

Allianz France lance sa nouvelle campagne de communication : « Ceci n'est pas »

Paris, le 6 mai 2014

Allianz France lance une nouvelle campagne de communication. Au programme, un nouveau thème, « Ceci n'est pas », un nouveau traitement créatif et une approche 360° du public.



cecinestpas

Avec sa nouvelle campagne, Allianz France se positionne comme l'assureur de la vraie vie, aux côtés de ses clients - en cohérence avec sa devise « Allianz, avec vous de A à Z ». Et dans la vraie vie une maison ou une voiture rappellent souvent à leurs propriétaires de nombreux souvenirs et de grandes émotions.

Cette campagne cecinestpas exprime la volonté d'assurer ce qui compte vraiment dans la vie des particuliers. Les objets sont plus qu'une réalité matérielle, ils représentent des émotions.

Une maison n'est pas qu'une maison, c'est aussi des moments en famille, des invités surprise ou encore des situations imprévues. Une voiture ce n'est pas qu'une voiture, c'est la liberté, le confort, l'évasion mais aussi des imprévus.

Cette nouvelle saison 2014 prend le relais de la saga « Dôme », sur les écrans depuis septembre 2009, en conservant les codes de marque forts : signature, jingle et son égérie Ines de la Fressange. Elle capitalise sur les valeurs reconnues de la marque Allianz telles que la solidité financière, la modernité, l'innovation et la confiance. La campagne développe la proximité émotionnelle, la chaleur et la sympathie de la marque.

« Avec cette nouvelle campagne 360°, nous souhaitons être présents dans la vie quotidienne des Français et nous positionner comme l'assureur de la vraie vie. Nous voulons partager avec le public l'émotion de situations insolites ou imprévues et être reconnu comme le partenaire qui les accompagne au quotidien pour une vie en toute sérénité », explique Anne-Dominique Legrand, Directrice Marque et Communication d'Allianz France.

Une campagne 360° interactive et digitale conçue avec WPP/ Ogilvy

Initiée avec le succès de la plateforme interactive Allianz Real Life, la nouvelle campagne a été conçue pour être déclinée en 360° on et off line. Cet important dispositif interactif a pour vocation de susciter le partage et de rentrer dans la vraie vie du public :

- Des films TV basés sur le principe de la projection sont déclinés en 45", 30" et 20". Autour d'Ines de la Fressange, les personnages évoluent dans des univers fantastiques et imaginaires filmés grâce à la technique de projection 3D. Ils projettent des situations imprévues dont la résolution s'opère devant eux. Les décors épurés offrent des chorégraphies innovantes et originales ; Ces films ont été réalisés par Luis Nieto, peintre, animateur, designer, réalisateur et graphiste colombien. Il a notamment réalisé le film publicitaire de Nike avec la sprinteuse britannique Nicola Sanders, le spot « City Lights » de Sprint et Heineken.

- des affiches reprenant ce principe de projection. Elles sont présentes, depuis le 23 avril, sur près de 4000 panneaux digitaux dans 50 grandes villes de France et déclinées en panneaux digitaux dans les espaces premium des aéroports d'Orly et Roissy Charles de Gaulle ;
- des bannières qui relayent des messages sur les offres d'Allianz France sur des sites affinitaires et des applications mobiles ;
- des publications quotidiennes sur les réseaux sociaux qui ont permis d'associer le #cecinestpas sur twitter à la marque en amont du lancement en TV. Le hashtag #cecinestpas sur twitter permet de rebondir sur des événements et des faits d'actualité ;
- des stickers « *Ceci n'est pas* » dans la rue à partir du 5 mai. 3000 stickers seront apposés sur différents objets ou lieux avec une vidéo associée. Après avoir flashé le QR code, chacun pourra accéder à une vidéo retraçant des histoires clients ;
- enfin, une déclinaison dans les agences générales de la compagnie, sur le site Allianz.fr et en interne. La campagne sera également relayée par les ambassadeurs de la marque (Ines de la Fressange, Loic Pietri...).



Dès le 6 mai, le film sur l'assurance habitation sera disponible en avant-première sur les réseaux sociaux et à partir du 12 mai à la télévision.

Découvrez le film de la campagne sur [youtube](#)

A propos d'Allianz Real Life

La plateforme Allianz Real Life permet de découvrir la diversité des offres de manière interactive et ludique en utilisant des situations improbables et ancrées dans le quotidien des gens issues de Google Street View. Panne de voiture, escalade d'une clôture, vitre brisée, accidents... Google Street View offre un panel d'incidents insolites trouvés sur le net. Chaque image s'accompagne d'une offre et des services proposés par Allianz France.

Avec « Allianz Real Life », l'assurance devient concrète car chacun peut facilement s'identifier aux situations qui ont été immortalisées sur cette plate-forme.

Depuis son lancement début avril, plus de 5000 personnes ont découvert la plateforme.

Une expérience interactive disponible sur <http://real-life.allianz.fr>.

Contacts Presse Allianz

Anne-Sandrine Cimatti
Agnès Miclo

01 44 86 67 45
01 44 86 31 62

anne-sandrine.cimatti@allianz.fr
agnes.miclo@allianz.fr

A propos d'Allianz

Numéro 1 mondial en assurance de biens et responsabilité, numéro 2 mondial en assurance de personnes, Allianz propose une offre complète qui couvre tous les besoins en assurance, assistance et services financiers des particuliers, professionnels, entreprises et collectivités. Avec 148 000 salariés dans le monde, Allianz est présent dans 70 pays, au service de 83 millions de clients.

Assureur généraliste, spécialiste du patrimoine, de la protection sociale, Allianz France s'appuie sur la richesse de son expertise et le dynamisme de ses 11 000 collaborateurs en France. Plus de 6000 intermédiaires commerciaux, Agents, Conseillers, Courtiers, Partenaires sont présents pour apporter un conseil de qualité aux 5 millions de clients qui font confiance à Allianz France.

Retrouvez toute l'actualité d'Allianz France sur www.allianz.fr



Suivez-nous sur Twitter ! [@allianzfrance](https://twitter.com/allianzfrance)



Retrouvez-nous également sur notre page Facebook [Allianz France](https://www.facebook.com/AllianzFrance)