



Saison 2 pour Abeille Assurances, avec un nouveau spot TV loin des univers classiques de l'assurance.

(Re)créée en 2021, Abeille Assurances s'est imposée, en deux ans, dans le paysage français de l'assurance. En passant d'un taux de notoriété quasi nul à un score de 40%, Abeille Assurances revient pour une saison 2 pleine de promesses, accompagnée par un binôme efficace : les agences Altmann + Partners et Novad groupe Values.

Lors du premier opus publicitaire, la nouvelle Abeille Assurances s'était délibérément positionnée sur un territoire très peu préempté par les assureurs : sérénité, onirisme et confiance. D'ailleurs, 82% des personnes interrogées sur ce premier opus déclarent que ce film publicitaire se démarque de ceux des autres organismes de l'assurance*.

Le second spot poursuit et renforce l'univers de marque en mettant en scène une série de personnages dans un paysage naturel puissant et inspirant. Une apicultrice, un agriculteur, un randonneur et une famille en bivouac, avec un fil conducteur : l'abeille. C'est elle qui, de personnage en personnage, invite à s'interroger sur son avenir. Le tout dans un écrin exceptionnel : un paysage de montagne magnifiquement préservé, qui sert le propos de la marque.

“Lancer une nouvelle marque d'assurances en 2021 avec un budget contraint, c'est un véritable challenge. En travaillant en lien étroit avec Altmann+Partners, notre agence créa et Novad groupe Values, notre partenaire en achat média, nous avons réussi l'exploit de percer et de nous faire une vraie place dans le paysage des assurances en France. Notre réseau de 1 000 agents, en local y a aussi beaucoup contribué, ils et elles sont des parfaits relais de l'ADN de la marque et donnent vie à notre promesse.” Constance Wiblé, directrice de la communication Abeille Assurances.

Solidaires, organisées, unies, les abeilles cherchent à avoir un impact vertueux sur leur territoire et en assurent la protection en cas de difficultés. Agiles et réactives, elles trouvent les solutions qui permettent de préserver durablement leur écosystème.

A l'image des abeilles, en tant qu'assureur agissant, Abeille Assurances souhaite donner à chacun les moyens de faire face à l'incertitude. Cela ne se traduit pas uniquement par des initiatives RSE, aussi fortes soient-elles, mais par une démarche réelle qui s'incarne dans la manière dont elle accompagne ses clients, dans la bienveillance avec laquelle elle considère ses collaborateurs et dans les liens de fidélité noués avec son réseau de distribution et ses partenaires.

“ Dans cette création, nous mettons l'accent sur les individus et leurs interrogations face à l'avenir. C'est une approche humaine et incarnée pour répondre aux problématiques que rencontrent les Français dans leur quotidien. La variété des questions et des profils permet de toucher une grande diversité de clients, professionnels et particuliers, ... ce qui est d'ailleurs une des caractéristiques d'Abeille Assurances. Quant au récit, nous déclinons un discours préventif qui invite à agir à contre-pied de tout catastrophisme, souvent utilisé dans l'assurance. ” Aurore Duhamel, directrice générale Altmann+Partners.

“Le plan média qui accompagne ce nouveau spot, est, comme pour le premier, travaillé dans le détail de manière à optimiser la synergie des différents leviers et chaque euro investi. Le prix Or de la stratégie media intégrée, remporté l’an passé, nous conforte dans notre approche : un pilotage précis et un vrai relais local.” Stéphanie Cusseau, directrice conseil Novad groupe Values.

La nouvelle campagne

Avec cette nouvelle campagne, Abeille Assurances incarne son engagement auprès de ses clients, dans une période où les incertitudes progressent. Le dispositif médiatique demeure multicanal en évoluant pour concentrer les actions sur les écrans de télévision, le digital et les panneaux d’affichage numériques situés sur tout le territoire près 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 Oqee by Free avec des déclinaisons de 15 et 30 secondes de son spot TV entre le 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.

[Cliquez ici pour visionner le film \(format long\)](#)

* 800 personnes interrogées dans le cadre du post-test ILIGO mené du 1er au 10 novembre 2023





Annonceur : Abeille Assurances – Constance Wiblé / Anne-Laure Houvenaeghel / Priscillia Vebret / Marie Jondet

Agence : Altmann+Partners

Directeur de création : Olivier Altmann

Team créatif : Bénédicte Potel (Directrice artistique) & Thierry Lebec (Concepteur rédacteur)

Responsables agence : Aurore Duhamel / Théo Delagneau / Hugo Senneville / Christine Demay

Planning stratégique : Céline Chouéri

TV production : Jessica Piergiovanni

Réalisateur : CRIC (Excuse My French)

Production : Constance Guillou (Excuse My French)

Agence media : Novad groupe Values – Michael Haros / Stéphanie Cusseau / Clémentine Laurent

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

