

SUCCESS STORY : LA MAAF



Maaf / Aubert storch Associés Partenaires

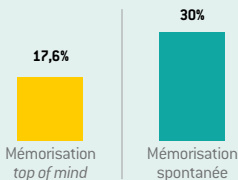
2009 RIME AVEC CROISSANCE POUR LE GROUPE MAAF ASSURANCES

- > + **5,3%**, c'est la croissance du chiffre d'affaires.
- > + **36%**, c'est la hausse du résultat de 165 M€.

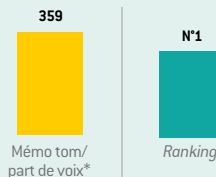
LUMIÈRE SUR

LUMIÈRE SUR

Mémorisation publicitaire



Indices de rendement



Les Publicités préférées des Français

Scores d'impact et de mémorisation publicitaire leaders tous les mois depuis avril 2004 !

Impacts sur les résultats !

Un engagement des Français pour la Maaf sur tous les segments de l'assurance

Automobile	MEILLEURE PRODUCTION BRUTE DEPUIS 1995	+ 3,1%
Habitation / Risques privés	2,6 MILLIONS DE CONTRATS MULTIRISQUE HABITATION EN PORTEFEUILLE	+ 4,3%
Professionnels	351 175 UNITÉS	+ 2,1%
Santé prévoyance	990 000 ASSURÉS	+ 0,9%
Prévoyance	PROGRESSION DU NOMBRE DE CONTRAT	+ 3,2%
Epargne	LES ACTIFS GÉRÉS DÉPASSENT LES 6,5 MDS D'EUROS.	+ 9,5%

Le succès MAAF est d'abord et avant tout un succès TV qui s'est tout de suite imposé en 2004 comme la communication préférée des Français (Ipsos ASI) et qui est de très loin la communication la plus impactante et la plus mémorisée des Banques et des Assurances (selon le baromètre mensuel TNS Sofres relevé tous les mois depuis mai 2004 jusqu'à aujourd'hui, septembre 2010, sans exception). Cette success story a transformé l'entreprise et se traduit depuis 5 ans par des augmentations significatives du nombre de nouveaux contrats, de la pénétration et de la part de marché de la marque. C'est sans doute le cas qui illustre le mieux la puissance bienfaitrice et incomparable de la TV*.

Olivier Aubert - Cofondateur d'ASAP

Sources : Palmarès Ipsos de la Publicité sur les campagnes préférées des Français. Moyenne des relevés mensuels Sofres 2010. Maaf / Aubert Storch Associés Partenaires. * Mémorisation top of mind / part de voix.

Sources : Maaf / Aubert Storch Associés Partenaires – 2010.