

www.moto-station.com

Pays : France

Dynamisme : 0

[Visualiser l'article](#)

## Assurance 2-roues : AMV fait sa promo

AMV est sans aucun doute l'un des grands noms de l'assurance 2 roues-motorisé depuis les années 70... et certainement pas le moins créatif . Sa dernière campagne vante avec humour son rapport garanties / prix affûté.



Créée en 1974 par Franck Allard, l'Assurance Moto Verte (AMV) a depuis conquis aussi les routes bitumées pour devenir l'un des plus gros assureurs moto / scooter français. Et pour ce faire, la promo est évidemment stratégique, ce dont l'assureur use il faut bien le dire avec talent. A l'image de sa fameuse saga publicitaire née en 2012 réalisée par WNP : "Oui, LES 2 ROUES(X) reviennent. Et cette fois, ils ne sont pas contents."

Depuis le 14 mars, les 2 acteurs investissent les réseaux sociaux (Facebook AMV et médias moto leaders) avec un sens de l'humour décalé mais pour le moins efficace. Après une semaine de teasing, où ils ont annoncé leur retour avec "*force calembours*", trois films d'une vingtaine de secondes lancent en TV et en digital le nouveau chapitre de cette communication pas comme les autres. Voyez plutôt :

Video : <https://www.youtube.com/embed/EMhnl3vVmt0?list=PLPSKi9hUVbkYUV4yCmwOh0RH80tBJFXqr>  
Message clé de cette campagne, la promotion d'un rapport garantie / prix affûté. Selon une enquête BVA\*, plus de 9 clients sur 10 s'en disent satisfaits. Pour ce faire, l'assureur annonce en 2016 une baisse générale moyenne de ses tarifs d'assurance deux-roues motorisé de 1% (pouvant aller jusqu'à 5% ou 10% sur certains profils, catégories de véhicules ou certaines garanties). AMV attribue ses résultats à sa gestion rigoureuse des risques, qui lui permet de développer sa politique tarifaire de stabilité et ainsi rendre la pratique de la moto et du scooter accessible au plus grand nombre. On ne peut que l'en féliciter.

www.moto-station.com

Pays : France

Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)



www.moto-station.com

\* 92% des personnes interrogées. Enquête en ligne menée par BVA pour AMV en 2015 auprès de 3752 clients (actuels, résiliés et abandonnistes).

D'après un communiqué AMV