

Date : 28/03/12

## AMV mise sur le calembour

La compagnie d'assurance **AMV** (ex-Assurance **moto** verte) reprend la parole avec No Good Industry, agence de création intégrée de What's Next Partners. La campagne, résolument décalée, cherche à positionner **AMV** comme la référence incontestée de l'assurance **deux** - roues en la présentant comme «l'assurance des deux roux». Ce sont donc deux jeunes hommes roux qui sont mis en scène dans cinq spots et deux visuels, à travers des jeux de mots volontairement naïfs rappelant les engagements de la compagnie d'assurance. Diffusée en TV, presse et sur Internet depuis le 25 mars, cette campagne n'hésite ainsi pas à montrer des scouts pour évoquer l'assurance des «scoots» (scooters), ou encore à parler de «roux avant» et de «roux arrière».

## Évaluation du site

Site de l'hebdomadaire Stratégies. Il permet à ses abonnés de recevoir, tous les matins sur leur adresse e-mail, la lettre quotidienne électronique de la communication : Stratégies Newsletter.

**Cible**  
Spécialisée

**Dynamisme\*** : 60

\* pages nouvelles en moyenne sur une semaine