

LOVE
CHANGE

PUB
LICIS

CON
SEIL

LOVE
CHANGE

LOVE
THE
CHANGE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, 20 novembre 2023

Un nouveau chapitre stratégique pour « Know You Can » : *Et si on ne voyait plus le futur comme un risque ?*



Notre époque est confrontée à de nouveaux risques interconnectés et souvent imprévisibles qui créent un avenir incertain, pour tout le monde. Alors que de nouvelles vulnérabilités apparaissent, le besoin de protection devient encore plus urgent.

C'est le moment pour AXA d'insuffler à sa signature de marque un sentiment encore plus fort d'inclusion et de capacité à renforcer notre destin collectif, mais aussi d'exprimer un optimisme partagé envers l'avenir : **la conviction que le progrès peut et doit bénéficier à tous.**

AXA pose une question simple et interpellante : « *Et si on ne voyait plus le futur comme un risque ?* » pour écrire un nouveau chapitre de « Know You Can », et porter sa stratégie de marque pour les années à venir. Chaque année, un programme destiné au grand public donnera vie à cette question. En 2023, AXA a fait le choix de commencer par un sujet crucial que nul ne doit ignorer : les femmes.

Une campagne universelle : "Being a woman shouldn't be a risk"

Cette campagne met en lumière celles qui sont sous-protégées et sur-exposées aux risques. Les femmes, représentant 50 % de la population mondiale, font face à de multiples risques, de la santé à l'entrepreneuriat, du sport à l'éducation.

En parfaite adéquation avec la raison d'être de la marque AXA - *Agir pour le progrès humain en protégeant ce qui compte* - la nouvelle campagne donne vie à des engagements clairs sur les convictions de l'entreprise et les solutions apportées pour lutter contre l'exclusion et permettre le progrès du plus grand nombre.

Contact Presse :

Héloïse Mathon – heloise.mathon@publicis.fr – 06 25 35 74 47

LOVE
CHANGE

PUBLICIS
CONSEIL

CONSEIL

LOVE
CHANGE

LOVE
THE
CHANGE

La campagne s'articule autour d'un film émotionnel (60' + 30') tourné par Madeline Clayton. Il met en avant des scènes du quotidien de femmes exposées à des risques multiples, de la naissance à l'âge adulte. Le film ne positionne pas les femmes comme des victimes ni comme des super-héroïnes. Il expose des faits et nous amène à penser différemment. Il porte une vision optimiste du progrès et croit en notre capacité à aspirer à quelque chose de meilleur.

Découvrez le film : <https://youtu.be/mf1IriRuyo0>

Une campagne d'affichage réalisée par Peter Funch, mettant en lumière des statistiques interpellantes (*seulement 33 % des chefs d'entreprise sont des femmes...*), renforce ce propos et invite les gens à découvrir des solutions concrètes d'AXA, globales et locales.



Déploiement de la campagne : de juillet 2023 à 2024 à travers la France, l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Irlande, la Suisse, la Belgique, l'Indonésie, les Philippines, Hong Kong, le Japon, la Thaïlande et le Mexique.

Une démonstration tangible de la raison d'être d'AXA

AXA ne part pas de zéro. Au cours des deux dernières années, AXA a déployé à l'échelle mondiale et nationale des initiatives significatives qui répondent aux besoins des femmes et visent à gommer les inégalités de protection encore existantes.

C'est ce qui alimente cette campagne internationale : des actions concrètes menées en interne chez AXA ou en partenariat avec des acteurs de l'industrie, des ONG et le secteur public pour soutenir les femmes.

Ulrike Decoene, Directrice de la communication, de la marque et du développement durable du Groupe AXA : *"Les femmes sont confrontées à des risques différents tout au long de leur vie... C'est en adaptant nos offres et en repoussant les frontières de l'assurance que nous parviendrons à rendre la vie du plus grand nombre plus sereine, dans un monde plus juste et plus inclusif».*

À propos d'AXA:

Le Groupe AXA est un leader mondial de l'assurance et de la gestion d'actifs, avec 150 000 collaborateurs au service de 108 millions de clients dans 51 pays.

A propos de Publicis Conseil

Agence créative internationale basée à Paris, Publicis Conseil est en 2023, 1ère « Agence Française » et 2ème « Agency of The Year » des Cannes Lions avec 18 Lions dont 2 Grand Prix. Dirigée par Agathe Bousquet, Marco Venturelli et Alexandra Evan, l'agence accompagne ses clients depuis la France sur leurs différents marchés internationaux et compte parmi eux : AccorHotels, AXA, BNP Paribas, Carrefour, Castorama, Citeo, ENGIE, Fnac Darty, Groupe Seb, Harrys, L'Oréal, Nestlé, Orange, Renault, Sanofi, Saint Gobain, SNCF. Labellisée Agences Actives RSE par l'AACC et l'AFNOR avec le meilleur score de 3 étoiles, Publicis Conseil a été pour la 3ème fois agence internationale n°1 au Good Report en 2021. www.publicisconseil.fr

Contact Presse :

Héloïse Mathon – heloise.mathon@publicis.fr – 06 25 35 74 47



LOVE
CHANGE

PUBLICIS
CONSEIL

LOVE
CHANGE

LOVE
THE
CHANGE

Fiche technique :

Client: AXA GROUP

Agency: Publicis Conseil

Client team:

- Ulrike Decoene, Group Head of Communication, Brand & Corporate Responsibility
- Virginie Berçot, Global Brand Director
- Ida De Catuelan, Brand Expert
- Emma Oumeddour, Global Brand Project officer
- Jêrôme Amouyal, Media, Performance & Insights Director
- Marine Gissy, Global Media Manager

Agency account team:

- Patrick Leclercq, Global Client Lead
- Sylvain Michel, Client Services Lead
- Anne Schneider, Senior Account Director
- Maude Gourrier, Account Director
- Manon Rabette Gache, Account Manager
- Alastair Maclean, Head of Strategic Planning
- Antoine Collignon, Strategic Planner Lead

Creation:

- Marco Venturelli, CEO/CCO
- Steve O'Leary, Global Executive Creative Director
- Laura Aondio, Art Director
- Francesca Vitello, Copywriter
- Alexandre Perdereau, Art Director
- Lucie Puybonnieux, Art Director

TV & Digital production:

- Production: Armelle Sudron, Prodigious
- Production House: Grand Bazar
- Director: Madeline Clayton
- DOP: Thimios Bakatakis
- Executive Producer: Gaetan Le Goff
- Line Producer: Noemi March, Léa Villain Barachet
- Production Coordinator: Amélie Zibi

TV & Digital post-production:

- Post Production house TV: Prodigious
- Post producer: Alexia Besnarous
- Editor Dircut.: Zoé Sassier
- Editor: Yves Beloniak
- Grading artist: Simon Bourne (Company 3)
- Flame artist: Dan Niculescu
- Graphiste after effect: Dan Niculescu

Contact Presse :

Héloïse Mathon – heloise.mathon@publicis.fr – 06 25 35 74 47



LOVE
CHANGE

PUBLICIS
CONSEIL

CONSEIL

LOVE
CHANGE

LOVE
THE
CHANGE

Sound and Music:

- Sound & Music Production: Prodigious
- Track: Girls just want to have fun
- Autor: Robert Hazard
- Cover performed by Buzzy Lee, produced by Adam Gunther and Sasha Spielberg
- Creative director Sound Publicis France: Christopher Caurret
- Sound producer: Carsten Krueger
- Sony Music Publishing for 100% of the publishing rights

Print Production & Post-Production:

- Production: Armelle Sudron@Prodigious
- Photographer: Peter Funch
- Photographer Image Bank: Guillaume Nadaud
- Retouching: Artifices
- Process Manager: Cécile Cuzin

Contact Presse :

Héloïse Mathon – heloise.mathon@publicis.fr – 06 25 35 74 47