



Comunicato Stampa

Milano, 23 maggio 2019

La campagna My AXA vince il premio speciale Tecnologia & Innovazione ai 20° Interactive Key Award

- In occasione della 20° edizione degli Interactive Key Award, il Gruppo AXA Italia ha ricevuto il premio per la categoria speciale Tecnologia & Innovazione con la campagna “Upgrade your life – My AXA”.

In occasione della 20° edizione degli Interactive Key Award, il Gruppo AXA Italia ha ricevuto il premio per la categoria speciale Tecnologia & Innovazione con la campagna “Upgrade your life – My AXA”, dedicata all’app che permette di avere sotto controllo tutti i prodotti e i servizi offerti dal Gruppo, offrendo un’esperienza cliente innovativa, semplice, immediata e accessibile.

Al centro dello spot una customer journey veloce e trasparente, digital e paperless al 100% e connotata da servizi innovativi volti a diminuire lo stress e semplificare al massimo la burocrazia. Un ecosistema di servizi che fanno di My AXA uno strumento di empowerment per i clienti nei momenti di difficoltà - quelli del sinistro o in situazioni di emergenza - per dare al cliente il pieno controllo e azzerare stress e incertezze in processi storicamente considerati complicati.

Protagonista della campagna, uno spot multi-soggetto per la TV e il web, fresco ed elettrizzante, frutto della regia di Ivan Grbovic, regista australiano che ha condensato il suo stile ironico nei tagli da 70”, 40”, 30” e 15” e format innovativi per il web. La campagna è firmata Publicis Conseil e Publicis Italia.

“Siamo davvero orgogliosi di questo nuovo riconoscimento a una campagna che mette il cliente al centro, mostrando come AXA sia in grado di fornire soluzioni innovative, semplici e accessibili per aiutare le persone a vivere meglio” - ha dichiarato **Patrick Cohen, CEO del Gruppo assicurativo AXA Italia**. “Questa campagna sintetizza una serie di servizi distintivi che My AXA mette a disposizione nei momenti che contano, per dare al cliente il pieno controllo e azzerare stress e incertezze in processi storicamente considerati complicati. Questo è un altro passo nel nostro percorso di innovazione continua per rivoluzionare l’esperienza cliente”.

“Avevamo il chiaro obiettivo di cambiare tono di voce e modo di comunicare e con lo spot di My AXA abbiamo iniziato il nostro percorso per posizionarci come un vero partner per i nostri clienti” - ha dichiarato **Letizia D’Abbondanza, Customer Director del Gruppo AXA Italia**. “Continuiamo a reinventare il linguaggio del settore assicurativo rendendolo più chiaro e



semplice, ma soprattutto raccontando direttamente la voce del cliente e concentrandoci sempre su soluzioni concrete per semplificarci la vita dove e quando conta.”

Con 171.000 collaboratori e 105 milioni di clienti in 61 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione e primo brand assicurativo al mondo per il 10° anno consecutivo secondo la classifica Interbrand 2018.

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 4.000.000 di clienti si affidano ad AXA, forte di una rete altamente professionale di circa 650 agenzie, e primario partner bancassicurativo, a partire dal Gruppo Montepaschi.

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

Media Relations

AXA Italia

Alessandro Vanoni

Head of Communication, Contents & Engagement

alessandro.vanoni@axa.it

Eleonora Mecarelli

eleonora.mecarelli@axa.it

06 50870257

Ufficio Stampa

Edelman Italy

Claudia Galeotti

Claudia.Galeotti@edelman.com

02 63116.273

Arianna Casella

Arianna.Casella@edelman.com

02 63116.286
