Communiqué de presse

20 septembre 2012

TBWA CONÇOIT UNE CAMPAGNE à DOUBLE SENS POUR KBC

Ce qui intéresse principalement les gens dans leur portefeuille d’assurances, c’est le mot “portefeuille”. KBC a couplé cette idée avec la constatation que de nombreux consommateurs ne sont pas au courant qu’ils sont doublement assurés et ce, involontairement. Ils paient donc trop.

Ce thème de campagne avait déjà été utilisé il y a deux ans, et avait bien fonctionné. Ce qu’il nécessite aujourd’hui, c’est une nouvelle interprétation.

Cette année, TBWA veut donc jouer de manière originale avec l’affichage. Grâce à un plan média bien pensé, les affiches sont placées au-dessus, en-dessous, à côté et les unes contre les autres. Le principe ? Une affiche accuse l’autre d’être inutile : « être doublement assuré, c’est tout simplement inutile. Comme l’affiche de droite ». Ce concept humoristique se décline également sur des More o’ferrall, dans les gares et sous forme de posters double-face affichés sur les portes des magasins. À la TV aussi, deux spots passent l’un après l’autre, de manière à ce que le premier paraisse redondant et inutile. Enfin, sur la route, c’est l’affichage sur les bus qui interroge : êtes-vous prêt à payer deux fois pour un seul trajet ?

Bref, où que vous regardiez, difficile de l’ignorer ! Où que vous regardez, il sera difficile de ne pas les remarquer. Et qui sait, peut-être serez-vous tenté de rendre une visite à un assureur KBC avec votre dossier de compagnies d’assurances ?

**Pour plus d’infos, merci de prendre contact avec Jan Macken de chez TBWA au 02/6797500 -** [**Jan.macken@tbwa.be**](mailto:Jan.macken@tbwa.be)