

Rentrée 2018 : pour ses 30 ans, APRIL part en campagne auprès du grand public

Pour ses 30 ans, le groupe APRIL prend la parole dans les médias grand public à travers une grande campagne publicitaire qui se déroulera du 17 septembre au 21 octobre prochains. L'objectif : travailler la notoriété de la marque APRIL et nourrir sa promesse en promouvant le positionnement d'APRIL en tant qu'assureur de la facilité.

Une campagne publicitaire en radio grand public et sur le web

La campagne sera déployée :

- En radio d'abord, sur RTL et le réseau France Bleu avec près de 80 spots programmés sur 2 semaines. La campagne radio s'appuie sur 3 marchés pour déployer sa promesse de facilité : l'assurance de prêt, santé individuelle, solutions pour les pros.
- Sur le web en parallèle. Outre une version générique, la campagne valorise ces 3 mêmes marchés, complétés de 2 autres, la santé internationale et l'auto, pour illustrer la largeur de gammes d'APRIL. La campagne digitale inclura des pavés et des habillages de sites de grande audience, sélectionnés pour être en affinité avec les publics cibles tels que lemonde.fr, leparisien.fr, ou encore les sites de boursorama, votreargent, eurosport, lastminute, etc. Au total, pas moins de 8,7 millions d'impressions sont prévues.

Une mécanique de messages simple « PAS FACILE / MAIS FACILE AVEC APRIL »

Les messages relayés partent du même constat : c'est dans les moments de complexité que l'on fait appel à son assurance et c'est donc là que l'on a le plus besoin de facilité. Pour émerger et être identifiée, la campagne est donc construite autour d'une dialectique simple et directe : PAS FACILE / MAIS FACILE AVEC APRIL.

Les spots comme les impressions web encouragent les auditeurs et internautes à se rendre sur le site april.fr ou chez leur courtier de proximité.



Une campagne qui reflète l'identité de la marque APRIL

Voix chaleureuse et onomatopées en radio, émojis en digital : à la radio comme sur le web, la tonalité se veut proche, empathique, conviviale, émotionnelle, à l'image de la personnalité différente qu'APRIL s'est toujours attachée à défendre depuis ses débuts.

[Lien vers la campagne radio](#)

Pour les 30 ans du groupe, cette campagne vient en complément de la série de « [Podcasts 100% courtiers](#) », lesquels sont diffusés les 30 de chaque mois de cette année, sur des problématiques différentes, comment changer son assurance de prêt, les impacts du RGPD ou encore les insurtechs, et des papiers d'opinion des dirigeants du groupe publiés sur le blog d'opinion [april-minds.com](#) et valorisés sur les réseaux sociaux APRIL, [Twitter](#) et [LinkedIn](#) notamment.

Cette campagne grand public a été conçue en collaboration avec l'agence INSIGN tandis que le plan média a été élaboré et déployé par Climat Media Agency.

CONTACT PRESSE INSIGN POUR APRIL

Mélanie Farge : +33 (0)7 63 13 42 10 – melanie.farge@insign.fr

À propos d'APRIL

En 2018, APRIL, groupe international de services en assurance et leader des courtiers grossistes en France, fête ses 30 ans. Et à 30 ans, le groupe APRIL n'a pas fini de faciliter la vie de ses clients et partenaires - particuliers, professionnels, entreprises - dans les 31 pays dans lesquels le groupe est implanté. Pour eux, les 3 800 collaborateurs d'APRIL conçoivent, gèrent et distribuent des solutions spécialisées d'assurance (santé-prévoyance, emprunteur, dommage, mobilité et protection juridique) ainsi que des prestations d'assistance pour proposer une expérience de l'assurance plus facile et plus accessible au plus grand nombre. Coté sur Euronext Paris (Compartiment B), le groupe a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 928,4 millions d'euros.