

# Nouvelle campagne pour LeLynx.fr



Diane Larramendy, directrice générale LeLynx.fr

Le comparateur d'assurance en ligne LeLynx.fr revient sur les écrans dans une campagne décalée et incarnée par l'acteur belge François Damiens. L'occasion de faire le point sur la stratégie publicitaire du groupe avec Diane Larramendy, directrice générale LeLynx.fr. **CC**

**Avec cette campagne, la communication de LeLynx.fr prend un tournant plus humoristique. Pour quelles raisons ?**

En cinq années, nous avons connu une importante progression de notre taux de notoriété qui atteint désormais 75 %. Cette augmentation rapide est liée à la mise en place de techniques de communication directes qui ont permis au tra-

vers de formats courts de faire connaître la marque. Nous sommes aujourd'hui entrés dans une autre phase : celle de créer un lien émotionnel fort entre LeLynx.fr et ses clients ou prospects. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de faire appel à François Damiens. Cet acteur, qui joue la carte de l'humour et de la dérision, incarne bien les valeurs de la marque. Tout comme LeLynx.fr, il a une importante notoriété en France et est en passe de devenir un grand nom.

**Quelle agence vous accompagne ? Quel parti pris dans l'exécution et le plan média ?**

L'agence de publicité Rosapark nous a accompagné pour la réalisation des quatre spots. Avec ces films, l'idée est d'adopter une démarche modeste et honnête. Il n'était ainsi pas question de faire passer François Damiens pour un client ou un prospect. Nous lui avons donc simplement fait jouer son propre rôle. Il faut bien avoir à l'esprit que les codes de consommation sont en train de changer en profondeur. Les consommateurs attendent des discours de sincérité et de transparence. Pour l'année 2016, nous avons prévu de diffuser les quatre spots sur les chaînes grand public avec un focus tout particulier sur M6, dont l'audience correspond bien à notre cible. Par ailleurs, nous intercalerons un film produit destiné à faire connaître notre offre, entre la diffusion de quatre spots plus émotionnels.

**Quid du budget ?**

Pour l'année 2016, nos dépenses publicitaires seront stables par rapport à l'année précédente, toujours dans une fourchette située entre 5 et 10 millions d'euros.