



## ANOTHER GREAT CAMPAIGN FROM PUBLICIS GROUPE

NL (version FR suit ci-dessous):

### Publicis Groupe lanceert 'Steun is goud waard'-campagne voor AXA met Nafi Thiam

Enkele maanden geleden kwam AXA Verzekeringen in het nieuws met de aankondiging dat Nafi Thiam gedurende haar hele sportieve loopbaan AXA-ambassadrice zou blijven. Bovendien engageert AXA zich om de atlete te steunen bij alle volgende stappen in haar leven. Een bijzonder geslaagde wederzijdse samenwerking en een echte merkverbintenis. Nafi is sinds 2019 het gezicht van de AXA-campagnes en belichaamt het idee dat je dankzij vertrouwen jezelf kunt overtreffen, zolang je maar goed omringd bent. Met de ondertekening van dit levenslange partnerschap - dat dus niet meer noodzakelijk gekoppeld zal zijn aan de atletische prestaties van Nafi - wil AXA haar positionering als menselijke verzekeraar versterken, met een aanbod van producten en diensten voor elke Belg, klaar om klanten te ondersteunen in goede en minder goede tijden.

Dit jaar zullen we hoe dan ook kunnen genieten van de sportieve evolutie en prestaties van Nafi tijdens de Olympische Spelen in Parijs. Om de blijvende steun van AXA en van alle mensen die ons dagelijks vooruithelpen in de verf te zetten, bedachten AXA Verzekeringen en Publicis Groupe een iconisch campagnebeeld waarin Nafi letterlijk omringd en gesteund wordt met de titel: **'Steun is goud waard'**.

Bij een belangrijke gebeurtenis ligt de nadruk immers vaak op alle successen en prestaties. Wat heeft bijgedragen aan het tot stand komen van deze unieke momenten, wordt vaak vergeten. Wie altijd klaarstaat, zowel bij de grootste successen als bij de pijnlijkste nederlagen, zowel bij het vieren als bij het harde werken, blijft vaak in de schaduw staan. En toch is het uitgerekend dankzij deze mensen dat we telkens de moed vinden om aan een volgend levensproject te beginnen.

"Om deze belangrijke boodschap over te brengen, bedachten AXA Assurances en Publicis Groupe een atletische choreografie in samenwerking met de Belgische danser en choreograaf Alexander Vantournhout. Op die manier wil het creatieve team laten zien hoe Nafi Thiam zich mentaal voorbereidt op verschillende uitdagingen", zegt **Koen Lukasczyk**, Chief Communications Officer van AXA.

"In de video wordt Nafi letterlijk ondersteund door dansers, die symbool staan voor alle mensen die haar aanmoedigen en haar het vertrouwen geven dat ze nodig heeft om zichzelf te overtreffen en topprestaties af te leveren. Die topprestaties worden hier geïllustreerd met memorabele beelden uit de carrière van onze kampioene", vervolledigt **Naïm Baddich**, Creative Director bij Publicis. "Op de achtergrond hoor je

*trouwens 'Girl on fire' van Alicia Keys, een iconisch nummer dat onze AXA-ambassadrice op het lijf geschreven is!", besluit Koen.*

De campagne 'Steun is goud waard' is te zien in een film (TV 30" en Cinema 50"), via posters en SoMe.

Met deze nieuwe campagne tonen AXA en Publicis Groupe de uitgesproken wil van de verzekeraar om elke klant dag na dag de nodige steun te bieden om zichzelf te overtreffen en zich verder te ontwikkelen.

- EINDE PERSBERICHT -

**FR :**

### **Publicis Groupe lance campagne 'Le soutien ça vaut de l'or' pour AXA avec Nafi Thiam**

Il y a quelques mois, AXA Assurances faisait la une de la presse en annonçant que Nafi Thiam restera ambassadrice de la marque AXA tout au long de sa carrière sportive. En outre, AXA s'engage à la soutenir dans les étapes ultérieures de sa vie. Une collaboration extrêmement réussie de part et d'autre, et un authentique engagement de marque. Nafi est le visage des campagnes d'AXA depuis 2019 et incarne l'idée que l'on peut se dépasser en toute confiance lorsqu'on est bien entouré. En signant ce partenariat à vie, qui ne sera donc plus forcément lié aux performances athlétiques de Nafi, AXA souhaite renforcer son positionnement d'assureur humain, présent pour tous les belges et prêt à soutenir ses clients dans les bons moments comme en cas de coups durs à travers son offre de produits et services.

Quoi qu'il en soit, cette année, nous aurons encore la chance de pouvoir suivre son parcours aux Jeux Olympiques de Paris. Pour souligner l'accompagnement indéfectible de l'assureur mais aussi pour mettre en avant le soutien de toutes ces personnes qui nous épaulent au quotidien, AXA Assurances et Publicis Groupe ont imaginé une Nafi entourée et supportée dans une campagne signée : **'Le soutien, ça vaut de l'or'**.

Face à un événement important, il est fréquent de mettre en lumière les réussites et les accomplissements, en oubliant souvent tout ce qui a contribué à la réalisation de ces moments si précieux et particuliers. Dans l'ombre se trouvent pourtant celles et ceux qui sont toujours là, dans les succès comme dans les périodes de doute ou d'échec, tout au long de ces moments de travail acharné. Celles et ceux grâce à qui l'on trouve toujours le courage d'oser se lancer dans un projet de vie.

« Pour faire passer cet important message, AXA Assurances et Publicis Groupe ont mis sur pied une chorégraphie athlétique orchestrée par le danseur et chorégraphe belge Alexander Vantournhout. L'équipe créative y met en scène Nafi Thiam se préparant mentalement à différentes épreuves. » raconte **Koen Lukasczyk**, Chief Communication d'AXA.

« Le film la montre littéralement soutenue par des danseurs symbolisant toutes les personnes qui l'encouragent et lui donnent la confiance nécessaire pour se dépasser et atteindre des résultats bien réels, illustrés ici par des images des

exploits de l'athlète.» ajoute **Naïm Baddich**, Directeur de Création chez Publicis Groupe. « Pour la bande son, nous avons choisi 'Girl on fire' d'Alicia Keys, une chanson aussi emblématique que notre ambassadrice elle-même ! » confirme Koen.

La campagne "Le soutien, ça vaut de l'or" sera illustrée à travers un film (TV 30" et Cinéma 50"), de l'affichage et du SoMe.

Avec cette nouvelle campagne, AXA et Publicis Groupe démontrent la volonté de l'assureur d'accompagner ses clients jour après jour, en leur apportant le soutien nécessaire pour se dépasser et aller toujours plus loin.

- FIN DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE -

---

## CREDITS

### Client

Chief Marketing & Data Officer: Camille Audet  
Chief Communication, Brand & Sustainability: Koen Lukasczyk  
Brand & Media manager Communication, Brand & Sustainability: Luc Latour  
Brand & Media Expert Communication, Brand & Sustainability: Martine Schepers  
Social Media Manager: Eleonore Altenloh  
Social Media Manager: Anne Loix

### Publicis Groupe

Client Lead: Nejwa Jacobs & Stefanie Durieux  
Account Director: Amandine Clio  
Account Manager: Marie Simon  
Account Executive: Zoë Vanderslaghmolen  
Social Project Manager: Chiara Maltese

Chief Strategy Officer: Berten Peremans  
Strategy Director: Aurélie Russanowski  
Brand & Campaign Strategist: Mathilde Bariseau  
Connection Planner: Julie Maris  
Marketing Intelligence Strategist: Benoît Dumeunier  
Content Strategist: Christina Goosdeel

Chief Creative Officer: Eduardo Marques  
Creative Director: Naïm Baddich  
Creative Team/Concept providers: Jolien Elegeert & Catheline Leroy  
Art Director: Najate El Achari  
Copywriter: Jan Denys  
Copywriter NL: Wim Corremans & Mayte Destino (SoMe)  
Copywriter FR: Philippe Dorval & Louise Vankueken (SoMe)  
Copywriter ENG: Jack Rees  
Head of PR & Influence: Astrid Mattelaer

Head of Content: Joyce Poelmans  
Content Creatives: Jeroen Van Laethem & Louise Vankueken

Content Designer: Christopher Goossens  
Head of Art: Guilherme Nunes  
Design & DTP Lead: Romaine Dhainaut  
Creative Designer: Natacha de Nauw / Mauro Cordella  
Creative Retoucher: Fred Dupont  
Sr Chromist & Retoucher: Fred Dupont  
Sr Infographer/DTPer: Thierry Staes / François Baudon  
Print Producer: Marleen Hemeleers  
Moving Images Producer: Marc Van Buggenhout  
Post-production Lead: Marc Van Buggenhout  
Video Editor: Hans Brabant  
Sound Lead: Tom Garcia  
Sound Engineer: Mathias Lewis  
Production Coordinator: Saartje Goris  
Production Assistant: Daria Karakoz

Digital Producer: Teo Rasmerita  
HTML Integrator: Thierry Vandermeulen

**External production**

Production Co.: Producteur Provocateur  
Executive producer: Eric Daem  
Producer: Thomas Landeloos  
Director: Audrey Mascina  
Photographer: Ruby Cruden  
Editor: Hans Brabant