

Bois-Colombes, le 5 février 2024

Eurofil fait peau neuve et reprend la parole avec une campagne TV et digitale pour réaffirmer son engagement : rendre l'assurance facile

Retour en forme pour Eurofil qui s'offre un lifting graphique et reprend la parole en TV et digital pour réaffirmer l'engagement sur lequel repose son offre depuis une trentaine d'années : rendre l'assurance facile ! Un message que l'on retrouve dorénavant dans sa nouvelle signature : « l'assurance facile à vivre ».

Faciliter et simplifier l'assurance

Avec près de 500 000 contrats, 200 conseillers et 100 gestionnaires en France, avec des tarifs qui permettent une économie moyenne de 220€/an, Eurofil confirme sa place dans le [top 3 des assureurs en direct](#). Une place qu'il entend conforter en prenant la parole dans les médias français.

« Notre proposition de valeur répond aux attentes de nombreux assurés qui, au-delà du tarif attractif que nous leur proposons, ne sont pas prêts à négocier sur la qualité relationnelle et la compréhension de ce à quoi ils souscrivent » souligne **Dominico de Carvalho, Directeur des activités d'Eurofil**. *« Si de nombreux actes peuvent être réalisés en ligne de manière autonome, l'accès à nos experts disponibles par téléphone est décisif. A l'heure du tout digital nos clients plébiscitent aussi la relation humaine et nous nous en réjouissons ! »* souligne-t-il. Eurofil peut d'ailleurs se targuer d'un taux de recommandation client de 96%.

Une campagne pour parler à nos clients

Eurofil fait donc peau neuve et révèle une nouvelle identité graphique au service d'une marque renouvelée, à la personnalité affirmée, capable de répondre aux attentes des consommateurs et au défi du marché. Fort d'une expérience de plusieurs décennies, et toujours parmi les leaders sur son secteur, Eurofil s'affirme, au travers de cette nouvelle campagne, comme une marque fiable, éclairante, expérimentée et chaleureuse.

Imaginé par blue egg et réalisé par Rémi Cayuela (production Bollywood), le film nous amène à la rencontre de Paul, un client Eurofil qui trouve manifestement tout incroyablement facile, même une série de sauts au cours d'une compétition de gymnastique de haut niveau.



La marque installe ainsi un nouveau gimmick qui permet d'incarner la satisfaction client avec humour et de renforcer l'attribution à la marque dans une série de formats court (20 secondes et 10 secondes). Rencontrez Paul dès le 5 février 2024 en TV et en digital.

CREDITS CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Secteur : Banque/Assurance

Annonceur : Eurofil

Direction de la communication : Constance Wible , Anne-Laure Houvenaeghel, Priscillia Vebret

Direction du marketing : Catherine Saab, Sophie Roussin, David Lauzol

Directeur Eurofil : Dominico De Carvalho

Agence : blue egg

Président et Directeur de la Création : Eric Guilloux

Directeurs de création : Julien Meurisse

Directrice de clientèle : Maryse Sarr

Chef de projet : Nelson Malher

Production : Bollywood

Producteur : Bérangère Roques

Directeur de production : Yannick Roux

Réalisateur : Remy Cayuela

Directeur de la photographie : Peter Riise

Post-production : Ito1.paris, BackUp

Production son : Chut! on vous écoute

A propos d'Eurofil

L'assurance facile à vivre ! Avec plus de 30 ans d'existence, 200 conseillers et 100 gestionnaires partout en France, Eurofil est l'assureur direct d'Abeille Assurances, compagnie majeure de l'assurance en France et membre d'Aéma Groupe.

Avec une économie moyenne de 220€ / an, Eurofil répond aux besoins de ses 250 000 clients en proposant une gamme complète de produits d'assurances auto, 2 roues, habitation, emprunteur ainsi qu'une protection familiale accident.

Contacts presse

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

Esther Joubert 06 75 33 16 25 ejoubert@convictions.fr