

COMMUNIQUE

Bois-Colombes, le mardi 3 septembre 2013

EUROFIL : UNE NOUVELLE IDENTITE VISUELLE POUR DYNAMISER LA MARQUE

Eurofil, filiale d'Aviva France et spécialiste de l'assurance auto en direct en France, annonce le renouvellement de son identité visuelle et sonore. A Partir du 2 septembre 2013, Eurofil change de logo et met en place sa nouvelle signature « Eurofil.com, en ligne avec mon assurance ». Une campagne de sponsoring TV autour du programme « Nos chers voisins » sur TF1 permettra d'accompagner la mise en place de cette nouvelle identité.

Frank Roullier, directeur général délégué : *« Avec plus de 20 ans d'expérience, Eurofil est le n°2 de l'assurance auto en direct. Mais le marché dans lequel nous évoluons est de plus en plus concurrentiel, avec continuellement de nouveaux entrants et des clients de plus en plus exigeants. C'est pourquoi nous souhaitons aujourd'hui moderniser notre marque et faire d'Eurofil une entreprise digitale, afin de la rendre encore plus compétitive, plus visible et plus attractive. Cette nouvelle identité visuelle et sonore, plus dynamique, va nous y aider ! Cette 1^{ère} étape sera suivie d'autres innovations en termes de produits et services. A cette occasion, nous offrons 2 mois de cotisation pour tout nouveau contrat auto tous risques souscrit avant le 30 novembre. »*

Fluidité, proximité, agilité

La nouvelle signature graphique d'Eurofil s'appuie sur une base identitaire qui fonde la personnalité de la marque :

- L'efficacité d'Eurofil repose autant sur la fluidité de ses process que sur sa capacité d'écoute,
- Eurofil se distingue comme un assureur direct humain, qui est proche de ses clients et les valorise,
- Les clients d'Eurofil savent tirer partie de la technologie pour se simplifier la vie et Eurofil y contribue.

« Nous avons choisi une identité visuelle moderne et active, qui répond à l'ADN d'Eurofil. Avec le choix de ce « E » souriant, en forme de smiley, nous montrons le côté dynamique et accueillant d'Eurofil et ses conseillers qui sont tous basés en France » confirme Frank Roullier.

La signature « En ligne avec mon assurance » permet en outre de jouer sur :

- la ligne pour le téléphone (origine du métier d'Eurofil mais aussi encore très utilisé par les prospects et les clients pour contacter les conseillers)
- le fait d'être en ligne via internet
- le fait d'être en ligne, en phase avec nos clients

Du sponsoring TV pour accompagner la nouvelle identité visuelle et sonore

Pour accompagner la mise en place de cette nouvelle identité, une première campagne media est prévue à partir du 2 septembre, jusqu'au 14 décembre 2013.

L'objectif est d'associer Eurofil à un programme événementiel permettant de garantir une visibilité importante, de développer sa notoriété et de miser sur la répétition en s'associant à un programme à cible large et qui travaille la proximité : avec le programme « Nos Chers Voisins », Eurofil sera présent sous forme de billboard de 6 secondes en entrée et sortie de chaque épisode.

Diffusion du lundi au vendredi vers 19h50 et le samedi vers 20h40

Dans un second temps, une campagne web viendra renforcer le dispositif en place.

Eurofil, un assureur direct à visage humain reconnu pour ses qualités

« Nous avons fait le choix de la qualité et de la proximité avec nos clients, rappelle Frank Roullier, avec des centres d'appels basés au Mans et à Mont Saint Aignan et des conseillers expérimentés dont le faible turnover permet d'accompagner les clients et leur apporter le meilleur conseil. Nous venons de franchir la barre symbolique des 300 000 contrats, preuve de la qualité de nos services et de la confiance de nos clients. »

La promesse client Eurofil :

- La rapidité d'accès à un conseiller et de la prise en charge,
- L'efficacité et la clarté de réponse des conseillers,
- La facilité de déclaration des sinistres et de compréhension des courriers
- Une grande fidélité des clients (environ 13% de résiliation seulement), grâce à une qualité de service et une centricité client au cœur de la culture et des processus d'Eurofil. → 94% de ses clients ayant subi un sinistre auto « recommanderaient Eurofil à un proche (enquête CSA menée du 1/12/2011 au 31/12/2012 auprès de 2067 clients ayant eu un sinistre auto),
- Un programme de fidélité attractif,
- Une compétitivité tarifaire jamais démentie qui permet à Eurofil d'être bien positionné sur les comparateurs d'assurance (Eurofil est présent sur Assurland, Le Lynx, et Les Furets) avec jusqu'à 30 % d'économie en moyenne par rapport à l'assureur précédent (-200€ environ),
- Eurofil appartient au groupe AVIVA, un des leaders de l'assurance en Europe : une garantie de solidité.

Contacts presse

Karim Mokrane - 01 76 62 76 85 - Courriel : karim_mokrane@aviva.fr

Thibault de Saint Simon – 01 76 62 67 88 – courriel : thibault_desaintsimon@aviva.fr

A propos d'Eurofil

Avec 20 ans d'expérience en France, Eurofil, filiale d'Aviva France, est l'un des leaders de l'assurance en direct en France par téléphone et internet. Eurofil gère plus de 300 000 contrats principalement en auto et MRH et propose une offre parmi les plus compétitives du marché. Eurofil emploie près de 350 personnes à Bois-Colombes, Mont Saint-Aignan et au Mans.

Pour plus d'informations, eurofil.com.