

Communiqué de presse

«Happy End – sur la piste du bonheur»: le pavillon de la Zurich à Expo.02

«Zurich» Compagnie
d'Assurances
«Zurich» Compagnie
d'Assurances sur la Vie

Zurich Suisse
Communication d'entreprise
Service médias
Case postale
CH-8085 Zurich

Visiteurs:
Talackerstrasse 1
8152 Opfikon-Glattbrugg

Téléphone 01 628 28 28
<http://www.zurich.ch>

Tél. direct 01 628 65 65
Fax direct 01 628 57 68
media.info@zurich.ch

Un éveil à sa propre existence au sein du pavillon rouge

Bienne, le 4 mai 2002 – «Happy End – sur la piste du bonheur». Dans le pavillon de la Zurich à Expo.02, le visiteur découvre, de façon surprenante et sensorielle, les possibilités et les moments de bonheur que lui réserve la vie. La Zurich profite de son engagement à l'Expo et de son pavillon pour rencontrer dans un cadre exceptionnel non seulement ses clients et ses partenaires, mais également les habitantes et les habitants de la Suisse.

Qui n'aspire pas au bonheur? Mais quels en sont les ingrédients? Et où se cache-t-il? La quête du bonheur n'est somme toute rien d'autre qu'un éveil à sa propre existence. Une existence qui nous réserve d'ailleurs d'innombrables moments de bonheur... si on sait les reconnaître. Le bonheur en effet ne vient pas seul.

Dans le pavillon de la Zurich «Happy End – sur la piste du bonheur», qui se trouve sur l'artepalge de Bienne, les visiteuses et les visiteurs partent à la recherche de leur sens du bonheur. Ils suivent un chemin prédéfini à travers sept espaces de découverte dont la mise en scène est pour le moins étonnante. Chaque salle aborde un thème inspiré de la vie et contient un message de bonheur que le pavillon rassemble dans le «puzzle de la vie». De fait, l'architecture et la mise en scène s'entrecroisent et se soutiennent: le cube rouge éclatant, fragmenté symbolise les ruptures et virages qui caractérisent l'existence sur terre. Pour quitter le pavillon et réintégrer le quotidien, les visiteurs doivent effectuer une glissade sur un gigantesque toboggan, long de 20 mètres, qui ne passe pas inaperçu. Le pavillon de la Zurich a été réalisé par la Triad Berlin Projektgesellschaft, une équipe interdisciplinaire constituée d'architectes, de designers, d'auteurs et d'artistes.

La quête du bonheur est étroitement liée à l'activité principale de la Zurich. Dans les domaines de la couverture de risques, de la prévoyance et des placements, la Zurich offre des solutions globales et crée de la valeur ajoutée, conformément aux besoins de ses clients.

Pourquoi la Zurich a-t-elle décidé de s'engager dans le projet Expo.02

La Zurich est convaincue du succès d'Expo.02, un événement unique, qui n'a lieu qu'une fois par génération et dont les répercussions se feront ressentir, pendant longtemps, au-delà des frontières du pays. Avec son pavillon, la Zurich se positionne en tant qu'entreprise novatrice, qui s'engage et soutient la Suisse, pays avec lequel son histoire se confond depuis plus de 125 ans.

La Zurich s'engage de diverses façons. Tant dans le pavillon que dans la ville de Bienne, les infrastructures nécessaires ont été créées afin de recevoir les clients et les partenaires dans un environnement à la fois surprenant et fascinant, de manière à rendre leur visite de l'Expo inoubliable. Afin de pouvoir traiter le thème du bonheur au mieux, la Zurich a mis sur pied un site internet spécial www.happyend.ch. L'étude sur le bonheur qu'elle a lancée devrait d'ailleurs donner matière à réflexion: elle montrera dans quelle mesure les Suisses sont heureux et ce qui les rend heureux. Les résultats seront présentés à la fin du mois de mai. Une campagne publicitaire déjà lancée ainsi que la «Garderie Biel/Bienne» viennent encore compléter l'engagement de la Zurich. La Zurich est d'ores et déjà persuadée que sa participation à Expo.02 restera un événement mémorable.

Expo.02 à propos de l'engagement de la Zurich

Une exposition et une fête pour toute la Suisse: voilà ce qu'est Expo.02. À travers des images fortes et marquantes, elle parle de ce qui touche les gens dans ce pays. C'est la vie proprement dite, avec ses joies et ses peines, ses hauts et ses bas, ses événements prévisibles et ses hasards, qui en est l'élément central. Impensable de ne pas inclure le bonheur dans ce tableau. Le bonheur qui accepte qu'on le cherche, mais refuse qu'on le force; le bonheur qui se niche aussi bien dans les souvenirs et les objets que dans un sourire qui nous est devenu plus cher que tout autre.

Martin Heller, directeur artistique Expo.02

Pour de plus amples informations:

Service Médias Zurich Suisse, Daniel Fleuti, téléphone 01 628 66 88, fax 01 628 57 68, e-mail media.info@zurich.ch, internet: www.happyend.ch et www.zurich.ch/expo

La **Zurich Suisse** est chargée des activités suisses du groupe Zurich Financial Services. Quelque 1,5 million de clients bénéficient de ses prestations de service dans le cadre de ses trois métiers de base: l'assurance non-vie, l'assurance vie et la gestion de fonds et de patrimoine. En 2001, le secteur des affaires suisses du groupe, qui compte environ 7000 collaboratrices et collaborateurs, a enregistré des primes brutes, accessoires de primes et dépôts à caractère de placements s'élevant à près de 7,2 milliards de francs. La Zurich Suisse se présente sur le marché sous les noms de Zurich, Zuritel (affaires Affinity-Group et Worksite), Zurich Invest Banque, Alpina et Genevoise. Elle est le deuxième assureur non-vie et le troisième assureur vie en Suisse. La Zurich se profile sur le marché par sa stratégie Care: elle offre à ses clientes et clients une plus-value réelle sous la forme de solutions avantageuses et de prestations supplémentaires attrayantes.