



Communiqué de presse

26 août 2010

Assuré d'avancer

Gan l'assureur de ceux qui entreprennent,
présente son nouveau positionnement

Gan réaffirme aujourd'hui sa volonté d'être l'assureur de ceux qui entreprennent, à travers une identité visuelle, une expression publicitaire et une signature renouvelées. Avec un message simple et direct : « *Parce que vous n'êtes pas toujours facile à suivre ...* », Gan, assureur des « entrepreneurs » dans leur vie privée comme professionnelle, s'adresse à tous ceux qui, de projet en projet, envisagent la vie comme une entreprise. Gan présentera le dimanche 29 août 2010 son nouveau positionnement à l'occasion d'une campagne medias TV et print conçue par l'agence .V.

L'esprit d'entreprendre

Audacieux, « *entrepreneurs dans l'âme* »...ces hommes et ces femmes, qu'ils soient salariés ou à leur compte, se retrouvent dans une communauté d'esprit et de valeurs : ils sont ambitieux, responsables et pragmatiques.

Au-delà des produits et des services, leur attente est avant tout celle d'une relation équilibrée, fondée sur un partenariat actif. L'engagement Gan correspond à ce mode de relations fait « d'expertise accessible » et de reconnaissance individuelle des clients.

Un nouveau positionnement

La nouvelle signature : « **Gan, assuré d'avancer** » traduit le mouvement de la vie et la volonté de l'accompagner grâce au « suivi expert ». Une signature déterminée et engagée pour conclure la promesse relationnelle de suivi.



Un nouveau logo signé Laurent Vincenti Design

Le logo prend de la puissance et du statut, sans changement radical : il garde ses couleurs et se modernise avec une touche techno, façon appli de smartphone.

Un nouveau territoire publicitaire, conçu par l'agence .V.

L'expression publicitaire met en scène, en TV comme en print, les choix de vie de personnes entreprenantes sur un ton positif, humoristique et connivent.

Pour accompagner leurs projets qui évoluent et se réinventent en permanence, Gan a créé le « suivi expert » : un bilan annuel des assurances et des placements, afin que

chaque client soit certain que les choix réalisés correspondent vraiment à ses choix de vie.

Ce nouveau territoire publicitaire est renforcé par :

- une musique intemporelle, un peu impertinente, véritable sourire dans le contexte actuel : Baby Elephant Walk de H Mancini.
- une voix bien connue du grand public : celle d'Edouard Baer, choisi pour son côté positif, et sa touche de modernité.

Dans les premiers films - dont la diffusion débute le 29 août - de véritables entrepreneurs nous rappellent par leurs changements de vie « qu'ils ne sont pas toujours faciles à suivre »... mais « assurés d'avancer » avec Gan.

Fiche technique films

- Directeur de création : Christian Vince
- Concepteur rédacteur : Patrice Maire
- Directeur artistique : Roxane Hamonière
- TV producer : Carine Berneau
- Responsables annonceur : Marie-Chantal Baillaud, Sophie Dancygier, Guénella Gentil
- Coordination média : François Guyez, Fabienne Godon
- Responsables agence : Xavier Del Sarte, Willy Bouhet et Charlène Kin
- Planning stratégique : Géraldine Tixier
- Réalisateur : Woof Wan Bau
- Production : Les Télécréateurs

La campagne TV et presse écrite

Dès le 29 août ...

- TV pendant 4 semaines : 800 GRP (100% de la cible CSP+/- 25-49 ans touchée 8 fois)
- Presse Quotidienne Nationale : 1ère semaine de septembre pendant 10 jours

Nos partenaires

L'agence de publicité .V.

Créée en 2001, l'Agence .V. gère la communication d'un grand nombre de marques de grande consommation telles que Volkswagen, 118 218, BHV, Auchan et Bosch. Dirigée par ses fondateurs Christian Vince et Xavier del Sarte, L'Agence .V. est reconnue pour la créativité et l'originalité de ses campagnes. Elle a d'ailleurs été distinguée cinq fois de suite au prix « Effie » qui récompense chaque année les stratégies de communication les plus efficaces."

L'agence Vincenti Design

Depuis 25 ans, au sein de différentes agences, Laurent Vincenti a fait évoluer et créé plus d'une centaine de systèmes globaux de marques dans des univers très variés, tels que Air France, le Mondial de Football 98, PSA Peugeot Citroën, Groupama, Lille Métropole Europe, Total, Attijariwafa Bank, Conforama, BNP Paribas, La Poste ...

Aujourd'hui il dirige sa propre structure, Vincenti Design, dédiée au design global de marque. Tous les métiers du design et de la communication y sont orchestrés pour apporter des solutions qui redonnent du sens à la marque, et ancrer son évolution dans un univers sensible.

Questions à Marie-Pierre Vincent, directrice Offre et Marques Groupama SA

Pourquoi cette nouvelle campagne ?

Nous avons souhaité dynamiser l'activité commerciale des réseaux Gan en nous appuyant sur un positionnement...

- Rénové et pertinent au regard de l'« ADN » de la marque Gan,
- Complémentaire à celui de Groupama
- Déclinable pour chacune des 4 entreprises Gan.

Avec la volonté de positionner la marque Gan en partenaire expert recentrée sur ses valeurs propres : l'esprit d'entreprendre, aux côtés de...

- Groupama, leader sur le marché grand public,
- Un « pure player », Amaguiz, 100% direct.



Ces trois marques au positionnement complémentaire incarnent très concrètement la volonté du Groupe d'offrir à ses assurés une palette de solutions adaptées dans le domaine de l'assurance, de la banque et des services.

Concrètement, comment se traduit ce positionnement renouvelé ?

L'audience-cible naturelle de la marque Gan est l'entrepreneur, réel ou idéalisé, vu comme ambitieux, responsable, pragmatique : « la part de nous qui ose ... ». Le positionnement retenu allie étroitement l'expertise à la relation personnalisée et suivie dans le temps ; il fait de Gan et de ses réseaux « des assureurs développeurs » façon *business angels*, au service de leurs clients.

D'où la nécessité d'affirmer la vision du métier propre à la marque Gan : on est sur des projets de vie, plus que sur les contrats, on est humain et expert à la fois, avec un accompagnement sans faille dans la durée.

Le conseiller est un acteur de solutions à la mesure des clients : présent, disponible, intégrateur d'expertises.... au service de clients audacieux et entreprenants, qu'ils soient salariés ou indépendants.

La première preuve présentée dans cette campagne est le bilan régulier et complet de la situation assurance et placement du client, dénommée Le Suivi Expert.

Fiche technique Gan

Cette marque regroupe quatre entreprises complémentaires qui constituent aujourd'hui un ensemble cohérent :

- 2 marques généralistes : **Gan Assurances & Gan Eurocourtage**
 - Gan assurances, avec un réseau de 1 000 agents généraux, 1 100 points de vente, 330 chargés de mission,
 - Gan Eurocourtage en collaboration avec plus de 2 000 courtiers,
- 2 marques spécialistes : **Gan Patrimoine & Gan Prévoyance**,
 - Gan Patrimoine avec 600 mandataires exclusifs sur le territoire des CGPI,
 - Gan Prévoyance avec 1 400 conseillers spécialistes en prévoyance.

Contact Presse :

Christophe Humann, Relations Presse Groupama

☎ 01 44 56 32 66 – 06 07 94 96 16 / christophe.humann@groupama.com