

Donner des ailes à votre avenir » : la campagne de marque d'Abeille Assurances reprend son vol et débarque sur Netflix

Bois Colombes, le 21 février 2023

Après une première campagne de marque particulièrement réussie en 2022, Abeille Assurances, compagnie majeure de l'assurance en France revient en télévision à compter du 20 Février puis dans un second temps en affichage et en digital.

Un solide dispositif publicitaire a été imaginé pour renforcer la relation de confiance avec le grand public mais également la clientèle professionnelle et continuer ainsi d'accroître la notoriété de la marque qui a opéré sa renaissance en 2021 sur le marché français de l'assurance.

Cette nouvelle campagne publicitaire entend s'inscrire dans la dynamique de la précédente vague qui a eu lieu d'octobre à décembre 2022. Cette dernière a généré près de 1,3 milliard de contacts. Avec à la clé, une spectaculaire progression de 15,4 points en notoriété globale sur la marque Abeille Assurances à fin décembre 2022, soit la plus forte augmentation du secteur de l'assurance.

➤ Une nouvelle campagne qui entend véhiculer des messages d'optimisme, de responsabilité et de proximité

Cette deuxième campagne publicitaire reprend le positionnement et les messages déclinés en 2022. Avec la signature « Donner des ailes à votre avenir », Abeille Assurances affiche sa volonté de mettre en avant ses valeurs d'optimisme, de responsabilité et de proximité qu'elle entend incarner grâce à son ancrage territorial, en particulier à travers son réseau de 1000 agents généraux implantés partout en France.

Le dispositif demeure multicanal tout en évoluant pour concentrer les actions sur les écrans de télévision, le digital et les panneaux d'affichage numériques situés près des gares, stations de métro, grands magasins, et autres lieux extérieurs fréquentés. Le mécanisme prévu s'articule de la manière suivante :

- A la télévision et sur l'abonnement « Essentiel » de Netflix avec des déclinaisons de 20 et 30 secondes de son spot TV entre **le lundi 20 février et le dimanche 12 mars**
- En affichage numérique (gares, métros, extérieurs et grands magasins) **du 18 mars au 23 avril**
- Une campagne digitale toute l'année à compter du **lundi 20 février**



La grande nouveauté de ce dispositif réside notamment dans la diffusion des spots publicitaires d'Abeille Assurances aux abonnés du forfait Essentiel avec publicité de Netflix. Pour Abeille Assurances, c'est l'opportunité de pouvoir toucher une audience qui fréquente moins les chaînes de télévision traditionnelles.

La marque compte également faire entendre sa voix avec notamment des visuels publicitaires pour l'affichage plus spécialement axés sur la préparation de la retraite, au moment où le projet de Loi portant sur la réforme des retraites poursuit sa navette parlementaire jusqu'au 26 mars prochain.

➤ Capitaliser sur le succès d'une première campagne convaincante

L'objectif de cette nouvelle campagne est de capitaliser sur la dynamique de la précédente vague. En générant près de 1,3 milliard de contacts, la notoriété globale à fin décembre 2022 d'Abeille Assurances a bondi de 15,4 points, soit la plus forte augmentation du secteur de l'assurance. Autre réussite enregistrée : 8 points gagnés par l'image de marque fortement associée aux items de réputation, confiance et proximité.

Plusieurs enseignements positifs ont été également relevés à la suite d'une enquête réalisée par l'agence d'étude des comportements Iligo, du 18 novembre au 2 décembre 2022, à laquelle 800 Français âgés de 35 à 59 ans ont répondu. 81% des répondants déclarent qu'ils recommanderaient Abeille Assurances à un ami ou un collègue. Le film publicitaire a été par ailleurs apprécié par 83% des répondants et l'ensemble des créations publicitaires par 78% des répondants. Une large majorité estime que la campagne est facile à comprendre et qu'elle véhicule une image de confiance.



Nous sommes fiers des bons résultats de notre campagne publicitaire qui témoignent avant tout, de notre volonté d'accompagner nos 3 millions de clients dans leurs projets de vie. Par cette nouvelle campagne, nous souhaitons réaffirmer qu'Abeille Assurances entend se positionner comme la compagnie d'assurance qui protège le mieux l'avenir des Français dans un monde de plus en plus incertain.

**Nancy Haye, Directrice Communication & Marque
Abeille Assurances**



CONTACTS PRESSE

Abeille Assurances

➤ **Karim Mokrane** 06 73 77 90 69 karim.mokrane@abeille-assurance.fr

Agence Presse Convictions

➤ **Caroline Sueur** 06 63 89 31 31 csueur@convictions.fr

À propos d'Abeille Assurances

Compagnie majeure de l'assurance en France forte de 4200 collaborateurs, 1000 agents généraux d'assurance et de 170 ans d'expérience, Abeille Assurances dispose d'une gamme étendue de produits et services d'assurance, de protection, d'épargne et de retraite à destination de plus de 3 millions de clients. Abeille Assurances propose ainsi ses produits à travers une approche multicanale adaptée aux besoins des clients : un réseau de distribution implanté sur l'ensemble du territoire français (1000 agents généraux, 1800 courtiers, 90 conseillers Epargne Actuelle), une banque patrimoniale (UFF avec 25 agences en France et près de 1 000 collaborateurs) et une distribution via le canal Direct avec 185 conseillers téléphoniques (dont Eurofil).

Abeille Assurances est par ailleurs le partenaire historique de l'AFER, la première association d'épargnants en France (avec près de 754 000 adhérents).

Plus d'informations sur abeille-assurances.fr