

Dépendance, perte d'autonomie :

PRÉVOIR déploie son plan média en radio et en presse écrite pour sensibiliser le grand public

PRÉVOIR, précurseur sur le sujet de la dépendance des personnes âgées depuis plus de 20 ans, s'est donné une mission : sensibiliser le grand public sur cet enjeu majeur. Pour cela, un vaste dispositif est lancé actuellement, comprenant notamment un plan média en radio et en presse écrite, déployé sur plusieurs semaines.

Alors que la dépendance devient un sujet de société central dans le débat public et dans les préoccupations des Français, le Groupe d'assurances PRÉVOIR renforce aujourd'hui ses actions sur cet enjeu majeur. Il lance un vaste dispositif comprenant notamment une campagne de communication.

L'expérience et l'expertise de PRÉVOIR sur ce risque lui vaut d'être reconnu comme un acteur de référence sur son marché (au 3^{ème} rang des assureurs français pour les affaires nouvelles). La légitimité du groupe s'est construite à la fois autour de la protection de sa clientèle à revenus moyens, catégorie très concernée par la dépendance, et de son réseau de conseil à domicile, particulièrement adapté à l'approche d'un sujet aussi intime et délicat que la perte d'autonomie.



Le spécialiste de la protection des personnes a donc choisi de faire de la publicité dans des médias grand public.

L'objectif est de sensibiliser le plus grand nombre de Français sur le sujet de la dépendance, afin de les inciter à anticiper le risque de perte d'autonomie.

Un seul but : éviter la survenue d'une dépendance lourde et aider les personnes à vivre chez elles le plus longtemps possible. Cette idée-clé est le fil directeur de sa campagne de communication grand public : « Chez soi la vie est toujours plus douce qu'ailleurs ».

La campagne de communication s'articulera autour d'1 radio et de 4 titres de presse écrite, sur 3 semaines à partir du 18 octobre :

- RTL – 3 semaines de radio avec 126 spots de 30 secondes¹
- Télé 7 Jours – 2 semaines de campagne
- Télé Star – 2 semaines de campagne
- Télé Loisirs – 1 semaine de campagne
- Paris Match – 1 semaine de campagne

Contact Presse : Le Bonheur est dans la Com'

Ingrid Launay-Cotrebil / Aurélie Fitoussi
01 60 36 22 12 – launay@bcomrp.com / fitoussi@bcomrp.com

¹ Spots à écouter ici : <https://www.prevoir.com/nos-actualites/prevoir-publicite>

A propos de PRÉVOIR....

PRÉVOIR a créé il y a plus d'un siècle l'assurance populaire afin que chacun puisse protéger sa famille, en particulier, ceux qui en ont le plus besoin : les ouvriers, les employés.

Aujourd'hui, la mission de PRÉVOIR s'exerce aussi auprès des artisans-commerçants : être à leurs côtés, surtout en cas de coup dur.

Pour bien protéger les clients, les conseillers se déplacent, au domicile, au magasin ou à l'atelier, pour étudier leurs besoins professionnels et personnels, et leur proposer des garanties et services adaptés (prévoyance, santé, retraite, épargne).

Avec ses 1 600 salariés, PRÉVOIR est une entreprise de taille intermédiaire.

En France, son réseau de proximité est présent dans toutes les régions pour conseiller et accompagner ses assurés.

Pour plus d'informations : www.prevoir.com



@GroupePrevoir

PRÉVOIR : un acteur historique et majeur sur le marché de la dépendance

PRÉVOIR est un acteur historique de la protection de la personne et un intervenant majeur sur le marché de la dépendance.

Précurseur sur ce sujet depuis plus de 20 ans (premier contrat dépendance lancé en 1996), PRÉVOIR est en 2016 au 3^e rang pour les affaires nouvelles parmi les assureurs français sur le marché de la dépendance (en progression de 2 places par rapport à 2014).

A fin avril 2017, PRÉVOIR gère un portefeuille de 28 600 contrats dépendance. Le groupe a versé 2,1 M€ en prestations à ses assurés pour cette même année, et en cumul près de 11,2 M€ depuis la création du premier contrat dépendance en 1996.