Assurance & Protection
Épargne & Retraite

Abeille Assurances revient sur les écrans et bouscule les codes du secteur pour être connue d'1 Français sur 2 fin 2024

Après deux années de campagne en 2022 et 2023, Abeille Assurances lance ce jour sa première campagne publicitaire de l'année 2024. L'assureur, qui en 2 ans a déjà atteint 40% de taux de notoriété, revient sur les écrans afin d'accompagner les Français à prendre les bonnes décisions. Objectif de cette campagne : devenir une marque connue de la moitié d'entre eux d'ici la fin de l'année 2024.

Abeille Assurances entend tout particulièrement rappeler sa forte implantation au cœur des territoires, au plus proche des Français – particuliers comme professionnels. C'est l'objectif de ce puissant dispositif publicitaire qui s'inscrit dans le droit fil de la campagne précédente avec un objectif clair : une marque et des métiers connus d'un français sur deux à fin 2024.

"Nous avons relancé notre nouvelle marque d'assurances en 2021 avec un budget contraint, ce qui était un véritable challenge. En travaillant en lien étroit avec tous nos partenaires, nous avons réussi l'exploit de percer et de nous faire une vraie place dans le paysage assurantiel en France. Nos 1 000 agents généraux présents sur tout le territoire y ont particulièrement contribué. Pour cette nouvelle campagne, nous comptons plus que jamais sur eux, ils et elles sont les meilleurs relais de notre ADN et donnent vie, au quotidien, à notre promesse." **Constance Wiblé, directrice de la communication Abeille Assurances.**

Dans une période où les incertitudes progressent, Abeille Assurances a donc fait le choix d'insister sur l'une de ses forces : son engagement sur le terrain et sa capacité à accompagner spécifiquement chacun de ses clients, particuliers ou pros.
Le dispositif médiatique, multicanal, évolue pour se concentrer sur les écrans de télévision, le digital et les panneaux d'affichage numériques situés sur l'ensemble du territoire à proximité des gares, stations de métro, grands magasins et autres lieux extérieurs fréquentés.

Le déploiement de la campagne

- Une campagne digitale **jusqu'en juin**
- A la télévision et sur l'abonnement « Essentiel » de Netflix ou Okee by Free avec des déclinaisons de 15 et 30 secondes de son spot TV du **lundi 22 janvier au 11 février 2024**
- En affichage numérique (gares, métros, extérieurs et grands magasins) **à compter du 12 février et pour une durée de 2 mois.**
- En télévision encore, avec le sponsoring de la météo du week-end sur France 2 et France 3 **du 2 au 24 mars 2024**.

Télécharger la vidéo ici

CONTACTS PRESSE

Abeille Assurances

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

Agence Presse Convictions

- **Esther Joubert** 06 75 33 16 25 ejoubert@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, 110 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