

Dossier de presse

# Skandia change d'identité visuelle



nos talents à votre mesure

# Sommaire

<b>Communiqué de presse .....</b>	<b>2</b>
<b>Une nouvelle identité visuelle pour accompagner son développement.....</b>	<b>4</b>
Le vert symbole de l'appartenance à Old Mutual .....	4
Un positionnement institutionnel haut de gamme .....	5
Une marque proche des clients .....	5
La vague, symbole de dynamisme et de modernité .....	6
<b>Pourquoi une nouvelle image de marque ? .....</b>	<b>7</b>

# Communiqué de presse

**Paris, le 23 septembre 2008**

## **A NOUVELLE DIMENSION, NOUVELLE IDENTITE VISUELLE**

Afin d'illustrer son nouveau positionnement et de renforcer son appartenance au groupe de services financiers Old Mutual, Skandia a élaboré une nouvelle identité visuelle. La marque Skandia se dote ainsi d'un nouveau logo, de nouveaux visuels et passe aux couleurs de son actionnaire.

La nouvelle image de Skandia sera présentée aux Conseillers en Gestion de Patrimoine indépendants lors du salon Patrimonia sur le stand n°C36.

### **Le vert, symbole de l'appartenance au groupe Old Mutual**

Depuis 2006, Old Mutual est actionnaire à 100% de Skandia. Groupe de services financiers international, 7<sup>ème</sup> assureur européen<sup>1</sup>, Old Mutual est un groupe solide et en forte croissance. Le groupe Skandia a ainsi choisi d'utiliser le vert comme couleur institutionnelle afin de marquer son appartenance à Old Mutual.

Le nouveau logo, plus moderne, conforte l'ambition de Skandia de devenir un leader de la gestion patrimoniale en Europe et vient renforcer cette dimension internationale.

### **Une communication proche des clients**

Un des points forts de Skandia est son équipe et son sens du client.

En effet, toute l'équipe entretient une réelle proximité avec ses partenaires conseillers en gestion de patrimoine indépendants et fait de leur satisfaction une priorité.

De même, elle attache une grande importance à proposer des solutions qui répondent aux besoins des clients patrimoniaux.

C'est pourquoi, Skandia a souhaité afficher cet engagement et cette exigence de qualité en mettant en scène ses clients dans ses visuels.

### **La vague, symbole de dynamisme et de modernité**

Afin de souligner sa forte capacité d'adaptation, Skandia conserve l'utilisation de vagues dans ses communications. Les photographies sont utilisées sous forme de vagues et peuvent être agrémentées d'une petite vague colorée afin de permettre de distinguer les différentes solutions (grise pour les produits, verte claire pour les services).

Cette nouvelle image sera déclinée sur l'ensemble des supports de communication de Skandia.

---

<sup>1</sup> En terme d'actifs sous gestion

## **A propos de Skandia :**

*Skandia est concepteur de produits d'assurance vie, sélectionneur de fonds et créateur d'outils marketing à destination de ses partenaires distributeurs, les conseillers en Gestion de Patrimoine indépendants.*

*Skandia est membre du groupe de services financiers Old Mutual, 7<sup>ème</sup> assureur européen, présent dans 40 pays et comptant 55000 collaborateurs.*

*Dotée d'une offre multisupports et multigestionnaires, Skandia France a obtenu de nombreux prix récompensant sa performance et la qualité de ses contrats :*

*- **Prix 2008** : Pyramide d'or d'Investissements Conseils dans la catégorie Sélection des CGPI, Label d'excellence, Médaille d'Or des Dossiers de l'Épargne, Trophée de bronze de l'assurance vie catégorie Multisupports offensifs du Revenu pour Skandia Archipel*

*- **Prix 2007** : Label d'excellence, Médaille d'Or des Dossiers de l'Épargne, Trophée de bronze de l'assurance vie catégorie Multisupports offensifs du Revenu, Pyramide d'argent d'Investissements Conseils dans la catégorie Prix des CGPI pour Skandia Archipel.*

*Label d'excellence, Médaille d'Or des Dossiers de l'Épargne, Grand Prix Spécial de l'innovation pour Skandia EkitÉ.*

*Prix Spécial du jury, Actifs de l'innovation de l'Agefi Actifs pour Skandia Archipel PEP.*

Emis par Skandia

Informations et contact :

Virginie Barboux, 01 47 96 67 14, [virginie.barboux@skandia.fr](mailto:virginie.barboux@skandia.fr)

# Une nouvelle identité visuelle pour accompagner son développement

Afin d'illustrer son nouveau positionnement et de renforcer son appartenance au groupe de services financiers Old Mutual, Skandia a élaboré une nouvelle identité visuelle. La marque Skandia se dote ainsi d'un nouveau logo, d'une nouvelle charte graphique et passe aux couleurs de son actionnaire.

La nouvelle identité visuelle de Skandia sera présentée aux Conseillers en Gestion de Patrimoine indépendants lors du salon Patrimonia, à Lyon, sur le stand n°C36 et sera déclinée sur l'ensemble des supports de communication de la société (site web, plaquettes...)

Autour de la marque s'articulent donc des signaux forts : l'appartenance à un groupe solide et pérenne, l'importance du clients et une large capacité de développement de la structure en France.

## Le vert symbole de l'appartenance à Old Mutual

Depuis 2006, Old Mutual est actionnaire à 100% de Skandia.

Groupe de services financiers international, 7<sup>ème</sup> assureur européen, Old Mutual est un groupe solide et prospère.

Le groupe Skandia a ainsi choisi d'utiliser le vert comme couleur institutionnelle afin de marquer son appartenance à Old Mutual et le soutien qu'il lui apporte.

Le nouveau logo, plus moderne, conforte l'ambition de Skandia de devenir un leader de la gestion patrimoniale en Europe et vient renforcer cette dimension internationale.

**skandia** ●●

De même, sur chaque documentation, l'appartenance à Old Mutual sera affichée au travers d'un logo explicite.

---

Membre du Groupe  **OLD MUTUAL**

## Un positionnement institutionnel haut de gamme

Skandia a choisi d'affirmer ses convictions fondées sur l'innovation et l'excellence à travers un visuel contemporain, épuré et haut de gamme. La diversité des solutions d'épargne et d'investissement proposées par Skandia est symbolisée par les « bâtons colorés ». A travers ce visuel, Skandia conforte son business model original en architecture ouverte.



## Une marque proche des clients

Un des principaux points forts de Skandia est son équipe et son sens du client. En effet, toute l'équipe entretient une réelle proximité avec ses partenaires conseillers en gestion de patrimoine indépendants et fait de leur satisfaction une priorité. De même, elle attache une grande importance à proposer des solutions qui répondent aux besoins des clients patrimoniaux. C'est pourquoi, Skandia a souhaité afficher cet engagement et cette exigence de qualité en mettant en scène ses clients dans ses communications produits. Ces nouveaux visuels centrés sur l'humain remplacent la thématique de l'art utilisée jusqu'ici.



La volonté de Skandia, à travers cette nouvelle identité est que ses clients, tant les partenaires Conseillers en Gestion de Patrimoine indépendants de Skandia que les clients finaux patrimoniaux, se reconnaissent dans l'offre Skandia.

## La vague, symbole de dynamisme et de modernité

Afin de souligner sa forte capacité d'adaptation, Skandia avait défini dans sa précédente charte graphique l'utilisation de vagues dans ses communications. La nouvelle identité en conserve l'utilisation. Les photographies sont agrémentées d'une petite vague colorée afin de permettre de distinguer les différentes solutions (grise pour les produits, verte claire pour les services).

# Pourquoi une nouvelle image de marque ?

6 ans après son lancement sur le marché français, Skandia peut se prévaloir d'une forte renommée auprès des CGPI avec plus de 1 000 partenariats conclus, d'une image de marque forte et visible auprès de ses partenaires. La qualité apportée par les équipes aux produits et aux services est largement reconnue. Les facultés d'adaptation et d'innovation de Skandia pour répondre aux attentes des clients ont souvent été soulignées par les partenaires et les spécialistes du secteur.

Pour atteindre son ambition de devenir leader sur le marché de la gestion de patrimoine, Skandia avait également besoin d'une marque forte. C'est pourquoi, elle a créé une nouvelle identité visuelle :

- Un nouveau logo, plus moderne et dynamique, aux couleurs de son actionnaire
- Des visuels plus humains, haut de gamme mais simples, au sein desquels les clients se reconnaîtront.

Cette nouvelle identité visuelle de Skandia résulte de sa volonté d'afficher une marque d'excellence, représentative des valeurs qu'elle souhaite véhiculer : l'innovation, l'expertise et le savoir-faire d'une équipe à la fois passionnée et portée par des valeurs fortes de qualité et de services aux clients.

Au travers de cette nouvelle identité visuelle, Skandia avait donc pour objectif :

- De renforcer son appartenance au groupe Old Mutual et d'asseoir sa pérennité sur le marché français

Depuis 2006, Skandia est membre du groupe Old Mutual, groupe de services financiers britannique, présent à travers le monde dans les secteurs de la gestion d'actifs, de la banque et de l'assurance-vie.

7ème assureur européen en terme d'actifs sous gestion, Old Mutual compte 55 000 employés et est présent dans 40 pays.

- D'affirmer son nouveau positionnement :

En 2008, grâce au soutien de son actionnaire Old Mutual, Skandia a franchi une nouvelle étape de son développement et a pris une nouvelle dimension en France :

- Elargissement de la gamme produits avec le lancement de son offre bancaire Skandia Liberté, de son propre fonds en euros Skandia Euro Select, et de son fonds mutigérants de conviction Skandia European Best Ideas,
- Lancement de Skandia Link, société unique en Europe du Sud, regroupant les marchés français, espagnol et portugais
- Installation dans de nouveaux locaux de 2800 m<sup>2</sup> pour maintenir sa qualité de services