

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

15 mars 2017

La nouvelle websérie humoristique d’Ethias démystifie le monde des assurances

En tant que client, il est souvent difficile de comprendre le jargon des assurances, dès lors, Ethias lance une websérie humoristique pour familiariser le public avec le vocabulaire des assureurs. La série, intitulée « *Avec François, c’est pas chinois* » sera visible sur Ethias Play, la chaîne YouTube d’Ethias. David Tornel, Marketing and Product Management Director chez Ethias : « *Nous pensons que cette initiative peut aider les ménages à mieux comprendre leurs assurances et ainsi leur permettre de gérer celles-ci avec plus d’autonomie en toute connaissance de cause.* »

Transparence et accessibilité

On reproche souvent aux assureurs l’utilisation de petits caractères, d’un langage trop complexe et trop vague.

De ce fait, l’univers des assurances reste relativement obscur et inaccessible aux yeux de beaucoup de monde. Les ménages ont donc souvent tendance à faire appel à des intermédiaires pour souscrire leurs assurances alors qu’ils pourraient tout à fait s’en charger eux-mêmes et éviter de payer des commissions. David Tornel : « *Peu de gens s’occupent de leurs assurances avec enthousiasme, pourtant tout le monde y est confronté un jour ou l’autre. Ethias veut changer la donne en rendant les assurances plus accessibles. L’assuré a tout intérêt à savoir ce que couvre ses assurances : il peut ainsi mieux cibler les produits qui l’intéressent et mieux se prémunir des conséquences d’un accident potentiel.* »

Grâce à cette websérie, des concepts tels que le bonus-malus, l’assurance responsabilité civile et les assurances omnium n’auront plus de secret pour personne. David Tornel : « *Chez Ethias, nous souhaitons ainsi concrétiser notre engagement d’accessibilité vis-à-vis de notre clientèle, car en tant qu’assureur direct nous y accordons beaucoup d’importance. Nous voulons également démontrer que les assurances destinées aux ménages sont loin d’être aussi complexes qu’il n’y paraît.* »

Le comportement des spectateurs évolue

David Tornel : « *YouTube est le deuxième plus important moteur de recherche après Google. Les Belges sont, chaque année, de plus en plus nombreux à regarder des vidéos sur leur smartphone. Si, grâce à cette campagne, nous parvenons à toucher un public que nous n’aurions pas pu toucher via les canaux classiques et si nous parvenons à lui expliquer les assurances de manière claire, moderne et accessible, nous aurons largement atteint notre objectif.* »

Pour de plus amples renseignements : Benoit Rigo, attaché de presse : 04 220 39 40



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Dès à présent, deux épisodes ont été mis en ligne sur Ethias Play.

Découvrez-les via ce lien :

https://www.youtube.com/watch?v=GvOG2VXuspo&list=PLlhBuAM-Vz0CO0Xa_dq9DDo42_e1g1dsH

Au total, 6 épisodes en français et 6 épisodes en néerlandais ont été tournés. Tous les quinze jours, un nouvel épisode sera mis en ligne sur la chaîne YouTube, Ethias Play.

Ethias prépare déjà activement la deuxième saison, dont la diffusion est prévue pour le second semestre 2017.

Ethias, assureur Vie et Non vie, s'engage à une relation mutuellement profitable avec ses partenaires du secteur public et leurs agents, avec les entreprises et avec les particuliers qui lui font confiance.

Elle s'engage à leur fournir des produits et des services de première qualité au meilleur rapport qualité/prix afin de garantir une rentabilité durable dans le respect de ses valeurs fondamentales d'humanisme, d'éthique, d'engagement et de proximité.