

Paris, le 10 décembre 2024

La Macif lance la première campagne de publicité « en circuit court » à partir du 15 décembre 2024.

Depuis 3 ans, la Macif donne la parole à ses sociétaires, pour une communication sans filtre, sans scénario. Aujourd'hui, la Macif et Espérance – The Good Company vont encore plus loin en lançant la première campagne publicitaire totalement désintermédiée. Venus initialement pour leur rendez-vous à l'agence de Saint-Maximin, les sociétaires se retrouvent quelques mois plus tard au cœur de la campagne publicitaire de leur assureur. Découvrez la campagne à partir du 15 décembre.

Vidéo #1 présentation de la campagne [ICI](#)

Vidéo #2 [ICI](#)

"Dans la continuité de notre territoire de marque "la Macif c'est vous" dévoilé il y a trois ans, nous donnons encore et toujours la parole à nos meilleurs ambassadeurs : nos sociétaires. Quoi de plus vrai, de plus authentique qu'une réalisation sans script, sans directives pour parler de nous sans filtre, avec son lot de spontanéité qui donne le sourire. C'est avec cette démarche originale, sincère et unique que nous sommes devenus "La Marque Préférée des Français dans le secteur assurances" et qu'avec fierté nous la poursuivons via des campagnes plus vraies que nature, qui leur ressemblent."

Philippe MOUCHERAT, Directeur de la communication Macif

La Macif installe une boîte à casting en agence et laisse ses sociétaires improviser sa nouvelle campagne en circuit court.

Parce qu'ils sont au cœur de l'entreprise, la Macif met ses sociétaires au cœur de sa communication. Pour la quatrième année consécutive, la Macif donne la parole à ses sociétaires en désintermédiant cette fois totalement la production pour aller au bout de sa démarche. Pas de directeur de casting, pas de réalisateur, pas de grosse machine de production : un simple « photomaton » installé dans le hall de l'agence de Saint-Maximin (60) pendant 3 jours. En attendant leur rendez-vous, les sociétaires Macif ont été invités à participer à l'expérience et à répondre aux questions de la « boîte à casting » : *"comment avez-vous connu la Macif et pourquoi l'avez-vous choisi ?"* ou encore *"Pour vous, c'est quoi la Macif ?"*. Sans aucun filtre, sans aucun script, une soixantaine de sociétaires, dans toute leur diversité, défilent ainsi face caméra pour témoigner spontanément de leur relation à la Macif. Un dispositif unique, interactif et radicalement authentique qui permet à chacun de devenir acteur de la prochaine campagne publicitaire de la marque, et démontrer une nouvelle fois que « La Macif, c'est vous ».



Une campagne sans filtre, 100% sociétaire.

De cette initiative originale naît une campagne déclinée en TV, en affichage, en presse et en digital, qui sera diffusée à partir du 15 décembre. L'impact de la Macif sur la vie de ses sociétaires, la recommandation entre pairs et le prix sont les trois thématiques phares abordées dans cette nouvelle campagne. Chaque témoignage sans filtre démontre de manière touchante à quel point les sociétaires se retrouvent dans les valeurs et le modèle de la marque et viennent confirmer le titre de "Marque préférée des Français" de la Macif.

Cette campagne marque ainsi l'affirmation et le renouvellement de l'expression publicitaire de la Macif. Un territoire radicalement sans filtre qui sera déployé en 2025, sur les différentes prises de parole de la marque.

« *On connaît les vertus du circuit court dans la chaîne alimentaire. Là c'est le circuit court de la communication, avec le moins d'intermédiaire possible pour une parole encore plus vraie.* », **Hadi HASSAN-HELOU, Directeur de création – Espérance-The Good Company**

L'authenticité récompensée de bronze aux Effies !

Cette année, lors de la 31^{ème} 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 bronze de la catégorie « banque et assurance », après deux prix Or en 2022 et 2023. Et pour la première fois, la Macif remporte un Effie de bronze dans la catégorie "Efficacité dans la durée". La preuve que l'authenticité prime dans la durée !

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 : Anaïs Fabre

Chargée de communication : Laura Lafargue, Camille Lainé

> AGENCE : Espérance - The Good Company

Responsables Agence : Luc Wise, Julien Quidor dit Pasquet

Responsables de la Création : Hadi Hassan-Helou

Directeur artistique : Antoine Dausse, Joackim Henein

Copywriter : Pauline Romagole

Cheffes de projet : Léna Maignan, Garance Askevis, Chloé Vuidel

TV Productrice : Barbara Vaira

> PRODUCTION : 181°

Réalisateur : Jean-Michel Hua

Directrice de production : Claire Bléquy

Directeur de la post-production : Chloé Juillard

Post-Production : Firm studio

> PRODUCTION SON : Nick McKerl

> AGENCE MEDIA : Novad - Values

A PROPOS DE 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

A propos de la Macif ● Assureur mutualiste, la Macif protège au quotidien ses 5,8 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 6,7 milliards d'euros en 2023. 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 2024 et a été réélue marque préférée des Français dans la catégorie Compagnies d'assurance en 2024.

Macif, une marque Aéma Groupe ● Aéma Groupe est le groupe mutualiste de protection né du rapprochement entre AÉSIO mutuelle et Macif. Avec l'acquisition d'Abeille Assurances en 2021 suivie de la création d'Ofi Invest en 2022, Aéma Groupe est désormais le quatrième acteur de l'assurance en France et réalise un chiffre d'affaires de 16 milliards d'euros en 2023. Ses plus de 20 000 collaborateurs et 1 800 délégués œuvrent au quotidien pour accompagner et protéger plus de 11 millions d'assurés. Multimarkets, multi réseaux et multimétiers, Aéma Groupe couvre l'ensemble des besoins de protection (assurance dommages, santé-prévoyance, épargne-retraite et gestion d'actifs). Mutualiste dans l'âme, activiste par conviction, Aéma Groupe veut apporter des réponses éclairées, constructives et humaines face aux grands enjeux de protection liés aux transitions actuelles. En poursuivant la construction d'un acteur mutualiste de premier plan, il crée un modèle inédit, hybride et ouvert capable d'apporter des solutions plus justes, plus

adaptées au monde d'aujourd'hui et de demain.

Contacts presse :

Joanne Benhaim • 06 62 65 11 66 - jbenhaim@macif.fr
