

Communiqué de presse /

Luxembourg, le 6 octobre 2008

AXA ambitionne de révolutionner le métier de l'assurance

C'est aujourd'hui qu'AXA lance au Luxembourg sa nouvelle signature

« d'Assurance / **nei erfannen** ».

Une approche qui veut révolutionner le métier de l'assurance et changer radicalement la relation avec les clients, du haut en bas de l'entreprise. Une campagne institutionnelle expliquant la démarche sera visible dès ce soir à la télévision luxembourgeoise.

Depuis plus d'un an, le Groupe AXA a interrogé près de 100 000 personnes (clients, collaborateurs et distributeurs) afin de mieux comprendre leurs attentes vis-à-vis de l'industrie des services financiers.

La réponse a été unanime. Quel que soit le marché, le produit ou le mode de distribution considéré, les clients ne veulent plus de promesses mais des actes et des faits tangibles, des preuves de qualité de conseil, de service, et d'accueil. Leur souhait est **d'avoir un partenaire disponible, attentionné et fiable avec lequel ils puissent établir une relation de confiance durable.**

De la promesse à la preuve

Par cette démarche, AXA veut ainsi passer du territoire de la promesse à celui de la preuve. Le Groupe souhaite casser les stéréotypes du métier et bâtir la confiance par des actes et des propositions concrètes. Tout au long de l'année, AXA s'attachera à donner des preuves tangibles de la qualité de ses services, de la pertinence de ses conseils, de sa capacité à proposer des produits constamment adaptés aux besoins de ses clients.

Une nouvelle signature incarne cette démarche : au niveau du Groupe et sur le plan institutionnel, c'est « **redefining / standards** ». Au Luxembourg, AXA a choisi avec soin les mots qui traduiraient le plus fidèlement cette signature : « **d'Assurance / nei erfannen** », réinventer le métier de l'assurance.

Une signature qui casse les codes

Le symbole visuel de cette mutation est constitué par le « switch » rouge / séparant les deux termes contenus dans la signature. De par sa signification – « switch » signifie « permuter » en anglais – il véhicule les notions de rupture et de passage d'une réalité à une autre. Plus qu'un logo, il incarne la

mission de la marque : derrière ce « switch » se trouve toute la volonté d'AXA de se différencier de ses concurrents et de symboliser le passage du Groupe dans le territoire de la preuve. Chaque fois qu'AXA communiquera, elle apportera une preuve concrète au sujet abordé après le « switch ».

L'engagement de tout un Groupe

A mi-chemin de son projet d'entreprise Ambition 2012, lancé en 2005, qui vise à faire d'AXA la société préférée de ses clients et distributeurs, de ses collaborateurs ainsi que de ses actionnaires, AXA Luxembourg s'est donné les moyens de se remettre complètement en question. AXA mobilise ainsi toutes ses forces vives pour parvenir à réinventer le métier de l'assurance. « Nous savons que nous ne réussirons pas tout en un jour » déclare Paul De Cooman, directeur général d'AXA Luxembourg « mais l'ensemble de nos collaborateurs s'appliquera désormais à redéfinir les standards de notre métier à travers des preuves réelles et concrètes. Aujourd'hui même est lancé au sein de notre société un grand programme interne de changement appelé « Prove » et qui devrait permettre à nos clients en 2012 d'associer dans leur esprit au mot « confiance » le nom d'AXA. »

La première preuve ne se fera pas attendre longtemps. Quelques jours après la diffusion à la télévision luxembourgeoise du spot institutionnel expliquant au public la démarche d'AXA Luxembourg et sa nouvelle signature « **d'Assurance / nei erfannen** », une campagne sur le produit multirisques habitation Homebrella viendra lui apporter une réponse concrète en termes d'assurance habitation.

* *
*

À propos d'AXA Luxembourg

Forte de son expérience de plus d'un siècle et demi sur le marché national ainsi que de son appartenance à un Groupe international de premier plan, AXA Luxembourg entend accompagner ses clients à chaque étape de leur vie et de leur évolution, en répondant à leurs besoins en matière d'assurance, de prévoyance, d'épargne, de placement et de transmission de patrimoine.

Au cours de l'année 2007, les compagnies d'assurance AXA au Luxembourg ont témoigné d'une bonne dynamique de croissance principalement dans leurs activités Vie. Le chiffre d'affaires global s'élève à 147,4 millions d'euros et reflète les évolutions suivantes : le segment Vie progresse de 25,4%* ; les branches d'activités Non-Vie ont également connu une bonne croissance à + 6,1%*. Le résultat opérationnel global (en normes comptables IFRS) des compagnies Vie et Non-Vie s'élève à 15,8 millions d'euros, en hausse de près de 30%* par rapport à 2006.

(* Les taux de croissance mentionnés s'entendent à périmètre identique ; la base de comparaison 2006 contient les résultats de la succursale luxembourgeoise de Winterthur Europe Assurances)

À propos du Groupe AXA

Le Groupe AXA est un leader mondial de la protection financière. Les activités d'AXA sont géographiquement diversifiées, avec une concentration sur les marchés d'Europe, d'Amérique du Nord et de la région Asie/Pacifique. Le chiffre d'affaires de l'exercice 2007 aux normes IFRS s'élève à 93,6 milliards d'euros, et le résultat courant à 6,1 milliards d'euros. AXA avait 1 281 milliards d'euros d'actifs sous gestion.

L'action AXA est cotée sur le compartiment A d'Euronext Paris sous le symbole CS (ISIN FR0000120628 – Bloomberg : CS FP – Reuters : AXAF.PA). Aux Etats-Unis, l'American Depositary Share (ADS) AXA est cotée au NYSE sous le symbole AXA.

Le présent communiqué de presse est disponible sur le site web d'AXA Luxembourg à l'adresse www.axa.lu

Contact presse :

Nathalie Hanck : e-mail : nathalie.hanck@axa.lu
Tél. (+352) 44 24 24 – 4619
Fax : (+352) 44 24 24 – 4590