



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, 6 mai 2024

Être à son compte ne devrait jamais être un risque.



Notre époque est confrontée à de nouveaux risques interconnectés et souvent imprévisibles qui créent un avenir incertain, pour tout le monde. En 2023, lors du lancement de sa nouvelle stratégie de marque, AXA a posé une question simple et interpellante : **Et si on ne voyait plus le futur comme un risque ?**

L'assureur insuffle une vision forte et optimiste dans laquelle il doit, en tant qu'acteur mondial redoubler d'efforts pour réduire les inégalités et ainsi rendre le monde plus sûr, plus juste et plus inclusif pour permettre au plus grand nombre de vivre sereinement.

Après un premier chapitre qui met en lumière le fait que les femmes sont sous-protégées et sur-exposées aux risques de par leur genre, AXA aborde la vulnérabilité professionnelle à laquelle les indépendants sont exposés grâce à sa nouvelle campagne globale : **Être à son compte ne devrait jamais être un risque.**

Être indépendant ne devrait pas signifier prendre des risques supplémentaires, pourtant cela met souvent en évidence la vulnérabilité critique de ceux qui ne sont pas correctement protégés et qui sont sur-exposés aux risques. AXA vise à **célébrer les challenges et les victoires du quotidien des indépendants**, les reconnaissant comme la force motrice de notre économie mondiale.

La campagne s'articule autour **d'un film léger et touchant**, réalisé par Hoffman & Metoyer, illustrant avec réalisme et authenticité les difficultés auxquelles les indépendants peuvent être confrontés.

Des scènes de vie simples et parfois amusantes soulignent le message "Être à son compte ne devrait jamais être un risque" et positionne AXA comme **une marque qui les comprend**, et qui sait que ce n'est pas toujours facile.

La musique est **une cover de « I got you, Babe »** de Sonny & Cher par la chanteuse, musicienne et compositrice suédoise, El Perro Del Mar.

Découvrez le film : <https://youtu.be/LWDRPwuEv8k>

Contact Presse :

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



Une campagne d'affichage, réalisée par le célèbre photographe américain Brian Doben, présente une série de portraits d'indépendants dans leur quotidien.



Déploiement de la campagne: de Mai 2024 à 2025 dans 14 pays (France, Italie, Espagne, Allemagne, R-U, Irlande, Suisse, Belgique, Maroc, Turquie, Honk-Kong, Japon, Thaïland et Mexique.)

L'objectif étant de mettre en avant cette population bien souvent laissée de côté. AXA les protège en proposant des produits et des services pour eux. Ces solutions ne sont pas seulement accessibles en termes de prix, mais aussi adaptées aux besoins très spécifiques qu'ils ont.

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 pour la troisième fois en 2024. www.publicisconseil.fr

A propos d'AXA :

Le groupe AXA est un leader mondial de l'assurance et de la gestion d'actifs, avec 150 000 employés au service de 108 millions de clients dans 51 pays. <https://www.axa.com/en/about-us>

Fiche technique :

AXA

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

PUBLICIS CONSEIL

- Marco Venturelli, CEO/CCO
- Steve O'Leary, Global Executive Creative Director
- Nicolas Denis, Art Director
- Anthony Clouet, Copywriter
- Marie Wallet, Global Client Lead
- Anne Combe, International group account director
- Maude Gourrier, Account Director
- Marie Le Lanchon, Account executive
- Eva Chapiteau, Deputy head of Planning

PRINT PRODUCTION & POST-PRODUCTION

- Production: Armelle Sudron @Prodigious
- Photographer: Brian Doben
- Photographer Assistant: GAL Harpaz

Contact Presse :

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



- Photographer Image Bank: Guillaume Nadaud
- Retouching: Artifices
- Process Manager: Cécile Cuzin

TV & DIGITAL POST-PRODUCTION

- Post-Production house TV: Prodigious
- Post producer: Alexia Besnarous
- Editor Dircut: Yann Malcor
- Editor Film: Yves Beloniak
- Editor Digital: Fred Baudet
- Grading artist Film: Mathieu Caplanne
- Grading artist Digital: Clément Lefouest
- Flame artist: Sébastien Delecour
- After effect graphist: Mickael Hernandez (motion), Dominik Hajder (clean)

TV & DIGITAL PRODUCTION

- Production: Armelle Sudron, Prodigious
- Production House: HENRY
- Director: Hoffman & Metoyer
- DOP: Nicolas Karakatsanis
- Executive Producer: Jean-Luc Bergeron
- Line Producer: Erwan Collas
- Production Coordinator: Laetitia Geoffroy, Coline Havard

SOUND AND MUSIC

- Sound & Music Production: Prodigious
- Track: I got you babe
- Autor: Sony & Cher
- Cover performed by El Perro Del Mar
- Creative director Sound Publicis France: Christopher Caurret
- Sound producer: Carsten Krueger