

---

Paris, mercredi 13 décembre

---

## **La Macif laisse carte blanche à 7 sociétaires pour réaliser sa nouvelle campagne publicitaire.**

*Découvrez les films réalisés par et avec les sociétaires de La Macif :*

[https://youtu.be/tDAWzn\\_cNbU?si=TaIPH-N\\_MxC\\_IEJV](https://youtu.be/tDAWzn_cNbU?si=TaIPH-N_MxC_IEJV)

**DENIS** : <https://www.youtube.com/watch?v=qo9vCKcvBP8>

**IONA** : [https://youtu.be/BicO81V2uKs?si=NzROAZr\\_KWrYkKlc](https://youtu.be/BicO81V2uKs?si=NzROAZr_KWrYkKlc)

**SANDRA** : <https://youtu.be/SCmuU32f-kg>

**Ils ne sont ni acteurs, ni réalisateurs et pourtant, ils ont réalisé leur propre publicité : 7 sociétaires de la Macif sont devenus réalisateurs d'un jour et ont conçu la campagne 2023 de la Macif, sur l'idée de l'agence Espérance - The Good Company. Une carte blanche laissée aux sociétaires pour aller encore plus loin dans la démarche publicitaire « sans filtre » de la Macif. Cette fois, ce n'est pas seulement la parole des sociétaires qui est au cœur, mais leur imagination aussi.**

Cette nouvelle campagne - qui s'inscrit dans le nouveau territoire de marque de la Macif lancé il y a deux ans et qui lui a permis de devenir "La Marque Préférée des Français dans le secteur assurances" - est inédite parce qu'elle va au bout de l'idée originale de la démarche "sans filtre" qui nous guide. Cette fois, ce n'est pas seulement la parole des sociétaires qui est au cœur de la campagne, mais leur imagination pour illustrer, à leur manière, la relation forte qu'ils ont avec notre marque. Nos sociétaires sont les premiers ambassadeurs de la Marque Macif. **Philippe MOUCHERAT, Directeur de la communication Macif**

### **Montrer que l'on peut tout réaliser ensemble**

En confiant la réalisation de sa campagne à ses sociétaires, la Macif veut montrer que l'on peut réaliser de belles choses ensemble. C'est le sens de son impact d'assureur dans la vie des gens, en agissant pour et avec ses sociétaires. Et c'est le message qu'elle adresse dans cette campagne. Chacun des 7 films montre, de façon humaine et touchante, l'impact de la Macif dans la vie de ses sociétaires. Ces derniers ont été invités à témoigner de leur vécu et à imaginer la pub qu'ils feraient pour illustrer cet impact.

À l'instar de Sandra, sociétaire sourde, qui parvient à trouver son chemin et à avancer au quotidien grâce aux dispositifs de la Macif en langue des signes. Ou encore Denis, qui se sent comme chez lui

dans son agence Macif grâce à la proximité et l'écoute des conseillers. Soraya, qui a vécu une tempête de grêle et qui a voulu remercier son agence Macif avec ses gâteaux à elle. Iona, qui compare le fait de s'assurer à celui de faire ses courses : « ça ne doit pas être un luxe ». Ou encore Joseph, qui a participé à un atelier de prévention routière de la Macif et qui nous rappelle le bénéfice principal de ces ateliers : prendre la route et revenir en vie, pour retourner auprès de sa famille. Véronique, qui réussit à nous attendrir en parlant de pièce de réemploi pour sa voiture, adorée de ses petites filles, et qui peut rester dans la famille grâce à la Macif. Et enfin Bénédicte, directrice générale de Mobicoop, qui souligne l'impact de la Macif via sa fondation, sur le développement du service de covoiturage solidaire Rézo Pouce.



« Je ne m'attendais pas à voir autant de gens sur un tournage pour mettre en œuvre mon idée, je trouve ça incroyable que la Macif nous donne ces moyens là et aille jusqu'au bout de sa démarche. » **Iona P. sociétaire**

« L'idée est de mettre en place des moyens extraordinaires pour des gens ordinaires car aujourd'hui si il y a bien quelqu'un qui mérite d'être écouté c'est madame et monsieur tout le monde. » **Hadi Hassan-Helou, directeur de création**

## **Un dispositif extra-ordinaire pour mettre en avant l'ordinaire**

La Macif et Espérance - The Good Company ont mis à disposition des sociétaires de vrais moyens de tournage et de production. Des sessions de brainstorming ont été organisées pour leur permettre de trouver leur idée de film, de lieu, de décor, de mise en scène. Une production inédite s'est ensuite enclenchée, grâce aux équipes de Satellite My Love qui ont su magnifier les idées des sociétaires-réalisateurs.

**Résultat : 7 films, 7 tournages dans 7 lieux différents, 7 décors, le tout choisi et guidé par 7 sociétaires.**

**Les 3 premiers films de cette campagne seront diffusés à partir du 15 décembre** en TV, affichage, presse et digital intégrant notamment **un dispositif d'affichage digital interactif (DOOH), dont un inédit en langue des signes. Un spot teasing de 45 secondes** illustrant la démarche de cette nouvelle campagne sera diffusée durant les premiers jours en amont des films dans chaque tunnel publicitaire.

Du contenu additionnel également conçu par les sociétaires sera publié sur les réseaux sociaux. Making-off, contenus TikTok, retour d'expérience,... les sociétaires/réalisateurs sont allés au bout de l'exercice en gardant la main sur l'ensemble de la communication déployée autour de la campagne.

## **Une campagne labellisée Production Responsable®**

Depuis le début de la saga lancée en 2021, la Macif et Espérance - The Good Company ont adopté une démarche d'éco-production pour chaque tournage en faisant appel à Secoya pour les accompagner et réduire les impacts écologiques de ses productions. Les leviers sont nombreux :

réduction et gestion des déchets, sourcing des produits pour le catering et la régie, éco conception des décors, choix des lumières et des transports... Aujourd'hui, ce dernier chapitre de la saga Sans Filtre reçoit pour la seconde fois label officiel et indépendant Production Responsable®. Ce label, le premier du secteur lancé par Secoya le 7 novembre 2022, va plus loin qu'une démarche d'éco-production en couvrant toutes les dimensions de la RSE. Il sera délivré aux projets ayant mesuré leurs impacts de leurs actions en faveur de la transition écologique, énergétique et sociétale. Il se base sur une méthodologie couvrant 20 critères de RSE validés et mesurés individuellement, répartis sur 10 thématiques développées à partir des grands référentiels de conformités (ODD de l'ONU, Normes ISO 20121, ISO 26000). De plus, les critères de l'évaluation s'appuient sur les recommandations des institutions de référence (CNC, Ministères, ADEME).

### **Un Effie d'Or deux années consécutives : une première !**

Pour la première fois dans le secteur "banque et assurance", une marque est récompensée par un double Effie d'Or deux années de suite. Cette année encore, lors de la 30<sup>ème</sup> édition d'Effie France organisée par l'AACC et l'Union des marques, le jury composé de professionnels a consacré l'authenticité des films et leur efficacité en décernant à la campagne 2023 de La Macif le prix Or de la catégorie « banque et assurance ».

### **Fiche technique**

> ANNONCEUR : Macif

Directeur de l'engagement : Alban Gonord

Directeur de la communication : Philippe Moucherat

Responsable Marque et Publicité : Karine Wardé

Responsable communication publicitaire : Emmanuelle Delly

Chargée de communication : Laura Lafargue

> AGENCE : Espérance - The Good Company

Responsables Agence : Luc Wise, Julien Quidor dit Pasquet

Responsables de la Création : Hadi Hassan-Helou

Directeur artistique : Eva Hugué, Joackim Henein

Copywriter : Joëlle Elhajj

Cheffes de projet : Léna Maignan, Carène Bosseboeuf

TV Productrice : Barbara Vaira

Responsable RP : Nicolas Brodiez

> PRODUCTION : Satellite my love

Réalisateurs : Les sociétaires Macif : Iona P., Denis B., Sandra R., Joseph P., Bénédicte R., Soraya H., Véronique J., et Olivier Lemaire

Producteur : Alain Dib

Directeur de production : Karim Bekdache

Directeur de la post-production : Omar Cabbabe  
Post-Production : Backup  
Photographe : Matthieu Lienart

> PRODUCTION SON : The

> AGENCE MEDIA : Novad - Values

## **A PROPOS D'ESPÉRANCE - THE GOOD COMPANY**

The Good Company est une agence créative et responsable de naissance qui s'adresse aux marques qui souhaitent développer une communication plus responsable. Agence citoyenne et engagée, The Good Company est une entreprise à mission, en cours de certification B-Corp et également membre de 1% for The Planet. Les salariés détiennent 20% du capital de l'agence, quel que soit leur niveau hiérarchique. En mai 2021, The Good Company a lancé sa filiale Espérance dédiée aux acteurs de l'économie sociale et solidaire.

Pour en savoir plus : [www.thegoodco.fr](http://www.thegoodco.fr)

## **Contact presse The Good Company - Espérance :**

**Nicolas Brodiez** - BEYOND - 06 15 93 52 10 - [nbrodiez@beyond-pr.com](mailto:nbrodiez@beyond-pr.com)

**A propos de la Macif** • Assureur mutualiste, la Macif protège au quotidien ses 5,7 millions de sociétaires et clients avec des offres et services simples et utiles en assurances dommages, santé-prévoyance et finance-épargne. La Macif a réalisé un chiffre d'affaires de près de 6 milliards d'euros en 2022. Gérant plus de 18 millions de contrats, elle compte près de 11 000 salariés qui exercent tous en France au sein d'un réseau de plus de 450 points d'accueil physiques et téléphoniques. La Macif a été certifiée Top Employer 2023 et a été élue marque préférée des Français dans la catégorie Compagnies d'assurance en 2022. Depuis janvier 2021, elle est affiliée à Aéma Groupe. Aéma Groupe, né du rapprochement entre Aésio Mutuelle et Macif, imagine chaque jour les contours d'un monde plus juste et plus humain en plaçant la prévenance au cœur de la relation avec ses adhérents, sociétaires et entreprises clientes. Plus d'infos sur [www.macif.fr](http://www.macif.fr).

## **Contacts presse :**

**Caroline Lemarchand** • 06 28 11 56 37 - [clemarchand@macif.fr](mailto:clemarchand@macif.fr)

**Marina Ducros** • 06 13 55 57 98 - [mducros@macif.fr](mailto:mducros@macif.fr)