

Rechercher

SE CONNECTER

S'INSCRIRE

RECEVOIR LA NEWSLETTER

[Abonnez vous au mag !](#)

Hit parade

OFF | **MARQUES** | **MÉDIAS** | **CONSEILS** | **DIGITAL** | **CRÉATION** | **MOUVEMENTS** | **ÉTUDES** | **TRIBUNE** | **CARTE BLANCHE**
| **CARRIÈRES**

Luxe | Auto-transport | Distribution | Culture-loisirs | Mode | Sport | Alimentation-boisson | Hygiène-beauté
Banque-assurance | High-tech

ACCUEIL > MARQUES

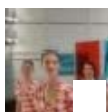
Maaf : on prend les mêmes et on recommence

Le 02/06/2014 à 19:12 par [Carole Soussan](#)

0

Like Tweet Partager

Maaf célèbre les 10 ans de sa saga que gère Aubert & Storch. Et fait du neuf en gardant le ton à la Jean-Michel Ribes et ses traditionnels rôleurs, revisités.

1/2:

Changement de décor, nouveaux ballets, réorchestration musicale, nouveaux acteurs, nouveaux formats pour la nouvelle campagne TV de MAAF sur les écrans à partir du 2 juin. A l'occasion de ses 10 ans, la saga se refait une beauté en conservant ses fondamentaux, toujours avec Aubert & Storch et Jean-Michel Ribes à la réalisation. Dans un palace Maaf plus moderne, de nouveaux « rôleurs »

Dernières news

08:24 Un nouveau logo pour Disney Channel

08:23 Batman, le magazine officiel

00:38 Paul-Emmanuel Reiffers invité du Studio Express CB News

00:34 Change au Lido

00:28 Sophie Le Barazer Dga de Kantar Media Ad Intelligence France

00:19 La Caisse d'Epargne interactive sur France Télévisions

00:12 Vita Coco met la pression publicitaire

00:05 Fauchon avec Albine & co

[La newsletter du 03 juin](#)[Plus de news](#)

Les Gaulois mettent la C4 Cactus en Questions

[Tous les coups de Coeur](#)[Tous les coups de blues](#)**Hit Parade** SESSION 12 2013

interpellent encore et toujours le directeur de l'agence. Diffusée pour la 1ere fois en mai 2004, la saga dure... Après son lancement, le groupe a gagné 8 points de notoriété spontanée en trois mois et 10 points en mémorisation publicitaire.

A l'époque, cette nouvelle campagne avait également permis à la mutuelle de doper sa dynamique de développement. 10 ans après, les retombées sont toujours positives avec, en 2013, 37 % de notoriété spontanée moyenne (2ème rang), 30 % de mémorisation publicitaire spontanée (1er rang) - et une place au sein des premiers assureurs sur le marché français en termes d'image et d'attractivité (source : TNS Sofres). Pour cette nouvelle campagne, Maaf fait du neuf avec du vieux car «les principaux facteurs de réussite sont la conjugaison de la rigueur sur le fond et de l'audace sur la forme. Conserver le ton humoristique de Jean-Michel Ribes était un élément essentiel, tout comme l'expression pérenne de notre positionnement la référence qualité prix », explique Eric Madelénat, responsable de la communication externe. La communication vise les particuliers (films sur l'assurance auto) et les professionnels (auto et santé collective), jusqu'au 30 juin.

[Retour à la newsletter du jour](#)

0

Like 0 Tweet 1 g+1 0 0 Partager

Sur le même sujet :

Vita Coco met la pression publicitaire

Post-It, ça colle avec Grey

TV : la Caisse d'Epargne s'achète en un clic

Disney : Deezer cède au chant des Sirènes

Russie : le vin autorisé de pub

Alstom : GE en campagne de séduction des Français

Prendre un pot chez... Rakuten

BETC brade la mode pour Aides

Laisser un commentaire

Par Anonyme [Connectez-vous](#) | [Créer un compte](#)

Veuillez saisir votre commentaire...



Générer une nouvelle image



[Voir le hit parade du mois](#)

[Tous les hits parade](#)

Mouvements

Ils bougent. En agence, chez l'annonceur, ou dans les institutions... CB News et LeFac vous permettent de suivre les évolutions de carrières et de garder le contact

Budgets

Qui gagne quoi ? Les budgets qui bougent... CB News et LeFac vous livrent un petit digest des transferts de la semaine

Agenda

Conférences de presse, Salons, Lancements, Débats...Les principaux rendez-vous de la profession sélectionnés par CB News avec LeFac

Avec

Dans le mag



N°30-Mai 2014

Le mag CB News
chez vous et des
contenus
exclusifs en
ligne !

[Abonnez-vous !](#)