

Chécy, le 19 mai 2016

Thélem assurances capitalise sur sa marque dans une nouvelle campagne nationale de notoriété

Dans un contexte hautement concurrentiel, Thélem assurances engage une nouvelle étape de communication visant à **développer de manière significative la notoriété et la découverte de sa marque au niveau national**. Ainsi, sur une période de 18 mois, répartie sur 2016 et 2017, un **plan media d'envergure** sera déployé en **télévision, radio et sur Internet**, en vue de **conquérir de nouvelles parts de marché**.



« *Thélem assurances veut passer un cap : tout en nous appuyant sur nos acquis, nous souhaitons mettre en place une stratégie ambitieuse de visibilité. Les transformations de l'entreprise depuis les dernières années nous font conjuguer proximité, dynamisme et innovation. Accessible via nos canaux de distribution physiques et numériques, nous souhaitons désormais faire connaître notre marque au niveau national* » souligne Nathalie Rojo, directrice de la communication.

Augmenter la notoriété spontanée en 2016

Un dispositif pluri-médias (télé, radio, web) a été bâti avec l'ambition de faire entrer Thélem assurances dans le **top 10 de notoriété spontanée des marques d'assurances**. Ainsi, du mois de mai à décembre, le **parrainage d'émissions en prime time** est mis en place sur les grandes chaînes de **télévision nationales**. La campagne comporte également un **volet de spots radio** et le **pré-roll de replay sur Internet**, qui ciblera les intentionnistes en assurances. Enfin, de la **publicité sur mobile** favorisera **le trafic vers le site Internet** de Thélem assurances, en vue de maximiser la réalisation de devis.

Le plan média 2016 :

Parrainage d'émissions télé : [1 400 passages](#) (environ 8 secondes) avant et après la fiction du lundi ou du jeudi soir sur **TF1** (mai à juillet), la fiction du vendredi soir sur **France 2**, celle du mardi et dimanche soir sur **France 3** (septembre à novembre) et quatre prime time sur **M6** (à partir de septembre).

Radio : **880 spots** (20 secondes) diffusés sur **Europe 1** et **RTL** en octobre.

Partager les valeurs de la marque en 2017

La campagne se poursuivra en 2017, s'appuyant cette fois-ci sur le **contenu de la marque**, notamment ses valeurs, en vue de **générer du trafic vers ses agences**.

Le plan média 2017 :

Des **spots TV et radios** seront diffusés en février et en mars ainsi qu'en octobre sur une sélection de médias identique à 2016.

Responsable client : Nathalie Rojo, directrice de la communication Responsable agence : Nicolas Gentil, Altavia Nantes Agence achats d'espace : Adcity Nantes



A propos de Thélem assurances :

Thélem assurances pratique les assurances de personnes, de biens et de responsabilités pour les particuliers et les professionnels (petites entreprises, artisans commerçants, agriculteurs...). L'entreprise, dont le réseau de distribution physique est composé de 268 agences réparties dans 45 départements (Centre et Grand Ouest) et 227 courtiers, a réalisé un chiffre d'affaires de 324 millions d'euros en 2014, correspondant à un portefeuille de 970 423 contrats et 457 888 sociétaires. Son siège social est basé à Chécy, dans le Loiret, avec également des sites à Châteauroux, Nantes et Paris. Créée en 1820, sous le nom de l'Orléanaise, Thélem assurances est née en 2004 de la fusion des MRA et des AMI (Assurances Mutuelles de l'Indre). Elle compte aujourd'hui 413 collaborateurs.

Contact presse

Agence Article Onze
Marjorie Castoriadis

Tél. : 01 55 60 24 41 / mcastoriadis@articleonze.com