



Communiqué de presse

Paris, le 14 septembre 2010

## **« En 2010, roulons à « l'essentiel » avec la nouvelle offre assurance auto du Crédit Agricole**

**Avec 1,7 million de contrats auto en portefeuille à fin 2009, Pacifica, filiale de Crédit Agricole Assurances propose une nouvelle offre auto avec comme objectif de s'attacher à ce qui est essentiel pour les assurés : la prévention, les tarifs, la protection et la qualité de service. Cette offre est distribuée par Crédit Agricole et LCL. A cette occasion, Crédit Agricole lance une campagne de communication nationale dédiée à l'assurance auto du 13 au 24 septembre puis du 2 au 17 octobre 2010.**

Dans un contexte où les assurés font de plus en plus attention à la qualité et au tarif de leur contrat d'assurance auto, Pacifica poursuit, avec cette nouvelle offre, plusieurs objectifs :

- **Renforcer la protection des assurés avec une offre simplifiée et plus complète** articulée autour de deux gammes « Tiers » (tiers initial et tiers intégral) et « Tous risques » (tous risques initial et tous risques intégral). L'assuré peut, au sein de chacune de ces gammes, opter pour des garanties complémentaires afin de disposer d'une offre parfaitement ajustée à ses besoins et à son budget. Les règles de souscriptions sont par ailleurs élargies : acceptation d'un véhicule jusqu'à 130 000€, disparition de la désignation nominative des conducteurs novices et suppression de la franchise prêt de volant.
- **Répondre efficacement aux attentes tarifaires** avec une montée en gamme possible pour 1€ de plus par mois, une réponse tarifaire pour les conducteurs roulant peu (réduction de 2% à 12% pour moins de 5000km parcourus/an), une offre spécifique pour les jeunes conducteurs (pas de surprime pour les femmes et une surprime appliquée uniquement la 1<sup>ère</sup> année pour les hommes) et un avantage pour les bons conducteurs (2% de réduction supplémentaire chaque année...jusqu'à 20% de réduction au total).
- **Proposer de réels services d'assistance** avec la garantie *Assistance* + qui permet une assistance du véhicule dès 0 km pour tout évènement et la mise à disposition d'un véhicule de remplacement. La garantie *Indemnisation* + simplifiée, de son côté, l'indemnisation en cas de sinistre.
- **Développer la prévention** auprès des jeunes qui forment une catégorie à risque face aux accidents de la route avec, outre des avantages tarifaires, une proposition gratuite de stage post-permis réalisé sur circuit autour de thématiques précises ou dans le cadre d'un programme personnalisé et une remise de 5% sur le tarif la deuxième année notamment.

Cette nouvelle offre conserve par ailleurs les garanties protectrices de l'offre précédente telle que la protection corporelle du conducteur qui est étendue à tous les conducteurs dès les formules d'entrée de gamme.

La campagne assurance auto 2010 donne la priorité à l'essentiel en réaffirmant les valeurs fortes du Crédit Agricole en matière d'assurance : protection du conducteur, prévention envers les jeunes conducteurs, récompense pour bonne conduite et satisfaction clients.

La campagne est relayée :

- en télévision avec un film axé sur les préoccupations quotidiennes de nos clients et prospects et diffusé principalement en Prime Time et en Peak Time avec une présence importante sur les chaînes de la TNT.
- sur Internet avec, outre une campagne de bannières classiques, une campagne de buzz autour du stage post-permis relayée sur YouTube et sur Facebook afin de renforcer la notoriété du Crédit Agricole auprès de jeunes conducteurs.

### **Contacts presse**

#### **CREDIT AGRICOLE S.A.**

Anne-Sophie Gentil : 01 43 23 37 51  
Stéphanie Ozenne : 01 43 23 59 44  
service.presse@ca-assurances.fr

#### **CREDIT AGRICOLE ASSURANCES**

Elise Bouteiller : 01 43 23 80 71  
Camille Langevin : 01 57 72 73 36

#### **LCL**

Olivier Tassain : 01 42 95 54 77  
Pierre Baillet : 01 42 95 39 97



---

# Point presse campagne assurance auto

**Mardi 14 septembre 2010**

# Des campagnes qui rythment l'année



## Les campagnes de Crédit Agricole Assurances : un enjeu de promotion du métier assurance du Groupe



- Créent l'événement au niveau national
  - Répondent, par une offre précise, à des besoins exprimés
  - Permettent de fédérer les forces de ventes
  - Appuient les actions commerciales programmées sur l'année
  - Interviennent en complément des actions locales propres à chaque réseaux
  - Mobilisent toutes les forces commerciales des 2 réseaux des Caisses régionales et LCL
- 
- **Janvier** : campagne épargne
  - **Mai** : campagne prévoyance
  - **Automne** : campagne assurance dommages
  - **Fin d'année** : campagne en assurance vie

# Plan des interventions

- Résultats de Pacifica - 1er semestre 2010
- Marché de l'assurance auto
- Pacifica et la nouvelle offre auto
  - Patrick Duplan - Directeur général de Pacifica
  
- La campagne de communication auto 2010
  - Nicole Derrien - Directeur communication clientèle et sponsoring de Crédit Agricole S.A.

**Campagne du 12 au 24 septembre puis du 2 au 17 octobre 2010**

# 1

- Résultats de Pacifica - 1er semestre 2010
- Marché de l'assurance auto
- Pacifica et la nouvelle offre auto

**Patrick Duplan**  
Directeur général de Pacifica

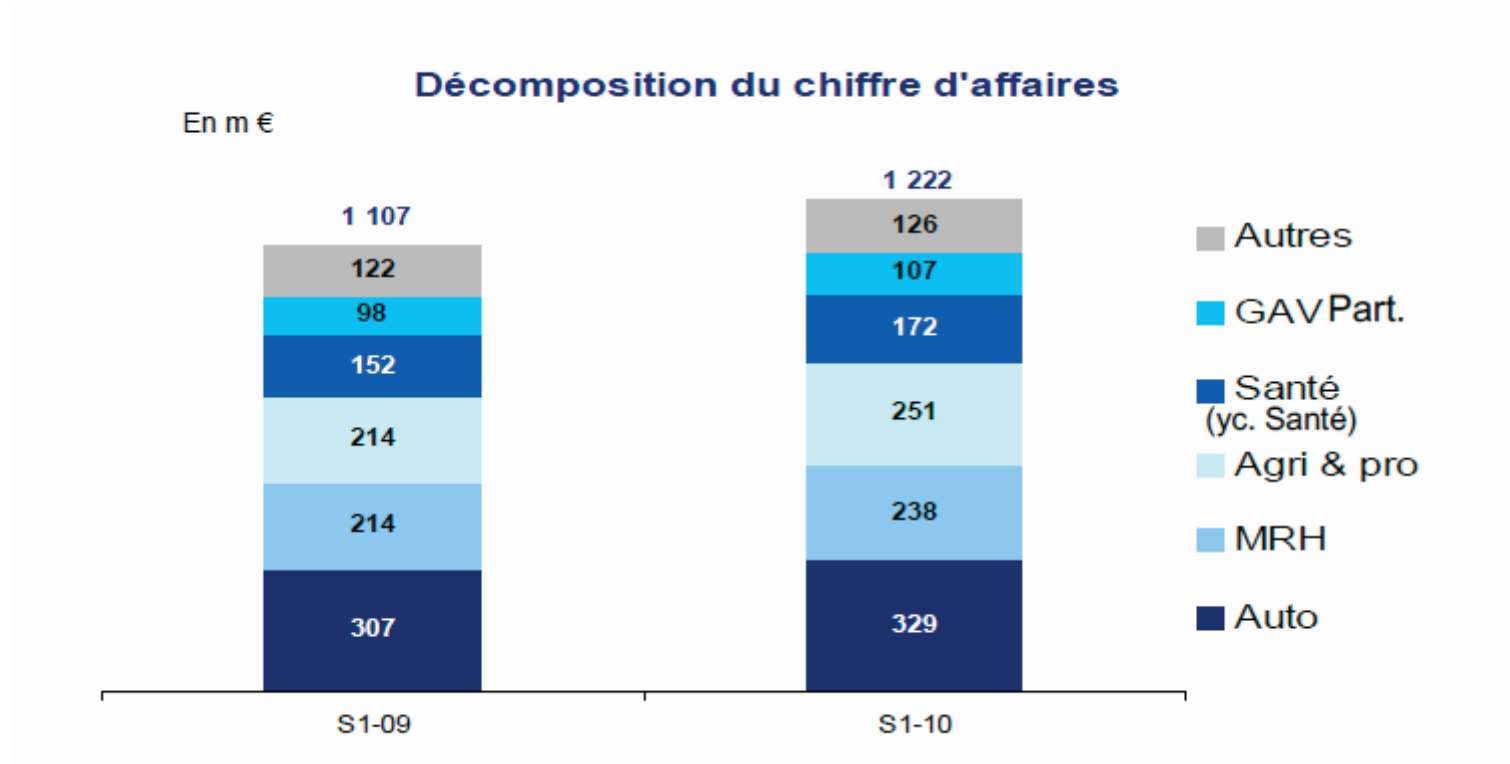
# Chiffres clés Pacifica



- 7ème assureur dommages en France
- 7,8 millions de contrats
- 780 000 sinistres ouverts
- 1,9 milliard d'euros de chiffre d'affaires, en croissance de 9%
- 1 300 collaborateurs dont 800 dans 17 unités de gestion de sinistres
- 95% de clients satisfaits de la gestion des sinistres de Pacifica

# Résultats de Pacifica - 1er semestre 2010

- Progression du chiffre d'affaires : + 10 % S1/S1 contre 3 % en moyenne pour le marché
- Impact sur le résultat net au T2-10 des inondations dans le Var limité à 6 m € après réassurance



# Le marché de l'assurance auto en France



- 1<sup>er</sup> budget assurance des ménages français qui font de plus en plus attention aux dépenses consacrées à leur auto
- Un marché toujours très concurrentiel : des offres toujours plus nombreuses et une communication très offensive incitent les consommateurs à comparer : 140 intervenants sur ce marché
- Des consommateurs exigeants, fragilisés par la crise ou simplement inquiets qui ressentent un plus grand besoin de protection

Pacifica adapte son offre à la demande du marché :  
renforcement de la protection des assurés, réponse aux attentes tarifaires et développement de la prévention

## Chiffres clés Pacifica en assurance auto



- 1,7 million de contrats en portefeuille (+ 4,6%)
- 528 millions € de chiffre d'affaires
- Une dynamique de développement qui s'accélère : 431 000 affaires nouvelles en 2009 (+ 10%)
- Chaque année pendant la campagne d'automne, une activité commerciale en augmentation de 26%

**De très bons résultats dans un contexte de forte concurrence**

# Enjeux de la campagne auto

La campagne assurance auto 2010 : un temps fort commercial qui vient soutenir une offre lancée en juin avec 130 000 nouveaux contrats attendus. 32 Caisses régionales relaient la campagne.

## 3 enjeux majeurs :

- Répondre aux besoins des clients
- Donner la priorité à l'essentiel en réaffirmant les valeurs fortes du Crédit

## Agricole en matière d'assurance :

- protection du conducteur
  - prévention envers les jeunes conducteurs
  - récompense pour bonne conduite
  - satisfaction clients
- Rester compétitif et innovant sur un marché concurrentiel et en perpétuel évolution

# La nouvelle offre auto de Pacifica : aller à l'essentiel !



## Renforcer la protection des assurés

- Offre simplifiée et plus complète autour de 2 gammes : gamme Tiers et gamme Tous risques
- Des garanties complémentaires pour disposer d'une offre ajustée à ses besoins et à son budget
- Des règles de souscriptions élargies

## Répondre aux attentes tarifaires

- Montée en gamme possible pour 1€ de plus
- Un tarif adapté aux conducteurs roulant peu
- Une offre spécifique pour les jeunes conducteurs
- Un avantage pour les bons conducteurs

## Proposer de réels services d'assistance

- Garanties *Assistance* + qui permet une assistance dès 0km et la mise à disposition d'un véhicule de remplacement et *Indemnisation* + qui simplifie l'indemnisation lors d'un sinistre

## Développer la prévention auprès des jeunes

- Avantages tarifaires (5% de remise la deuxième année notamment)
- Stage post-permis gratuit sur circuit

**Une offre plus simple et plus complète, distribuée par le Crédit Agricole et LCL,  
qui conserve les garanties protectrices de la précédente formule :  
protection corporelle du conducteur étendue notamment**

# 2

## ■ La campagne de communication auto 2010

**Nicole Derrien**

**Directeur communication clientèle et sponsoring de Crédit Agricole S.A.**

Parce que chacun a des priorités différentes,  
le Crédit Agricole se concentre sur l'essentiel



Une campagne qui met l'accent sur ce qui n'est pas négociable au  
Crédit Agricole...

- La qualité, la protection de l'humain, le suivi

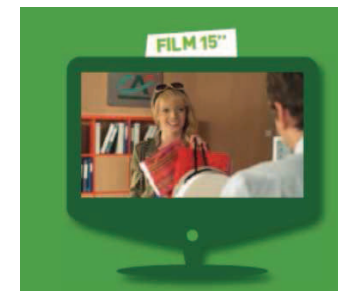
...et propose une nouveauté : la récompense de la bonne conduite

- Jusqu'à - 20% de réduction sur la cotisation des bons conducteurs
- Un stage post permis gratuit pour les jeunes



Au Crédit Agricole, l'essentiel n'est pas en option

Présence en TV et sur  
Internet du 12/09 au 17/10



En agence, une mise en avant des nouveautés...

ASSURANCE AUTO  
**L'ESSENTIEL  
N'EST PAS EN OPTION**

**20%<sup>\*</sup> DE  
RÉDUCTION**  
jusqu'à

**NOUVEAU** Avantage  
Bons Conducteurs

**CA**  
BANQUE & ASSURANCES  
UNE RELATION DURABLE.  
ÇA CHANGE LA VIE.  
[www.credit-agricole.fr](http://www.credit-agricole.fr)

Offre réservée aux clients CA Assurance Auto. Les conditions de l'offre sont détaillées dans le prospectus en annexe. \*Réduction maximale de 20% sur le montant de la prime d'assurance. La réduction est soumise à l'acceptation de l'offre par le client et à la réalisation de certaines conditions. Les conditions de l'offre sont détaillées dans le prospectus en annexe.

ASSURANCE AUTO  
**L'ESSENTIEL  
N'EST PAS EN OPTION**

**STAGE  
DE  
CONDUITE  
OFFERT**

**NOUVEAU** Avantage  
Jeunes Conducteurs

**CA**  
BANQUE & ASSURANCES  
UNE RELATION DURABLE.  
ÇA CHANGE LA VIE.  
[www.credit-agricole.fr](http://www.credit-agricole.fr)

Offre réservée aux clients CA Assurance Auto. Les conditions de l'offre sont détaillées dans le prospectus en annexe. \*Offre réservée aux jeunes conducteurs âgés de moins de 25 ans. Les conditions de l'offre sont détaillées dans le prospectus en annexe.



# Sortir d'une communication classique pour mieux interpeller les jeunes



Les jeunes veulent		Notre opération
...de vrais avantages	→	Un stage post permis gratuit
...qu'on aille les chercher là où ils sont	→	Une présence sur Internet : You tube, Facebook, bloggeurs
...qu'on les surprenne	→	Une création teasing innovante et esthétique



**FREIN'ART, FREINER EST TOUT UN ART**

# FREIN'ART, le freinage comme vous ne l'avez jamais vu

Une campagne bannière et une chaîne Youtube centrée autour de vidéos inédites

- **Le freinage au ralenti et sous différents angles : vidéo en caméra phantom (1000 images/secondes)**
- **De l'interactivité : possibilité d'intervenir dans la vidéo**

En toile de fond, un vrai message : savoir freiner, c'est essentiel



# Miser sur le buzz pour faire connaître notre opération

## Une présence sur les plateformes vidéos incontournables

- Chaîne dédiée You tube : : [www.youtube.com/FreinArt](http://www.youtube.com/FreinArt)
- Postage des vidéos sur Dailymotion et Vimeo

## Présentation à des bloggeurs en avant-première

## Mise en avant via notre page Facebook et notre compte Twitter

- Avec des quizz humoristiques sur Facebook pour créer la connivence  
[www.facebook.com/creditagricole](http://www.facebook.com/creditagricole)

## Bannières auto-promo / vidéos