

Le visuel de la Mobilière. *Principes
et directives pour un langage visuel
uniforme.*



«Mettre l'accent sur l'émotionnel»
Concept visuel, contenus visuels et style visuel
Remaniement mai 2014

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Table des matières

Le concept: l'image soutient la marque	3
Les contenus visuels: reflets des activités et des valeurs de la Mobilière	4
Le style visuel. Trois principes formels pour soutenir la notoriété	5
Les couleurs	5
La perspective	6
Le décor	7
Utilisation du visuel	8
Les règles d'utilisation du visuel	9
Les aspects juridiques liés à l'utilisation des photos	10
Les exemples de photos	11
Les données techniques	12
Les interlocuteurs	13

Le concept: l'image soutient la marque

«La Mobilière. L'assureur suisse à visage humain.» ou encore «Proche de nos clients» sont des messages clés de la communication de la Mobilière. C'est d'eux que découlent les thèmes principaux de notre iconographie.

L'assureur à visage humain

Les photos qui illustrent ce message montrent des personnes en situation émotionnelle et de partenariat, ainsi que la proximité et la confiance mutuelle qui les unissent.

Proximité

Les photos montrent les gens de près. Ces gens ne sont pas des top-modèles, mais des modèles semi-professionnels, autrement dit des gens «comme vous et moi».

La Mobilière est un assureur

L'iconographie montre les prestations et les produits de la Mobilière, ainsi que les domaines d'activité et les segments dans lesquels elle opère.

Suisse

Les photos sont prises en Suisse, par souci d'authenticité. On renonce toutefois aux stéréotypes (panoramas alpins et autres).

Du point de vue formel, les photos sont caractérisées par une ambiance contemporaine, accentuée par un élément de couleur rouge. Le respect de ces critères formels soutient l'originalité et la cohérence de notre iconographie et la distingue clairement de celle de nos concurrents. La dimension émotionnelle des photos stimule les éléments cognitifs de la perception par l'observateur et soutient ainsi les messages «relation personnelle» et «proximité clients». Une iconographie originale renforce la notoriété visuelle et la mémorabilité de la marque Mobilière.

Les contenus visuels: reflets des activités et des valeurs de la Mobilière

Les visuels reflètent les domaines d'activité de la Mobilière. Ils sont choisis en fonction du segment de clientèle visé, mais aussi de la gamme de produits à illustrer. Le contenu des photos reflète la dimension émotionnelle. Une personne seule interagit avec l'observateur; les personnes en groupe forment un partenariat et interagissent entre elles de manière émotionnelle. Des contacts physiques peuvent être représentés, mais la situation illustrée ne doit pas paraître sexiste. En règle générale, les personnes ont le visage tourné vers l'appareil photo, elles peuvent aussi le regarder directement.

Dans tous les cas où c'est possible, la photo doit représenter des gens. Nous faisons appel à des modèles semi-professionnels pour figurer des assurés, des clients potentiels et même des collaborateurs de la Mobilière. La sphère personnelle ou professionnelle de ces personnes est évoquée sur la photo. Les personnages de la photo sont montrés dans une relation de partenariat et interagissent de manière émotionnelle entre eux ou avec l'observateur. Les valeurs de marque «proximité personnelle» et «partenariat» sont ainsi exprimées visuellement.

Les personnes doivent avoir une apparence soignée, mais sans sophistication. Les modèles correspondent au «Suisse moyen». Ils sont «nature». Les personnages paraissent avenants, sympathiques, joyeux et ils montrent leurs émotions.



Le style visuel. Trois principes formels pour soutenir la notoriété

Les couleurs

Les photos ont un fond clair naturel accentué par un élément de couleur rouge. Elles utilisent des couleurs naturelles non modifiées.

L'ambiance chromatique des photos et les couleurs de l'environnement sont naturelles et contrastées, par exemple le bleu du ciel ou le vert de l'herbe.

Formellement, les photos sont accentuées par un élément de couleur rouge clairement perceptible. Cet élément ne doit pas être créé artificiellement, mais doit ressortir naturellement du décor. Il peut s'agir d'un objet, d'une pièce de mobilier ou d'habillement. La couleur est le rouge Mobilière. Les autres éléments (vêtements et accessoires) peuvent être d'une quelconque couleur, pourvu qu'elle ne concurrence pas la perception du rouge de manière excessive. On choisira par conséquent des couleurs plutôt discrètes. Les couleurs plus intenses sont possibles, à condition qu'elles soient utilisées avec parcimonie et limitées à de petites zones.

Lors du traitement des photos, il faut veiller à ce que l'élément rouge ait la nuance Mobilière (Pantone: 185, RGB: 198/0/53; euronormes: 93% de magenta et 74% de jaune).



La perspective

L'observateur contemple la scène plus ou moins à hauteur d'yeux. Il y est ainsi intégré.

L'environnement et la sphère personnelle sont certes évoqués, mais la photo se concentre sur les personnages, leur expression et leur gestuelle. Elle montre les gens de près. Le fond un peu flou des photos renforce leur caractère authentique.



Le décor

Le visuel montre les personnages dans leur environnement quotidien. Une attention particulière est accordée à l'attitude des modèles: ils ne doivent pas prendre la pose, mais adopter une attitude de la vie de tous les jours. Il est souhaitable que tout ne soit pas parfaitement rangé.

Lors du choix des sites et des décors, il faut veiller à ce qu'il y ait suffisamment de clarté naturelle (p. ex. des fenêtres de grande dimension qui donnent sur la nature, le soleil et le ciel), afin d'assurer une mise en œuvre cohérente, originale et conviviale du concept visuel. Il s'agit avant tout de rechercher l'authenticité. Les endroits naturellement sombres ne doivent pas être éclairés artificiellement. L'élément rouge doit être positionné à proximité du sujet principal. Pour cette raison, il sera plutôt au centre de la photo. Le décor doit souligner les valeurs d'ouverture et d'orientation clientèle de la Mobilière ainsi que la proximité émotionnelle entre la Mobilière et ses clients. Il doit communiquer un sentiment de sympathie et de chaleur.



L'utilisation du visuel

Toutes les photos sont disponibles dans les formats «paysage». Les photos peuvent être recadrées. L'élément rouge peut être taillé, mais il ne doit pas être éliminé. Si l'élément rouge est retaillé, il ne doit en aucun cas être trop petit.



Cadrage correct



Cadrage incorrect

Les règles d'utilisation du visuel

L'utilisation des photos Mobilière est soumise aux règles ci-dessous: le matériel iconographique est destiné en premier lieu à la communication externe. Dans la mesure du possible, ces photos sont aussi utilisées dans la communication interne.

Utilisation des photos sur Internet

- Sur Internet, les photos de la Mobilière s'utilisent essentiellement au format paysage.
- Les photos sont utilisées au premier et au deuxième niveau de navigation. À partir du troisième niveau, les photos non conformes au langage visuel sont également autorisées.

Utilisation des photos dans des publications papier

Exemple d'utilisation du matériel iconographique Mobilière:

- littérature de produit (brochures, prospectus, etc.)
- documents illustrés destinés aux clients (p. ex. Conditions générales)
- informations destinées aux clients (publipostages, cartes-réponses commerciales, etc. – le cas échéant)
- photos prototypiques de sinistres et de sponsoring utilisées dans des publications papier de la Mobilière
- imprimés en tout genre ayant un caractère représentatif pour la Mobilière.

Exceptions

Le langage visuel ne s'applique pas aux publications et photos suivantes:

- rapport de gestion
- revue des clients Mobirama
- à propos, le magazine des collaborateurs
- campagne faïtière nationale (campagnes de croquis de sinistre et de ristourne sur le fonds d'excédents)
- spots TV et publicités pour le cinéma
- photos de sinistres prises sur les lieux du sinistre
- photos de sponsoring prises lors d'événements
- photos en relation avec un contexte déterminé et qui, de ce fait, ne peuvent pas être prises conformément aux règles du concept visuel (p. ex. reportages lors d'événements)
- portraits

Toute dérogation à ces règles doit obtenir l'accord préalable du service CI/CD.

Les aspects juridiques liés à l'utilisation des photos

Les photos enregistrées dans le Publishing Center (Censhare) de la Mobilière sont protégées par des droits d'auteur. Elles peuvent être utilisées sans restriction pour illustrer des publications Internet ou des publications imprimées des sociétés suivantes du Groupe Mobilière:

- Mobilière Suisse Société d'assurances SA
- Mobilière Suisse Société d'assurances sur la vie SA
- Mobilière Suisse Asset Management SA
- Protekta Assurance de protection juridique SA
- Mobi24 Call-Service-Center SA

Toute autre utilisation des photos faisant partie de la photothèque de la Mobilière, notamment pour des sociétés tierces et/ou à des fins privées, est strictement interdite. L'utilisation des photos dans le cadre de mesures organisées en co-branding est soumise à l'approbation du service CI/CD, qui se prononce au cas par cas. Les demandes en ce sens doivent être présentées au service CI/CD suffisamment à l'avance.

Remarque:

les photos qui ne font pas partie du matériel iconographique de la Mobilière sont presque toujours protégées par le droit d'auteur. L'utilisation non autorisée de photos protégées par le droit d'auteur peut avoir des conséquences financières, voire entraîner une action en justice.

Dans tous les cas, la personne qui commande la publication (propriétaire des documents) est tenue d'obtenir elle-même les droits pour les photos qu'elle souhaite utiliser et qui ne font pas partie de la photothèque Mobilière (voir « Règles d'utilisation du visuel »). Elle assume l'entière responsabilité de l'utilisation qui est faite des photos.

Les exemples de photos



Les données techniques

Utilisation du flash

Le flash renforce la lumière naturelle (ou la simule). Attention aux reflets dans des vitrages ou autres objets reflétant. Il est important de veiller à un éclairage naturel.

Résolution

La résolution minimale est de 4000 x 3000 pixels (12 mégapixels). Dans les tons clairs, la valeur RGB maximale est de 240.

Netteté

On utilise une longue profondeur de champ pour le sujet principal. L'arrière-plan peut être flou si cela renforce le caractère émotionnel et authentique des photos.

Orientation

L'appareil photo doit être tenu droit (pas en oblique). Les lignes verticales (sur la photo) doivent être parallèles aux bords de la photo.

Formats de données

Les photos sont fournies sous forme de fichiers tif, 8 bits, en mode colorimétrique Adobe RGB.

Coloris Mobilière

L'élément rouge doit avoir la nuance Mobilière (Pantone n° 185, ce qui correspond aux valeurs 198 / 0 / 53 dans le modèle colorimétrique RGB Adobe ou à 93% de magenta et à 74% de jaune selon les euronormes).

Les interlocuteurs

**Si vous avez des questions ou des suggestions, veuillez vous adresser au service
CI/CD de la Mobilière:**

Reto Hunziker
Téléphone 031 389 65 00
reto.hunziker@mobi.ch

Andrea Schär
Téléphone 031 389 67 03
andrea.schaer1@mobi.ch

Martin Meier
Téléphone 031 389 96 10
martin.meier@mobi.ch

© La Mobilière, mai 2014