



Comunicato Stampa

Milano, 24 febbraio 2025

AXA Italia: i lavoratori autonomi di nuovo protagonisti in Radio e nel progetto branded realizzato da CAIRORCS Studio sulle piattaforme digitali de La Gazzetta dello Sport.

- Dopo il lancio in TV della campagna nel 2024, “Essere un lavoratore autonomo non dovrebbe essere un rischio”, AXA Italia sceglie di tornare in comunicazione sui social e sulle piattaforme audio (principali emittenti radio e Spotify), con due spot da 30”, e di rilanciare il progetto branded realizzato da CAIRORCS Studio sulle piattaforme digitali de La Gazzetta dello Sport.
- Il campione sportivo Massimiliano Rosolino è l’endorser d’eccezione del progetto, che dà voce a lavoratrici e lavoratori autonomi colti nel loro quotidiano e alle prese, nello svolgimento della loro attività professionale, con diversi contrattempi e imprevisti.
- 3 in totale le storie al centro delle iniziative, modulate nei due progetti ma contrassegnate in entrambi i casi da uno storytelling realistico e allo stesso tempo brioso e leggero: quelle di un barista, di una parrucchiera e di un calzolaio - nelle quali è facile riconoscersi.
- Sullo sfondo, la presenza costante di AXA al fianco di lavoratori autonomi, piccoli imprenditori, liberi professionisti, supportandoli nell’affrontare le molteplici sfide lavorative quotidiane.

Letizia D’Abbondanza, Chief Customer & External Communication Officer del Gruppo assicurativo AXA Italia:

“Torniamo al messaggio fresco e immediato della radio e a una strategia video con protagonista un campione come Massimiliano Rosolino, per raccontare i rischi e gli imprevisti a cui piccoli imprenditori e liberi professionisti possono andare incontro ogni giorno nello svolgimento della loro attività. Ancora una volta ribadiamo l’impegno ad essere al loro fianco, con soluzioni specifiche per i diversi settori, come bar e ristoranti, estetica e parrucchieri, artigiani, costruite a partire dall’ascolto diretto delle diverse esigenze”.

Prosegue l’impegno di AXA Italia nell’essere **vicina a lavoratrici e lavoratori autonomi in caso di piccoli e grandi imprevisti durante lo svolgimento quotidiano delle loro attività** professionali, attraverso un’offerta completa con **soluzioni dedicate e su misura per specifici settori - comprese risposte cucite sulle esigenze delle più piccole realtà imprenditoriali** - e la **consulenza evoluta e di valore della sua rete distributiva**.

Per dare seguito alla campagna, **“Essere un lavoratore autonomo non dovrebbe essere un rischio”**, AXA Italia sarà **on air 3 settimane dal 24 febbraio al 16 marzo con due spot da 30”** sulle principali emittenti radiofoniche e su Spotify. **Sui social gli spot saranno declinati in video da 11”** volti a ingaggiare l’audience.

A questa iniziativa si aggiunge un **progetto branded crossmediale, ideato e sviluppato da CAIRORCS Studio sulle piattaforme digitali de La Gazzetta dello Sport**, declinato con **un video channel dedicato, i social (IG e FB), lanci native editoriali dedicati e pianificazione video preroll**.



Al centro delle iniziative, **uno storytelling incentrato su casi reali, senza rinunciare a un tono leggero, spensierato e brioso**: quelle di un **barista**, alle prese con un problema di sovratensione che mette “ko” la macchina del caffè, di una **parrucchiera**, che durante l’applicazione di una tinta, inavvertitamente macchia la camicia della sua cliente, a cui si aggiunge, per il branded content, la vicenda di un **calzolaio**, vittima di un atto vandalico contro il suo locale. Tutte storie nelle quali è facile riconoscersi.

Nel progetto branded, inoltre, **cliente ed endorser d’eccezione nei 3 sketch video**, è un esuberante **Massimiliano Rosolino, pluricampione olimpico e mondiale di nuoto**, in simpatici e leggeri “a tu per tu” con i 3 piccoli imprenditori su esempi concreti di imprevisti e sfide quotidiane del loro lavoro, affrontati con maggiore serenità quando ci si affida a un partner in grado di dare un supporto concreto nel momento del bisogno.

Per maggiori informazioni: www.impreses.axa.it

AXA Italia

Con 147.000 collaboratori e 94 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

Responsabile External Communication,
Sustainability & Public Affairs
Giorgia Freddi

Ufficio Stampa
Eleonora Mecarelli

eleonora.mecarelli@axa.it
0 50870257