

Communiqué de presse

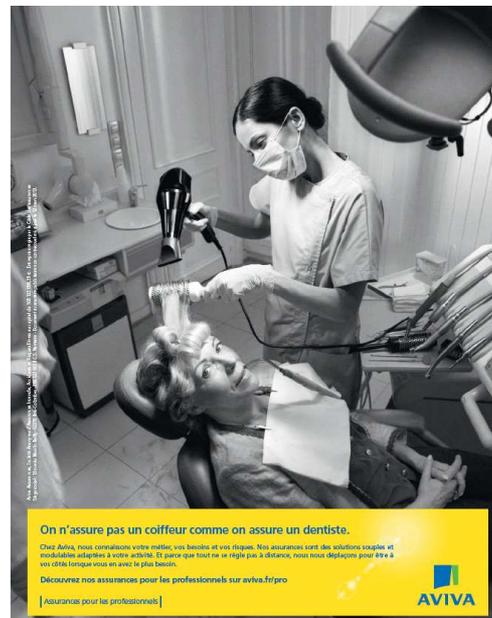
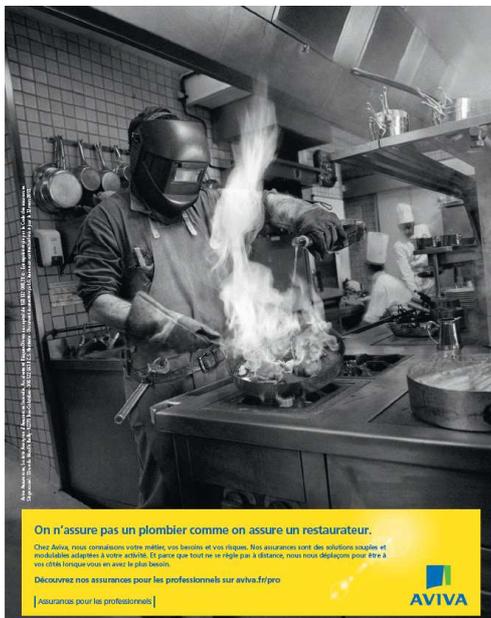
Bois-Colombes, le mardi 26 mars 2013

AVIVA A LA CONQUETE DES PROS

Aviva France, acteur majeur de l'assurance vie et de l'épargne à long terme, de la gestion d'actifs et de l'assurance dommages, fait son retour dans le paysage médiatique français avec une nouvelle campagne de publicité à destination des Professionnels.

Cette campagne, signée de son agence CLM BBDO, vise à initier un changement de perception afin que les Professionnels appréhendent Aviva comme une marque différenciante, et experte qui comprend leurs particularités et répond à leurs besoins spécifiques.

Françoise Lamotte, directrice marketing & communication d'Aviva France : « *L'objectif était de produire une campagne impactante, à la fois capable de démontrer l'expertise d'Aviva et de créer de la proximité entre nos réseaux de distribution et les Professionnels. L'idée de la campagne est née du constat que chaque profession a ses caractéristiques et que les besoins sont différents. Or, être expert de l'assurance, c'est être capable de s'adapter à chaque pro en fonction de ses spécificités : « On n'assure pas un boucher comme on assure un fleuriste ». Nous sommes fiers de cette campagne qui renforce l'engagement d'Aviva envers ses clients Pros. »*



A gauche : « On n'assure pas un plombier comme on assure un restaurateur ».

A droite : « On n'assure pas un coiffeur comme on assure un dentiste ».

Le dispositif de la campagne en France

La campagne, exclusivement française, a débuté le 25 mars et se décline ainsi :

- Parution dans près de 60 titres de la Presse Quotidienne Régionale, Magazine, Economique, Professionnelle, pendant 4 semaines ;
- Europe1, RTL, RMC, Radio Classique, Chérie FM, Nostalgie... Près de 80 messages par jour pendant 12 jours, ainsi que les maillages de Radios locales, avec plus de 100 stations ;
- Web : Pendant 3 semaines, le site aviva.fr et la page Facebook Aviva France se mettent aux couleurs des Pros. Par ailleurs, des bannières spécifiques s'afficheront sur les pages d'accueil des sites très visités tels que Orange Pro, Web 66 (groupe de presse régionale qui rassemble l'ensemble des sites Internet des journaux de presse régionale et quotidienne).

La cible :

- Artisans, commerçants
- Professions médicales et paramédicales
- Pros du BTP
- Pros de l'auto (garagistes, carrossiers...)
- Professions libérales / TNS (architectes, avocats, comptables)
- TPE (< 5 salariés), surtout prestation de services

Le défi est d'imposer Aviva sur le marché ultra concurrentiel de l'assurance pour les professionnels, alors que la marque est aujourd'hui un challenger qui doit gagner en visibilité. C'est avant tout une campagne décalée, surprenante, humaine et moderne qui rompt avec les codes du marché, permettant à Aviva de se démarquer de ses concurrents.

Le concept créatif : Aviva et CLM BBDO ont fait le choix de s'adresser aux Professionnels, en mettant en scène différents métiers de façon humoristique. Il s'agit de créer des situations professionnelles incongrues en mélangeant deux métiers aux besoins et aux risques très différents (par exemple un boucher avec un fleuriste, un dentiste avec un coiffeur en presse, un plombier avec un médecin en radio...)

En presse comme en radio, ce mélange des professions provoque un décalage immédiat, qui parle à chaque professionnel.

Visuels et spots disponibles sur le site de la campagne www.aviva-a-rendez-vous-en-terre-pro.fr

Contacts presse :

Karim Mokrane – Aviva France

Tel : 01 76 62 76 85 – Courriel : karim_mokrane@aviva.fr

Lauren Weber – CLM BBDO

Tel : 01 41 23 41 55 / 06 73 47 45 44 – Courriel : weberl@clm.bbdo.fr

A propos d'Aviva

Avec plus de 180 ans d'expérience en France, Aviva filiale du plus important assureur au Royaume-Uni et l'un des premiers assureurs vie et dommages en Europe, offre une gamme complète de produits à 3 millions de clients, particuliers, artisans commerçants, professions libérales et petites et moyennes entreprises. La compagnie se distingue par un modèle solide et rentable de multidistribution (agents généraux, courtiers, conseillers vie, conseillers en gestion de patrimoine UFF). Aviva France compte également des partenaires tels que l'AFER, première association d'épargnants de France, le Groupe Crédit du Nord. Aviva emploie directement plus de 4700 collaborateurs. Au 31 décembre 2011, il a enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 6,1 milliards d'€ et un résultat opérationnel IFRS avant impôt de 543 millions d'€. La société gérait 79,7 milliards d'€ d'actifs au 31 décembre 2011. Pour plus d'information sur Aviva France, consulter <http://www.aviva.fr/assurances/assureur-aviva/aviva-presse> et sur Twitter : @AvivaFrance