

COMUNICATO STAMPA

AXA Italia insieme a Rai per il nuovo format di branded entertainment “La salute prima di tutto” targato Rai Pubblicità

E' iniziato domenica 1^a maggio “La salute prima di tutto”, il nuovo format di branded entertainment targato Rai Pubblicità e AXA Italia, per raccontare attraverso situazioni quotidiane gli elementi distintivi dell'assicurazione salute AXA.

La serie, realizzata da Rai Pubblicità, prevede 3 diversi episodi da 45” in onda fino al 29 maggio: un format che trasforma la pubblicità in un momento di intrattenimento, con protagonista l'offerta e i servizi salute di AXA Italia. Un'innovativa ed esclusiva modalità di racconto per il settore assicurativo, studiata per coinvolgere un pubblico attento e stimolare l'immedesimazione in situazioni di vita reale in cui l'esperienza con AXA Italia può fare davvero la differenza.

Protagonisti dei singoli episodi i servizi innovativi per il mercato come l'accesso veloce a esami e visite, il servizio di prenotazione, il video consulto con uno specialista, l'assistenza medica 24 ore su 24, la consegna farmaci a domicilio e molto altro.

La pianificazione degli episodi da 45” si articola su *Che Tempo che fa* ed *Elisir*, in uno spazio unico e premium, il Golden Minute, che garantisce massima e unica visibilità al brand. Per aumentare l'interesse e la curiosità dello spettatore, sono stati realizzati anche i cut da 15”, utilizzati come teaser e pianificati sui principali programmi Rai. La campagna digital massimizza la visibilità dei contenuti attraverso formati native, pre-roll e la realizzazione di una landing page dedicata esclusivamente ai 3 episodi.

A sostegno dell'autorevolezza dei contenuti AXA Italia e della naturalezza del messaggio, anche la presenza nelle stories di Filippa Lagerback.

*“Abbiamo scelto il format del branded entertainment targato Rai per fotografare in modo fresco e naturale, e allo stesso immediato e realistico, i possibili ostacoli che ognuno di noi si può trovare ad affrontare di fronte a un'esigenza di salute - ha commentato **Letizia D'Abbondanza, Customer Director del Gruppo AXA Italia.** Si tratta di un'innovativa modalità di storytelling per il settore assicurativo con cui mettiamo al centro il valore di prendersi cura della propria salute e di quella dei propri cari ed evidenziamo il ruolo di AXA che, grazie a un ecosistema*

distintivo di servizi salute, supporta concretamente le persone dove e quando serve, dimostrando con i fatti cosa significa proteggere ciò che conta”.

AXA Italia

Con 149.000 collaboratori e 95 milioni di clienti in 50 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