée agile et réactive

pour répondre à vos attentes



**Sophie Orts-Diep**

Directrice de l'agence

01 47 58 61 14

06 62 69 30 04



**Audrey Barale**

Chef de projet conception

01 47 58 61 11

07 83 89 73 51



**Alice Francillon**

Chef de projet

01 47 58 61 13

07 83 04 23 10



**Mikaël Le Naour**

Directeur Artistique

01 47 58 61 15



6

---

Budget



# Budget

## Conception Graphique dans le respect de la charte graphique et iconographique, et de la campagne publicitaire :

- Recherche graphique
  - Recherche Iconographique
  - Réalisation et création de pictogrammes
  - Proposition de 2 pistes créatives sur 1 écran animé extérieur, 1 écran intérieur fixe, 1 gabarit vide
  - Finalisation de la piste créative sélectionnée
- ..... 4800 €

## Achat d'art :

- Sélection d'un visuel
  - Achat d'un visuel libre de droits  
*tarif de base soumis à évolution selon la demande*
- ..... 150 €

## Gestion de projet :

- Pilotage du projet
  - Suivi et conseil client
  - Encadrement des équipes
  - Relecture et contrôle qualité
- ..... 950 €

**TOTAL : 5 900 € H.T**