

*« Vous passez tout votre temps à prendre soin des autres...  
et vous, qui prend soin de vous ? »*

## **KLESIA LANCE SA PREMIERE CAMPAGNE DE PUBLICITE AVEC HAVAS PARIS**

**SUR LES ECRANS TV A COMPTER DU 8 JUIN**

Trois ans après sa naissance, le groupe de protection sociale Klesia, qui entend accélérer le développement commercial de ses offres de complémentaires santé et prévoyance, prend la parole pour la première fois avec une campagne de marque confiée à l'agence Havas Paris en mars dernier. Diffusés sur les chaînes d'informations en continue à partir du 8 juin, deux spots (20') s'adressent aux professionnels et petites entreprises du secteur des services, en particulier les pharmacies et les transports qui constituent son marché de référence. Deux autres films Tv viendront compléter le dispositif au cours du mois de juin, jusqu'en fin d'année. La série de 4 films, sous la houlette créative de Christophe Coffre, est réalisée par Victor Carrey.

Sur un marché en pleine mutation (fin des clauses de désignation et obligation pour toutes les entreprises d'équiper leurs salariés d'une mutuelle santé), Klesia fait le choix de rappeler les fondamentaux de son métier avec une complicité souriante. L'assureur rend hommage aux professionnels des services, reconnus, compris et même choyés : *« Vous passez tout votre temps à prendre soin des autres... et vous, qui prend soin de vous ? »*. Démarrant comme des instants de vie amoureuse, les spots, construits sur la mécanique un quiproquo, soulignent une activité de professionnels au service des autres.

Le dispositif publicitaire prévoit également du sponsoring d'émissions économiques, ainsi qu'une campagne presse et web dans les titres spécialisés de la presse professionnelle.

*« Cette première campagne est très importante pour la marque Klésia. Certes, elle a pour objectif d'accompagner un développement commercial ambitieux mais elle installe aussi un ton et un territoire. Sur un marché très concurrentiel, partagé entre des acteurs installés et des nouveaux entrants bien décidés à se faire une place, la clarté et l'attractivité de la marque sont des atouts essentiels. »* explique Jean-François Rimoux, directeur de la communication de Klesia.

## **A propos de Klesia**

Avec 370 000 entreprises clientes en santé et prévoyance, 3,5 millions de personnes couvertes en assurance de personnes, Klesia est le 5<sup>e</sup> groupe de protection sociale du marché. Complémentaire santé prévoyance et retraite, tels sont les métiers du Groupe de Protection Sociale Klesia qui a placé la prévention et l'innovation sociale au cœur de sa stratégie avec la dépendance, l'action sociale et les services à la personne. Créé en juillet 2012, Klesia est présent partout en France et tout particulièrement auprès des professionnels des services (hôtels-café-restaurants, transports, pharmacies, fleuristes, etc.) qui constituent son cœur de marché.

Ses chiffres clés : 3 200 collaborateurs ; 6,7 Md€ de cotisations retraite complémentaire; 370 000 entreprises clientes ; 1,5 Md€ de chiffre d'affaires (hors retraite complémentaire) ; 3,5 millions de personnes couvertes.