

SNPTV SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITE TELEVISEE

TF1 PUBLICITE francetélévisions publicite 6 PUBLICITE CANAL+ RESE lagardere active publicite publicite TMC RESE

LE SNPTV ACTUALITES ETUDES REGLEMENTATION EMPLOI ESPACE DECOUVERTE GRANDES CAUS

PRESENTATION FAITS MARQUANTS NOS MEMBRES

SPACE DECOUVERTE

PLAN DU SITE CONTAI NEWSLETTER LIENS TU LOCALES LEXIQUE MEMBRES FAQ

Vu à la télé

Tous les livres CD, DVD, logiciels et jeux vidéo sur... Fnac.com

MUSIQUE DE P TV

Rechercher

MAAF Assurances Pur Bonus Santé - Fruit d'or Pro Activ - Pur Bonus Santé, Pur Bonus Santé : Pay Off Mini Drink et Pay Off Tartine (22/02/2006)



Maaf s'engage avec Fruit d'Or Pro-Activ

L'innovation est l'essence même de la créativité. Les sagas publicitaires en font également partie si elles savent se renouveler, en essayant parfois de s'ouvrir vers des univers inconnus. Le nouveau spot, associant l'assurance Maaf et Bestfoods France (Groupe Unilever) avec son produit Fruit d'Or Pro-Activ, est un de ces films inattendus à la logique commerciale implacable. Maaf est un assureur aux services et aux garanties multiples. Unilever est une des plus grandes sociétés de produits de consommation, commercialisant une large gamme de produits

alimentaires, pour la maison et pour le soin des personnes. Fruit d'or Pro-Activ en fait partie. Composée d'une gamme de yaourts et de margarines aux effets bénéfiques sur le taux de cholestérol, la marque a ainsi trouvé une alliance hors du commun en s'associant aux garanties santé de la Maaf. En effet, partant du postulat que si les assurés mangent des produits, qui réduisent le taux de cholestérol, ils auront moins de risques d'accident de santé. La Maaf s'est alliée à Fruit d'Or Pro-Activ pour proposer de rembourser une partie de son prix à ses assurés. Une logique expliquée et vendue au travers d'un spot, qui s'inscrit dans la saga désormais célèbre de l'assureur.

« C'est un co-branding entre deux annonceurs très différents. C'est le fournisseur de service qui impose son format très puissant dans une opération à 50 / 50 », explique Olivier Aubert, Directeur Général de ASAP. « Maaf a inventé le Pur Bonus qui se traduit notamment par « moins d'accidents égal moins de cotisations ou moins de pollution. Cette fois-ci, c'est la santé », ajoute-t-il.

A l'écran, on retrouve donc le fameux style **Palace** de la Maaf ; où le personnage du rôleur va encore essayer de demander l'impossible. Un nouvel avantage lié au fait qu'il fasse attention à sa santé. Le directeur du Palace lui explique que rien n'est impossible pour la Maaf, en lui dévoilant le Pur bonus Santé lié à Pro-Activ. La citation « *Je l'aurais un jour, je l'aurais* » est évidemment au rendez-vous, et toujours plus drôle.

En matière de stratégie publicitaire, Olivier Aubert précise : « *les gens ne veulent plus de déclarations d'amour, mais des preuves d'amour* ». Une phrase qui résume bien l'engagement sans cesse renouvelé de la Maaf.

Guillaume Foucault



Pour visualiser les spots TV de la Maaf, [cliquez ici](#) !

(Re)lire les vus à la télé Maaf : "[Voeux 2006](#)" (janvier 2006), "[Maaf assurance auto](#)" (octobre

Rechercher

Pour rechercher dans la rubrique "Vu à la télé", indiquez votre mot clé

ENVOI

Top musiques pub TV

Retrouvez tous les mois le top des musiques de publicités TV

ENVOI



Newsletter

Pour recevoir les nouveautés du site, merci d'indiquer votre e-mail

ENVOI

2004) et "L'accouchement" (septembre 2003).

Annonceur	Maaf / Bestfoods France <i>Responsable(s) : Didier Bourdonnais, Eric Magdelenat et Christophe Loison</i>
Agence	Aubert & Storch Associés Partenaires <i>Responsable(s) : Anne Storch, Olivier Aubert</i> <i>Directeur(s) de la création : Anne Storch</i>
Réalisateur	Jean-Michel Ribes
Production	Olive Film
Date de première diffusion	03/02/2006



IMPRIMER

>> RECOMMANDER CETTE PAGE



Retour

CREDITS : CLAIR ET NET.