



Henner

Here to care

Communiqué de presse
Neuilly-sur-Seine le 6 septembre 2021

Here to care

Henner révèle sa nouvelle plateforme de marque et sa culture de l'engagement

Créé en 1947, le Groupe Henner est le pionnier de la protection sociale collective. Son indépendance et sa culture internationale le positionnent comme **un acteur de référence pour les entreprises* de toutes tailles (TPE, PME, ETI, multinationales...), les professionnels (TNS...) et les particuliers (familles, expatriés, seniors...)**. Il conçoit des solutions standard et sur-mesure, accompagne ses clients en direct ou *via* son réseau de courtiers partenaires et coconstruit ses solutions avec les plus grands noms de l'assurance.

Le Groupe Henner protège 2,1 millions de personnes. Son réseau de soins, constitué de 1,6 million de professionnels de santé répartis dans 196 pays, lui permet d'accompagner ses clients partout dans le monde. Son département médical propose un panel de services visant à développer, au sein des entreprises, des actions de prévention et de qualité de vie au travail.

Ses 1 600 collaborateurs, de 70 nationalités différentes, sont présents dans 20 bureaux dans le monde. Ils répondent 24h/24 et 7j/7 aux besoins de protection des assurés et de leurs familles, où qu'ils vivent.

Les singularités qui définissent et font la force du Groupe Henner devaient être révélées et c'est le sens de la nouvelle plateforme de marque du Groupe Henner. Une plateforme qui s'exprime en une langue (l'anglais) et se résume en 3 mots : ***Here to care*** (que l'on peut traduire en français par « Répondre présent à chaque moment »).

*« Ces trois mots disent beaucoup de notre engagement auprès de nos clients, précise Charles Robinet-Duffo, président-directeur général du Groupe Henner. **Here to care**, qui vient résonner avec le nom d'Henner, évoque notre sens de l'attention et notre état d'esprit à l'égard de nos entreprises partenaires et de leurs équipes. Aux entreprises, nous apportons un conseil sincère et motivé par leur seul intérêt car elles sont notre seule source de rémunération. Ce n'est pas un hasard si 85 % des entreprises du CAC 40 nous font confiance. A nos assurés, nous apportons présence et écoute dans des moments de vérité souvent délicats pour leur santé ou leur bien-être.*

Longtemps, nous avons pensé que la qualité de notre travail suffisait avec une satisfaction clients éloquentes (93 % de clients satisfaits ou très satisfaits et un NPS de + 32**). Aujourd'hui, notre Groupe se doit de prendre la parole pour porter sa vision si originale et si appréciée de la protection sociale. Nous avons un savoir-faire unique et il est important de le faire savoir. »

Cette plateforme de communication, conçue avec l'agence Okó, est aujourd'hui matérialisée par un nouveau site internet proposé en français et en anglais mais aussi par un film de marque et six visuels publicitaires.



Henner

Here to care

« Si notre site présente notamment nos expertises, nos quatre valeurs fondatrices (la présence, la créativité, la bienveillance et l'indépendance) et nos valeurs ajoutées pour nos clients, **notre prise de parole publicitaire s'attache à ne pas parler de nous mais de ce que nous apportons à nos clients et surtout comment nous les servons au quotidien**, ajoute Vanessa Carencio, directrice générale déléguée RH, Juridique, Communication et Services Généraux.

*C'est tout l'ADN d'Henner qui s'exprime : la disponibilité, l'intelligence émotionnelle et le savoir-faire incroyable de nos équipes qui peuvent sur un coup de fil vous orienter vers le médecin spécialiste qu'il vous faut alors que vous êtes au bout du monde. C'est aussi le cas lorsque nous analysons les métiers et le corps social d'une entreprise afin d'élaborer des solutions en protection sociale adaptées à leurs besoins, même les plus spécifiques. **Notre ADN c'est de nous mettre à la place de nos clients (Pdg, DRH...) et de nos assurés. Nous les protégeons comme nous le ferions pour l'un de nos proches.***

Nos visuels publicitaires mettent en scène des images déconstruites comme un mauvais puzzle où les pièces seraient mélangées. C'est une symbolique très forte de notre métier.

Lorsque nos clients ou nos assurés nous appellent, ils sont confrontés à des difficultés qui éparpillent leur vie. Nous intervenons alors pour les rassurer et apporter ce soutien qui éclaire les situations et solutionne les problèmes. »

Cette campagne de communication s'inscrit dans la durée et se déploie dès cette période de rentrée par un dispositif *full digital* en France et à l'international : film diffusé sur des replays d'émissions sur les sites de TF1, LCI et BFM TV, dispositif Google et LinkedIn, campagne display géolocalisée en Europe et campagne affinitaire auprès des courtiers y compris en Asie.

Le Groupe Henner est spécialiste de la protection des personnes. Il n'assure qu'elles et rien d'autre. *Here to care* est un message où présence et créativité, indépendance et bienveillance prennent tout leur sens.

*Plus de 15 000 entreprises clientes

**Enquête annuelle réalisée par la société Moaï en 2020, sur un échantillonnage de 14 500 répondants (affiliés contrats collectifs et individuels).

Contact presse

contactpresse@henner.fr

Vae Solis Communications

medias.henner@vae-solis.com

Tél. +33 1 73 78 28 90



Henner

Here to care

Henner, groupe international et indépendant créé en 1947, développe des solutions innovantes en assurances de personnes, pour les particuliers, les professionnels et les entreprises, au bénéfice de 2,1 millions d'assurés. Il est leader en France sur le marché de l'assurance santé collective et compte 1 600 collaborateurs à Paris et en régions, en Europe, Asie, Afrique et Amérique du Nord. Présent sur tous les segments de l'assurance de personnes (santé, prévoyance, garanties obsèques, retraite et épargne salariale, actionnariat salarié, mobilité internationale, services et réseaux médicaux), le Groupe Henner conseille et accompagne 15 000 entreprises de toutes tailles (TPE, PME, ETI et grands groupes) dans la conception et la gestion de leurs programmes de protection sociale, en France mais aussi à l'international. Il accompagne ses clients en direct ou via son réseau de courtiers partenaires. La diversité sectorielle de ses clients confère au Groupe Henner un point de vue inédit pour comprendre et anticiper les évolutions du marché et ainsi proposer des solutions adaptées aux besoins exprimés. Pour permettre un accès aux soins à ses clients où qu'ils se trouvent, le Groupe a bâti le plus important réseau mondial, en propre, de partenaires de santé (1,6M professionnels dans 196 pays). Il propose également un panel de services visant à développer au sein des entreprises des actions de prévention et de qualité de vie au travail. www.henner.com