

APRIL refond son territoire de communication pour accompagner sa dynamique d'ouverture et de transformation

Evolution de son modèle vers un modèle plus ouvert et multimarque, nouvelle gouvernance, nouvel actionariat : le groupe APRIL a ouvert en 2019 une nouvelle page de son histoire, qu'il a choisi d'illustrer à travers un territoire de communication rénové. Fortement orienté client, flexible, et plus coloré, il exprime résolument la personnalité dynamique, chaleureuse et singulière de la marque APRIL.

Un nouveau territoire de communication déclinable à l'infini pour porter l'ensemble des offres et expertises du groupe

Officiellement dévoilé en septembre, à l'occasion des Journées du Courtage, le nouveau territoire de communication APRIL permet de valoriser l'ensemble des communications institutionnelles, commerciales, événementielles et internes du groupe.



CONTACTS PRESSE INSIGN

Samantha Druon
07 64 01 74 35
samantha.druon@insign.fr

Ylhem Benhammouda
07 64 56 97 54
ylhem.benhammouda@insign.fr



Riche et souple, ce nouveau territoire s'appuie sur trois principes fondamentaux communs à toutes les communications du groupe :

● Le client d'abord

Le client, quel qu'il soit (courtier, assureur, assuré final, candidat...) est au cœur de chaque prise de parole ; ses besoins sont au centre des messages et des visuels.

● Authenticité et simplicité

Les prises de parole d'APRIL sont à l'image de ses solutions : simples, concrètes, inscrites dans le quotidien de ses clients.

● Un territoire graphique élargi

La gamme des couleurs a été étendue pour exprimer pleinement la personnalité dynamique et chaleureuse de la marque tandis qu'une forme issue du logo d'APRIL a été choisie comme élément graphique fort des supports de communication pour assoir sa singularité.



Un territoire 100% co-créé pour plus de facilité dans son utilisation

Une méthodologie collaborative avec l'ensemble des filiales du groupe a été adoptée pour co-créer ce nouveau territoire de communication, avec des sessions de travail pour constituer le socle, définir les attributs communs, et réagir sur la création graphique, jusqu'à la formation opérationnelle des équipes. Un brand book 100% digital a également été conçu pour faciliter la diffusion et l'appropriation du nouveau territoire. Ce territoire de communication a été co-construit avec l'agence Insign.

« Ce territoire de communication illustre et accompagne notre évolution tout en donnant un nouvel élan aux communications du groupe et de ses filiales. Il permet également d'affirmer, à travers une structure simple et une tonalité authentique et proche, la promesse de la marque de proposer une expérience de l'assurance toujours plus facile et plus accessible. »

Maya Raimbaud, Directrice de la Communication et de la Marque du groupe APRIL



À propos du groupe APRIL

Créé en 1988, APRIL est un groupe international de services en assurance implanté dans 28 pays, dont l'ambition est de proposer à ses clients une expérience de l'assurance plus facile et plus accessible. Ses 3 900 collaborateurs conçoivent, distribuent et gèrent des solutions spécialisées d'assurance (santé-prévoyance, dommage, mobilité et protection juridique) ainsi que des prestations d'assistance pour ses partenaires et clients - particuliers, professionnels et entreprises. Coté sur Euronext Paris (Compartiment B), le groupe a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires de 997,2 millions d'euros.

CONTACTS PRESSE INSIGN

Samantha Druon
07 64 01 74 35
samantha.druon@insign.fr

Ylhem Benhammouda
07 64 56 97 54
ylhem.benhammouda@insign.fr

