



Nota de prensa

Madrid, 22 de mayo de 2018

LAS 100 MEJORES IDEAS DE ACTUALIDAD ECONÓMICA

La campaña de publicidad de Hogar de AXA, una de las seis mejores del año

- **Rodrigo Figueroa, director de Desarrollo Cliente de AXA, recogió el galardón que otorga Actualidad Económica**

La campaña de Hogar de AXA *Cuando no estás solo, puedes con todo* ha sido reconocida por Actualidad Económica como una de las seis mejores campañas de publicidad de 2017. La publicación ha hecho entrega hoy de los premios a las 100 Mejores Ideas del Año.

Para Rodrigo Figueroa, director de Desarrollo Cliente de AXA y persona encargada de recoger el galardón, "en un momento en que todas las marcas de seguros del mercado estaban comunicando el producto de Hogar de manera racional y funcional -precio, eficacia y rapidez-, en AXA tratamos de construir un mensaje con una fuerte dimensión emocional, centrada en las necesidades del cliente, que apelara más al valor de su hogar. Es un motivo de orgullo para todo el equipo recoger un premio cómo este".

Además en la campaña, desarrollada por Leo Burnett, se quiso destacar también el importante papel que tienen los mediadores y los reparadores, grandes aliados de las aseguradoras en cualquier momento, sobre todo cuando tiene lugar un siniestro.

La historia del spot, que gracias a sus buenos resultados vuelve a emitirse en TV, plantea un paralelismo entre una familia de pájaros, que tiene su nido en un árbol que crece junto a una casa, y la familia dueña de la misma. Pronto se descubre que, aunque parecía que ambas familias se encontraban solas ante la adversidad, ninguna de ellas lo estaba en realidad.

"AXA es una compañía con una visión renovada que aboga por la modernidad, humanización y simplicidad de la marca. Buscábamos una pieza de publicidad que consiguiera comunicar todos estos valores", asegura Figueroa. Y añade: "Cuando vemos que un trocito de nuestra identidad como es



nuestro hogar sufre por cualquier motivo, necesitamos que vuelva a la normalidad cuanto antes. Necesitamos sentir que “no estamos solos”. Si en ese momento alguien nos ayuda, podemos volver a nuestra normalidad porque “Cuando no estás solo, puedes con todo”. De ahí el claim de la campaña”.

La producción, a cargo de Blur Films, contó con un equipo técnico de gran prestigio donde destaca el director Ben Liam Jones, el estudio de animación, Passion Pictures y el músico, Fernando Velázquez, compositor de bandas sonoras como *Lo imposible* o *Un monstruo viene a verme*.

SOBRE AXA

El Grupo AXA es uno de los grandes grupos aseguradores de España, con un volumen de negocio total de más 2.300 millones en 2017, más de 3 millones de clientes y 5 millones de contratos. La compañía dispone de más de 7.000 puntos de asesoramiento y venta repartidos por todo el territorio nacional.

ESTA NOTA DE PRENSA ESTÁ DISPONIBLE en axa.es/saladeprensa



www.axa.es/acerca-axa/enlaces-redes-sociales

MÁS INFORMACIÓN:

Relaciones con los Medios:

Gema Rabaneda: 91 538 8603/ 669465054
gema.rabaneda@axa.es
Juan Jiménez: 91 538 87 36// 625042118
juan.jimenez@axa.es
comunicacioncorporativa@axa.es

Estrategia de Responsabilidad Corporativa

<https://www.axa.es/responsabilidad-corporativa/informes>

SRI ratings:

axa.com/en/investor/sri-ratings-ethical-indexes