

Communiqué de presse
Paris, le 3 septembre 2024

L'assureur Hiscox lance sa nouvelle campagne de notoriété centrée sur des métiers spécifiques

En cette rentrée, Hiscox signe **une nouvelle campagne de notoriété centrée sur des métiers spécifiques, avec une montée en puissance de ses investissements média en ligne et hors ligne**. Après une première campagne humoristique dévoilée en juin sur la difficulté de prononcer son nom, Hiscox profite de la rentrée pour mettre en avant une partie de ses métiers assurés en Responsabilité Civile Professionnelle (informatique, conseil, marketing et bien-être) parmi plus de 1 500 activités assurées.

Une campagne dédiée à des secteurs d'activités spécifiques couvertes par Hiscox

Reconnu à la fois pour son accompagnement des TPE/PME et des indépendants ainsi que pour sa connaissance pointue de secteurs spécifiques, l'assureur **Hiscox souhaite étendre davantage sa notoriété auprès de ces derniers, à travers des exemples de risques qui leur parlent**. On retrouve ainsi les trois grandes catégories suivantes :

- **Métiers de l'informatique et du digital** (par exemple, éditeur ou développeur de logiciels, d'applications mobiles, de jeux vidéo, conseil en systèmes d'information, en cyber sécurité, développeur web et UX, administrateur de base de données ou de réseau, architecte de systèmes d'informations, hébergeur, etc.)
- **Métiers du conseil et des services** (par exemple, conseiller en stratégie, en ressources humaines, en organisation, agences d'intérim, services à la personne ou aux entreprises, call centers, etc.)
- **Métiers du bien-être** (par exemple, masseur, esthéticien, coiffeur, tatoueur, coach sportif, yogi, etc.)

À travers des accroches humoristiques, **Hiscox présente de manière pédagogique des cas de sinistre concrets, auxquels peuvent faire face ces professionnels, avant de préciser la solution dont ils pourraient bénéficier** s'ils avaient souscrit une assurance RC Pro chez Hiscox.

« Nous souhaitons à la fois nous faire connaître plus largement des chefs d'entreprises (TPE et indépendants) et les sensibiliser aux risques qu'encourt leur activité, de manière pédagogique, tout en attirant leur attention de façon humoristique.

Nous voulions mettre au cœur de cette nouvelle campagne les problématiques que peuvent rencontrer nos assurés : leurs histoires. Grâce à notre connaissance de ces métiers, nous parlons de situations malheureusement ancrées dans leur réalité, tout en y apportant une dose de connivence.

En tant qu'assureur spécialiste, nous avons fait le choix de nous concentrer sur des secteurs dont nous comprenons les besoins et risques spécifiques, pour offrir la meilleure qualité de service. » Aude Robert, Directrice Marketing et Communication d'Hiscox.

L'assureur est toujours accompagné par **l'agence conseil Insign** dans la conception de la campagne, avec le soutien de **Mindshare** pour le déploiement de leur stratégie média.

Chaque publicité de 15s, **courte et impactante pour répondre aux contraintes d'un déploiement digital**, répond à une mécanique en trois temps :

- Risque rencontré dans l'exercice de ses fonctions ;
- Mise en cause potentielle ;
- Solution Hiscox.

Exemple « IT »

Exemple « Marketing »

Exemple « Bien-être »

Le style graphique et épuré reprend les codes couleurs historiques de la marque, véritable fil conducteur permettant de cadencer les messages. **Cette campagne reflète ainsi fidèlement l'identité d'Hiscox** : un assureur spécialiste reconnu, avec des équipes dédiées et engagées pour accompagner ses assurés.

Cela se traduit aussi sur le plan créatif par une animation dynamique reprenant les codes du digital, associée à des textes simples et clairs, sans pour autant chercher à faire peur ou culpabiliser les professionnels, car « cela peut arriver même au meilleur. »

« L'enjeu de différenciation créative dans l'assurance, où l'humain est déjà mis en avant, est central pour Hiscox. Dans cette optique, nous avons joué sur un territoire graphique minimaliste avec peu d'images, des textes simples et impactants, afin de poser clairement les problématiques et les enjeux. Les couleurs historiques de la marque, le noir et le rouge, nous permettent de créer des prises de parole distinctives et facilement attribuables à la marque. » **Franck Luminier, Directeur de création chez Insign.**

Un plan de diffusion pluri-média ambitieux

Cette deuxième vague se déploie via une alternance de spots publicitaires plus 'corporate' jouant sur le nom Hiscox et de spots par métiers diffusés en ligne. Les dispositifs activés combinent une **présence TV, Radio et DOOH pour une couverture rapide et massive ainsi qu'une stratégie digitale ciblée, adaptable et mesurable.**

Hiscox s'approprie également de nouveaux canaux de communication tels que TikTok ou les podcasts en adoptant leurs codes.

« Avec cette campagne, Hiscox est sorti des codes classiques de l'univers B2B en s'intégrant dans des contenus de divertissement diffusés sur des media hors ligne à l'exemple de la TV, la radio, des plateformes streaming ou sociales ainsi que des podcasts pour toucher leurs audiences professionnelles. Cette campagne 360° témoigne de la volonté d'Hiscox de s'imposer comme un acteur agile et incontournable de son secteur. » **Mélanie Sagon, Directrice Conseil chez Mindshare France.**

À propos d'Hiscox en France

Fondé en 1901, Hiscox est un assureur spécialiste qui assure près de 160 000 particuliers et professionnels en France depuis 30 ans. Pour accompagner au mieux ses clients, Hiscox distribue ses assurances via des courtiers, des partenaires bancaires ou assureurs mais aussi directement en ligne pour les TPE et indépendants. Assureur historique reconnu de l'Art, des biens d'exception pour la clientèle privée et des assurances de Kidnapping et Extorsion, Hiscox a su développer son expertise dans le domaine des assurances professionnelles, avec désormais plus de 1 500 métiers de services couverts. Grâce à sa connaissance approfondie des métiers de ses clients et de leurs risques, Hiscox propose des couvertures adaptées à leurs besoins et les accompagne avec ses experts avant, pendant et après un sinistre.

Chez Hiscox, l'humain fait la différence. Parce que tout part de l'histoire de ses clients. Assurer une histoire, ce n'est pas seulement protéger des biens : c'est protéger des parcours de vie, des entreprises et des projets qui l'écrivent. Et pour comprendre celle qui se cache derrière chaque contrat Hiscox, nos équipes prennent le temps d'écouter ce qui la rend unique.

En complément, Hiscox met à la disposition des particuliers et des professionnels ses rapports et baromètres, reconnus sur le marché, dans son Observatoire, afin de les tenir informés au sujet de 6 thématiques : la tech, le cyber, l'art, les véhicules de collection, les entrepreneurs et les tendances sociétales.

À propos d'Insign - Créé en 2010, Insign est une agence conseil indépendante qui aide les dirigeants à prendre plus vite de meilleures décisions. Le groupe, réparti sur plusieurs sites (Paris, Lyon, Dakar, Los Angeles, Tournon-sur-Rhône) est détenu à 45% par ses collaborateurs avec un investisseur unique (Evolem).

Notre métier : concevoir des solutions inédites, créatives et performantes pour pousser encore plus loin les engagements de nos clients et développer des modèles d'activités performants au service de marques toujours plus fortes. Pour cela, 200 consultants appliquent des modèles propriétaires qui combinent conseil, design et communication. Les clients Insign : ADA, Acadomia, Blédina, Renault Trucks, Fresh, La Poste, Bouygues Bâtiment, Institut Français, Interflora, Casden, BNP Paribas Personal Finance, PEFC, Cegid, Cdiscount, Manutan..."

A propos de Mindshare France - Mindshare, agence média de GroupM, regroupe plus de 9 000 talents répartis dans 86 pays.

Mindshare accompagne ses clients dans leur croissance ainsi que leur transformation media et digitale. Cette transformation, stratégique pour les annonceurs dans ce nouveau monde toujours plus digital et aux nouvelles exigences data et privacy, est devenue un sujet central chez Mindshare à la suite du rapprochement en 2023 avec l'agence Data Tech Neo.

Par la construction de marques fortes sur le long terme, par l'optimisation de leur performance business à court et moyen terme aussi bien que par leur montée en maturité dans un environnement média aux forts enjeux technologiques, Mindshare est le partenaire « Good Growth » des marques.
Parmi ses principaux clients : Ford, Allianz, Yoplait, MAIF, Nocibé, Ebro Premium, Zespri, Volvo, Essilor, GrandVision, Schneider Electric, Booking, TotalEnergies, Lufthansa, Hiscox.

Contact PRESSE INSIGN

Baptiste Romeuf - baptiste.romeuf@insign.fr - 06 63 80 87 54