



Comunicato Stampa

Milano, 8 giugno 2021

AXA Italia: la campagna #Insiemeperproteggerci brilla agli NC Awards Festival aggiudicandosi il podio

- Con la campagna #Insiemeperproteggerci il Gruppo assicurativo AXA Italia si aggiudica il premio “Miglior Campagna televisiva/cinema” nell’ambito degli NC Awards Festival;
- #Insiemeperproteggerci è la campagna, dal forte impatto emotivo e valoriale, andata on air in TV e sul web dal 26 aprile per tre settimane, con al centro i concetti di uguaglianza e protezione, in linea con la Ragion d’essere di AXA, “Agire per il progresso dell’umanità, proteggendo ciò che conta”;
- Assegnato il secondo posto alla main partnership con X Factor 2020 per le migliori campagne olistiche di “Banche e assicurazioni”.

Nell’ambito degli **NC Awards Festival**, tre giorni dedicati alle migliori campagne di comunicazione integrata e ai più innovativi progetti di loyalty e di reward, **AXA Italia sale sul gradino più alto del podio** vincendo il premio “Miglior Campagna televisiva/cinema” con **#Insiemeperproteggerci**.

#Insiemeperproteggerci, la campagna lanciata dal Gruppo assicurativo AXA Italia **nel pieno dell’emergenza Covid**, andata on air in TV e sul web dal 26 aprile per tre settimane e ideata da Publicis Italia, è caratterizzata da uno **storytelling che mette al centro le persone e la loro quotidianità** ed è stata articolata in una **video strategy dal forte impatto visivo ed emozionale**: attraverso gli occhi di un bambino che, durante l’emergenza, osserva dalla finestra le strade vuote della città e le mascherine sui volti delle persone, voleva far riflettere sul concetto di uguaglianza e sull’importanza di proteggersi a vicenda in un momento difficile, in linea con **la Ragion d’essere di AXA** “Agire per il progresso dell’umanità, proteggendo ciò che conta”.

Medaglia d’argento per il Gruppo assicurativo AXA Italia anche per essere stata **a fianco del talento come Main Partner di X Factor 2020**, nella categoria dedicata alle migliori campagne olistiche di “Banche e assicurazioni”.

Entrambi i riconoscimenti sono stati annunciati durante la cerimonia di premiazione in *live streaming* il 27 maggio.

Letizia D’Abbondanza, Chief Customer Officer del Gruppo AXA Italia ha commentato: «Siamo molto orgogliosi di questo doppio riconoscimento, in un anno così difficile e senza precedenti. Entrambi i progetti esprimono il nostro storytelling ispirato al nostro Purpose e la vocazione di AXA di essere un’assicurazione vicina alle persone, capace di trasmettere



protezione e di conseguenza fiducia verso se stessi e verso il futuro, in linea con la Brand Promise di AXA, “Know You Can”, in cui crediamo fortemente».

Con 153.000 collaboratori e 105 milioni di clienti in 54 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione.

La missione di AXA è aiutare i propri clienti a vivere meglio: per questo collaboratori e distributori presenti sul territorio lavorano ogni giorno per creare prodotti e servizi innovativi e diventare veri partner delle persone e della società.

In Italia oltre 4.000.000 di clienti si affidano ad AXA, forte di una rete altamente professionale di circa 650 agenzie, della compagnia digitale QUIXA Assicurazioni e primario partner bancassicurativo, a partire dal Gruppo Montepaschi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

AXA Italia

Direttore Comunicazione, CR e Public Affairs
Giorgia Freddi

Ufficio Stampa

Eleonora Mecarelli

eleonora.mecarelli@axa.it

06 50870257