

Paris, le 9 décembre 2025

La Macif dévoile le nouveau chapitre de sa communication : une rencontre sans filtre pour résolument signifier sa différence mutualiste

La Macif laisse ses sociétaires faire sa publicité sans filtre depuis 4 ans, dans le cadre de son territoire de marque. Aujourd'hui, fidèle à son état d'esprit, elle pousse l'expérience encore plus loin. Cette année, la "boîte à casting" se rend en agences, à Cergy-Pontoise (95) et à Saint-Herblain (44) pour accueillir des duos de sociétaires qui ne se connaissent pas et se rencontrent pour la toute première fois devant la caméra. Une nouvelle campagne en circuit court, sans casting ni scénario, qui capte sans détour toute la différence mutualiste de la Macif. À découvrir à partir du 14 décembre 2025.



>> Une campagne qui se regarde comme une rencontre.

En décembre 2024, la Macif avait installé "sa boîte à casting" dans l'agence de Saint-Maximin (60), au cœur même du quotidien de ses sociétaires. Le dispositif était à la fois simple et radical : faire entrer les sociétaires dans un espace sans artifice, face à une caméra, et les inviter à témoigner librement, avec leurs propres mots.

Pour la première fois, "la boîte à casting" de la Macif accueillera une trentaine de duos de sociétaires qui ne se connaissent pas, ne se sont jamais vus et n'ont aucune histoire commune... ou presque. Ils sont réunis, non pas par un hasard de casting, mais des valeurs et une expérience communes. On découvre alors face caméra qu'ils partagent la même fidélité à la Macif, la même satisfaction d'être assurés par une assurance qui les considère, et le même attachement au modèle mutualiste.

« Avec cette campagne, nous faisons un pas de plus dans notre démarche sans filtre : faire se rencontrer deux sociétaires qui ne se connaissent pas, mais se reconnaissent spontanément à travers les mêmes valeurs mutualistes incarnées par la Macif. C'est un pari d'authenticité qui fonctionne, car leurs différences s'effacent devant ce qu'ils partagent. Leur diversité fait la richesse de la Macif, et leur parole brute révèle mieux que n'importe quel slogan ce qui fonde notre ADN mutualiste. » **Philippe Moucherat, Directeur de la Communication**

Sans filtre, sans script, ces duos de sociétaires témoignent spontanément face caméra de ce qui fonde leur relation à la Macif : la proximité géographique et relationnelle, leur rapport aux valeurs mutualistes, l'idée d'une assurance intergénérationnelle. Des thèmes évoqués par les sociétaires qui donnent à la marque toute sa singularité. Un dispositif unique qui permet aux sociétaires d'être une nouvelle fois les acteurs naturels de la nouvelle campagne publicitaire de la marque, et de démontrer une nouvelle fois que « La Macif, c'est vous ».

« On a réuni des gens qui n'ont, en apparence, rien en commun. Puis la discussion commence... Et soudain, tout se rejoint : leurs valeurs, leurs histoires, leurs raisons d'y croire. » **Hadi Hassan-Helou, Directeur de création Espérance-The Good Company**

Cette campagne sera diffusée à partir du 14 décembre 2025 pour trois semaines, avec un dispositif média d'ampleur. On retrouvera ces duos de sociétaires à la télévision, en affichage et en DOOH, en presse nationale et PQR, en audio digital et en digital. Cette diffusion multi-canal permettra de poursuivre l'installation de ce territoire publicitaire singulier.



L'authenticité récompensée d'argent aux Effies !

Cette année, lors de la 32^{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 récompensant - pour la quatrième année consécutive - la Macif d'un Effie. Un prix d'argent dans la catégorie "Efficacité dans la durée". La preuve que l'authenticité prime (encore une fois) dans la durée !

Fiche technique

> ANNONCEUR : Macif

Directeur de l'engagement : Alban Gonord
Directeur de la communication : Philippe Mouchérat
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 : Joackim Henein, Vincent Dubois
Copywriter : Pauline Romagole
Cheffes de projet : Léna Maignan, Garance Askevis, Léa Haudry, Chloé Vuidel
TV Productrice : Barbara Vaira

> PRODUCTION : 181°

Réalisateur : Jean-Michel Hua
Directrice de production : Claire Bléquy
Post-Production : Firm studio

> PRODUCTION SON : THE studio

> AGENCE MEDIA : Novad - Values

Contact presse Macif

Caroline Lemarchand • 06 28 11 56 37 – clemarchand@macif.fr

Contact presse The Good Compagny : thegoodpress@thegoodco.fr

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 6,37 millions de sociétaires adhérents ou 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 6,95 milliards d'euros en 2024. Gérant plus de 19 millions de contrats, elle compte près de 12 000 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 réélue marque préférée des Français dans la catégorie Compagnies d'assurance en 2024.

Macif, une marque Aéma Groupe • Mutualiste dans l'âme, activiste par conviction, Aéma Groupe est le groupe mutualiste de protection né du rapprochement entre Macif et AÉSIO mutuelle. Avec l'acquisition d'Abeille Assurances en 2021 suivie de la création d'Ofi Invest en 2022, Aéma Groupe réalise un chiffre d'affaires de 16,1 milliards d'euros en 2024. Ses plus de 20 000 collaborateurs et 1 800 délégués œuvrent au quotidien pour accompagner et protéger 12,1 millions d'assurés. Multimarques, multiréseaux et multimétiers, Aéma Groupe couvre l'ensemble des besoins de protection (assurance dommages, santé-prévoyance, épargne-retraite et gestion d'actifs). 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.
