



Allianz France

Banque – Finance – Assurance

Allianz, acteur mondial et leader européen de l'assurance, propose une offre complète qui couvre tous les besoins en assurance, assistance et services financiers des particuliers, professionnels, entreprises et collectivités. Avec 157 000 salariés dans le monde, Allianz est présent dans plus de 70 pays, au service de 125 millions de clients. Assureur généraliste, spécialiste du patrimoine, de la protection sociale, Allianz France s'appuie sur la richesse de son expertise et le dynamisme de ses plus de 7 500 collaborateurs en France. 10 000 intermédiaires commerciaux, Agents, Conseillers, Courtiers, Partenaires conseillent et accompagnent plus de 5 millions de clients qui font confiance à Allianz France.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : 11 900 000 000€**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **8 500 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

LE PODCAST QUI RACONTE LA VIE QUI
DÉRAPE ET LE SOUTIEN QUI RATTRAPE
DISPONIBLE SUR TOUTES LES PLATEFORMES D'ÉCOUTE



DECOUVRIR



ELLE

Allianz France

Destins croisés – le podcast qui raconte la vie qui dérape et le soutien qui rattrape

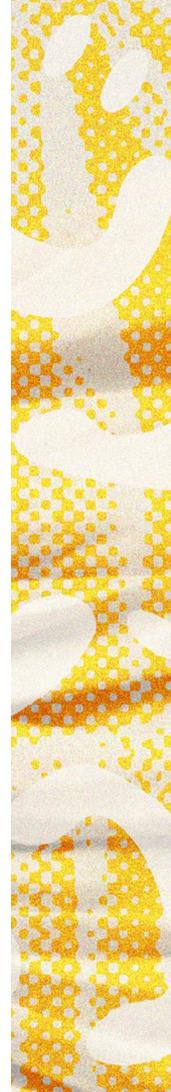
POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Le podcast "Destins Croisés" a été conçu pour sensibiliser aux accidents de la vie, souvent imprévisibles, et mettre en avant la résilience des individus face à ces épreuves. Allianz, en partenariat avec ELLE et Louie Media, souhaite à la fois valoriser l'importance des liens humains dans ces moments difficiles et promouvoir la Garantie Accidents de la Vie (GAV), une assurance encore méconnue. Cette campagne poursuit avant tout un objectif de pédagogie, en illustrant le rôle essentiel de l'entraide humaine et celui d'une assurance capable d'accompagner les victimes dans leur reconstruction. Le choix du format podcast, avec son intimité unique, crée un écrin de communication idéal pour transmettre ces récits authentiques et émouvants, tout en établissant une connexion émotionnelle forte avec le public.

Toujours en cours – 12-2024 – BUDGET : 150 000 €

Le budget comprend :

La production des 5 épisodes, de l'article dédié et des formats digitaux et sociaux de promotion - ainsi que la médiatisation sur les canaux partenaires pour atteindre les KPIs garantis



Allianz France

Destins croisés – le podcast qui raconte la vie qui dérape et le soutien qui rattrape

POUR QUI ?

La campagne cible les 25-45 ans, actifs et familles, souvent peu informés sur les solutions d'assurance face aux aléas du quotidien. Ce public, réceptif aux thématiques de résilience et d'entraide, recherche des contenus authentiques et inspirants. Le partenariat avec ELLE et l'expertise de Louie Media permettent de toucher une audience majoritairement féminine, engagée et sensible aux formats narratifs immersifs. La campagne s'adresse également aux proches des victimes d'accidents, en leur proposant des solutions concrètes pour surmonter ces épreuves et prévenir les difficultés financières grâce à la Garantie Accidents de la Vie.

COMMENT ?

La campagne repose sur un podcast narratif en 5 épisodes, diffusé sur les plateformes d'écoute et amplifié par un partenariat avec ELLE. Chaque épisode met en lumière une histoire vraie d'entraide et de résilience, illustrant les conséquences d'accidents de la vie et le soutien qu'une assurance peut offrir. Le podcast est renforcé par un article dédié sur Elle.fr et des posts sur les réseaux sociaux. Le format podcast a été choisi pour sa capacité à créer une connexion intime avec les auditeurs, offrant un écran à des récits à la fois émotionnels et pédagogiques.

Allianz France

Destins croisés – le podcast qui raconte la vie qui dérape et le soutien qui rattrape

LES RÉSULTATS

Campagne en cours : diffusion du 1er épisode le 11/12 puis mise en ligne tous les 15 jours jusqu'au 22/01

KPIs garantis :

- 75 000 écoutes sur les podcasts
- 8 500 visites sur l'article brand content
- 3,3M d'impressions

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Les principes de la communication responsable sont primordiaux pour Allianz France. Ainsi, nous avons choisi de travailler avec des partenaires engagés pour une démarche de production éthique et respectueuse.

D'un point de vue sociétal, nous avons choisi de mettre la lumière sur un sujet universel et pourtant peu discuté au quotidien pour en faire la pédagogie de façon authentique, sans sensationnalisme, en concertation avec les témoins pour préserver leur dignité. Enfin, la campagne met en avant des valeurs d'entraide et d'inclusivité, renforçant un message positif, en accord avec nos valeurs et celles de la société.