

Amaguiz.com assure aussi en TV

C'est une offre d'assurances novatrice, et c'est sur Internet que ça se passe. Amaguiz, filiale de Groupama élevée au rang de marque, a été conçue sur mesure pour opérer sur le Net, après moult études quali et quanti, qui l'ont conduite à formuler un programme propre à dépasser les freins signalés et s'adapter au mieux à la souplesse d'Internet. L'offre Amaguiz, pour l'instant centrée sur l'auto, répond au mot d'ordre imposant la fin de la rigidité habituellement liée à l'exercice. Le public peut ainsi bénéficier du système PAYD (Pay as you drive), consistant à facturer l'assurance selon les kilomètres réellement parcourus, grâce au boîtier installé sur l'auto, qui aide en outre à la retrouver en cas de vol. Il peut résilier son contrat à tout moment, a un conseiller unique et des sprints garantis pendant trois ans.

Anticonformisme élégant

Pour lancer cette nouvelle marque, il fallait un ton à la mesure d'une offre qui se dit libérée des contraintes de l'assurance. Le choix de Publicis Dialog s'est porté sur une personnalité de cet acabit, en mettant en scène Jean Rochefort dans quatre films décrivant indirectement les bénéfices obtenus. Filmé par Delphine Gleize (« Carnages », « L'homme qui rêvait



Jean Rochefort est le héros de 4 films allumés, réalisés par Delphine Gleize (Hamster)

d'un enfant»), le comédien, très en forme – et bien secondé par un casting remarquable rassemblant surtout des gens de théâtre –, s'embarque dans des histoires absurdes dont il est le moteur et dans lesquelles triomphe son anticonformisme élégant. Le choix de cet acteur a conditionné celui de la réalisatrice (représentée par Hamster) avec laquelle il vient de coréaliser son premier long métrage : « Cavaliers Seuls », programmé début 2009. Leur connivence a conduit à optimiser des scénarios déjà allumés, chacun d'eux ayant pour mission d'illustrer l'un des plus produits présenté en

fin de spot à travers trois panneaux pivotants. Ces derniers sont accompagnés d'une petite musique illustrative créée par Nicolas Errera, (auteur de l'habillage sonore des spots radio du magazine « Psychologies »). À l'antenne depuis le 21 septembre, les films sont appuyés par le parrainage d'émissions, 13 millions d'encarts presse, de l'affichage parking permanent, du street marketing au Mondial de l'auto et un volet on line renvoyant vers le site www.amaguiz.com (Publicis Modem). La marque, qui vise une notoriété globale de 20 % dans un an et 100 000 contrats signés d'ici quatre ans, formulera une offre Habitation avant la fin 2008 et proposera d'autres produits courant 2009. **Et**

Toute l'actualité **création** sur cbnews.fr