

# Stratégie de la Marque & Développement Durable

**Claire Dorland-Clauzel**  
Marque et Communication



---

*vivre confiant*

# [ Sommaire

- **1 : La marque AXA**
- 2 : AXA - Entreprise Responsable



# Notre stratégie de marque

- Une marque unique:
  - ‘ AXA ’
- Un domaine d’activité:
  - ‘ La Protection Financière ’
- Notre positionnement:
  - ‘ Proximité / Expertise ’
- Notre signature:
  - ‘ Vivre Confiant ’

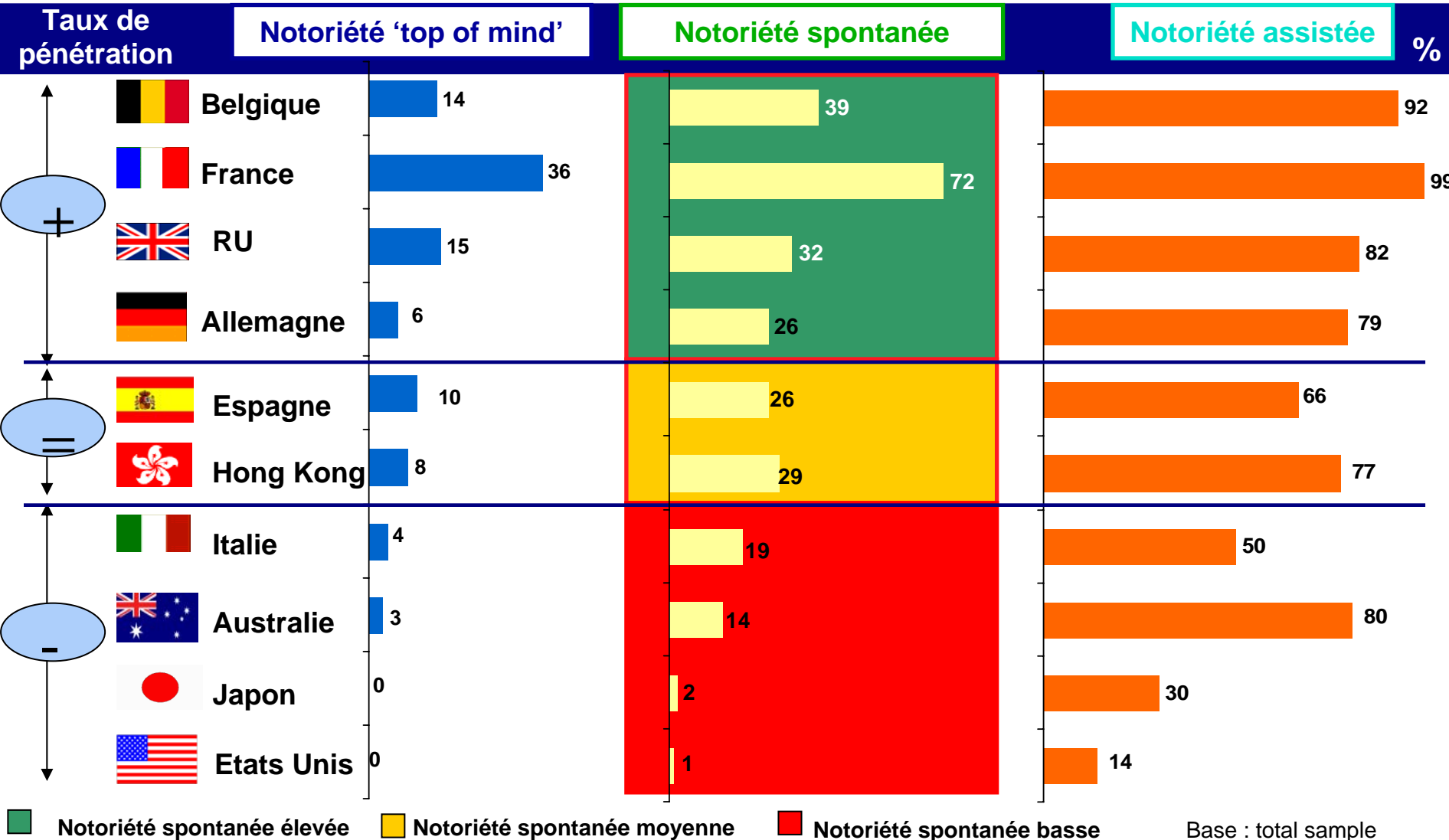


# Une marque unique : AXA

- Une marque unique
  - s'appliquant à toutes les sociétés du Groupe
  - Quelques exceptions avec le nom local juxtaposé à celui d'AXA
- La notoriété de la marque AXA est déjà forte
  - en particulier en Europe
  - et dans certains pays d'Asie
- Des progrès restent à faire pour améliorer la notoriété dans certains marchés :
  - Australie, Japon et Etats-Unis



# Notoriété de la marque AXA

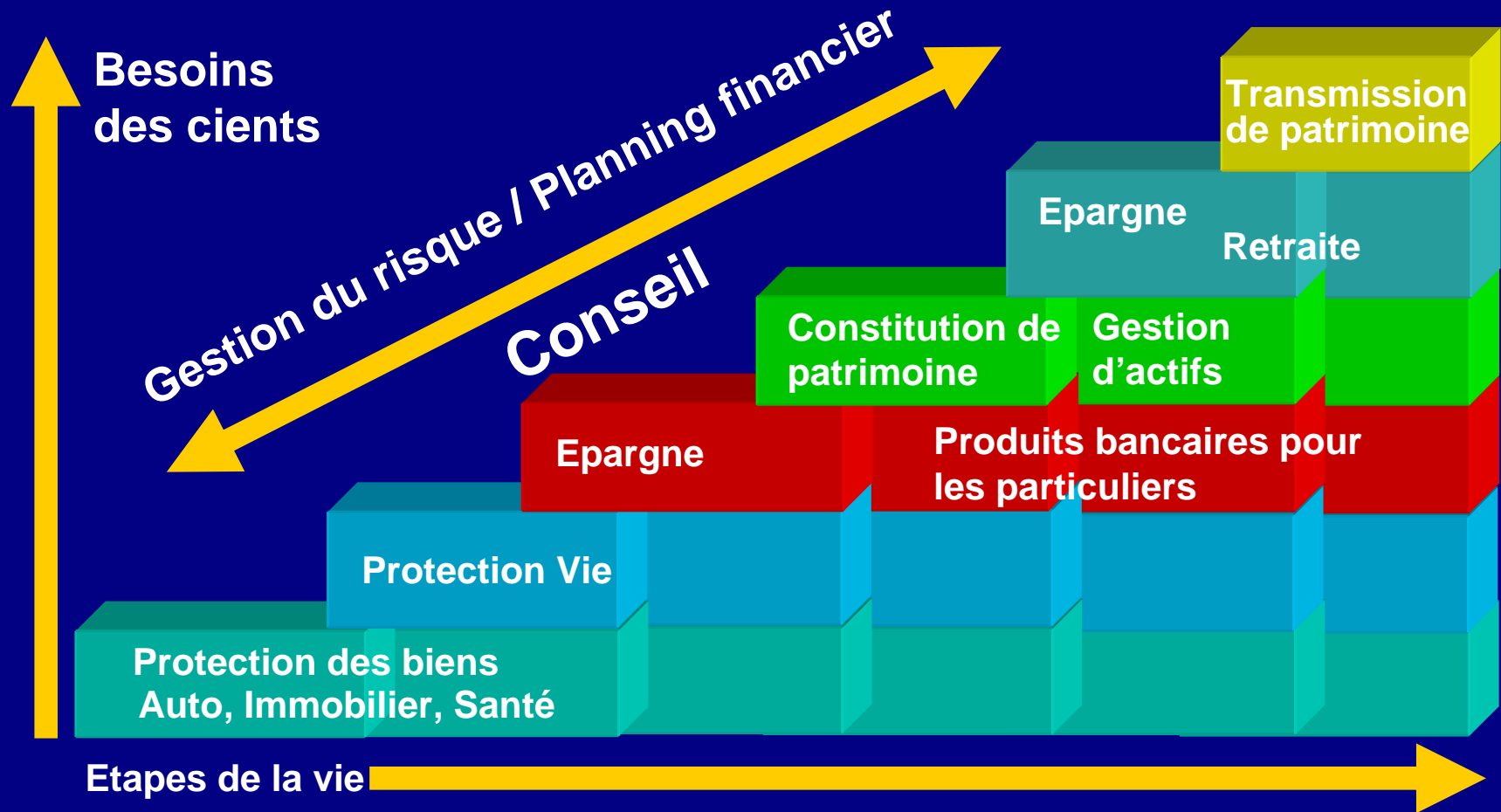


# Un métier : la Protection Financière

- Notre façon de définir l'ensemble de nos activités : assurance dommages et assurance vie, gestion d'actifs et certains services bancaires
- Une nouvelle définition - plus large que l'assurance mais plus précise que "services financiers"
- Un positionnement de leader qui regroupe les engagements de l'entreprise vis-à-vis de ses clients



# La protection financière : accompagner nos clients tout au long de leur vie



*Pour aider nos clients à vivre confiants*



# Notre positionnement : 'Proximité / Expertise'

## Qu'attendent nos clients d'AXA?

- Tout d'abord l'expertise :
  - AXA est réellement perçu comme étant expert dans son métier
- Ensuite la "proximité"
  - Les clients estiment qu'AXA manque de "chaleur humaine"

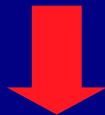


# Défi : construire le contenu de marque

## Développer la proximité à partir de l'expertise

### Proximité : une attitude

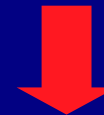
- Un positionnement de marque fondé sur des valeurs humaines « Vivre confiant »
- Prouver notre intérêt et notre compréhension de l'humain
- Le vrai sujet ce sont les besoins des clients, leur confort et leur sérénité
- Nous sommes des partenaires de long terme pour nos clients



**Proximité**

### Expertise : un fait

- Territoire innovant : « la protection financière »
- Evident sur le terrain : produits, service et conseil
- Communication - ne peut être que financière
- Marketing - ciblé, optimiste, rassurant et intelligent



**Expertise**



# Notre signature : Vivre Confiant

- Un positionnement dynamique et optimiste cohérent avec la vision, les valeurs et l'ambition d'AXA
- C'est une évolution, pas une révolution
- Cette signature porte les mêmes valeurs que notre précédent positionnement institutionnel
- Un positionnement à fort potentiel dans un contexte très compétitif



# Vivre Confiant

自信をもって、人生を。

Für Vertrauen im Leben

Confia en la Vida

Leef vol Vertrouwen

Viva a Vida com Confiança

ใช้ชีวิตอย่างมั่นใจ



Yaşam Boyu Güvence

Be Life Confident

Maacht dat Bescht aus Arem Liewen

Yakinlah dengan Hidupmu

حياة مطمئنة

Fiducia nella Vita

# Quelques publicités

- 1 : Communication institutionnelle sur la Protection Financière et “Vivre Confiant”
- 2 : Quelques exemples de publicités locales qui positionnent AXA dans la Protection Financière et/ou dans la Proximité/Expertise



# [ Sommaire

- 1 : La marque AXA
- **2 : AXA - Entreprise Responsable**

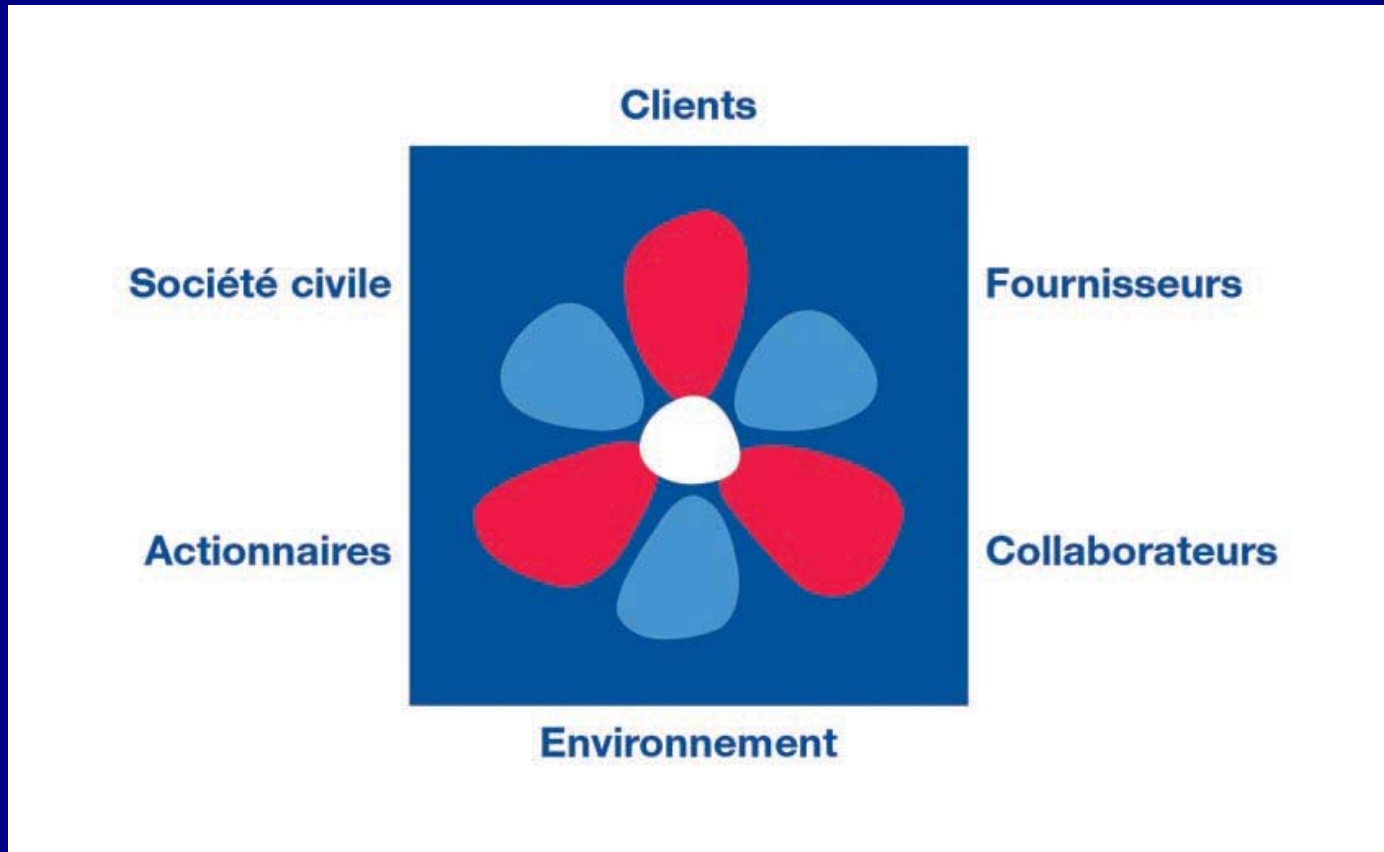


# Quand Protection Financière rime avec « Entreprise responsable »

- Le développement durable est « *la capacité des générations présentes à satisfaire leurs besoins sans compromettre l'aptitude des générations futures à couvrir les leurs.* »
- Adaptée à l'entreprise, le développement durable implique avant tout une notion de **responsabilité**, à la fois sociale, économique et environnementale
- AXA contribue essentiellement au développement durable:
  - Par l'exercice de son métier et de sa spécialité : la protection financière (participation à la prévention des risques etc.)
  - En tant qu'investisseur important



# Une entreprise responsable : Les engagements AXA



# Clients

- Un service de proximité efficace
- Une expertise professionnelle
  - Création de produits et services adaptés aux besoins de nos clients
  - Formation et équipement de nos collaborateurs et distributeurs
- Une déontologie professionnelle
  - Qualité du conseil
  - Transparence de l'information
  - Confidentialité de l'information client
  - équité
  - Lutte contre la fraude et le blanchiment
- Une enquête de satisfaction clients (scope clients)



# Actionnaires

- Des performances opérationnelles parmi les meilleures du secteur
- Une information complète et transparente
  - pour l'ensemble des actionnaires (institutionnels et individuels)
  - dans le cadre d'une politique de gouvernement d'entreprise de qualité



# Collaborateurs

- Un environnement de travail respectueux des collaborateurs (Droits de l'Homme - règles de l'OIT)
- Un style de management responsabilisant axé sur le développement de nos collaborateurs
  - information sur la stratégie
  - objectifs individuels clairs
  - soutien du manager pour renforcer les compétences
  - rémunération équitable fondée sur la performance
- Enquête de satisfaction collaborateurs (Scope)



# Fournisseurs

- **Entretenir une relation de qualité**
  - en respectant notre code de déontologie Achats (mise en concurrence - confidentialité des informations - refus des cadeaux et avantages...)
  - en mettant ne place un dialogue mensuel avec nos principaux fournisseurs
  - en respectant les délais des paiements
- **Inciter nos fournisseurs à développer un comportement socialement et environnementalement responsable :**  
plan d 'actions « achats responsables »



# La société civile

- Mener des actions de mécénat en lien avec notre métier
  - AXA Atout Coeur - bénévolat de nos collaborateurs
  - AXA Foundation et l'AXA Achievement Scholarship Program
- Faire profiter la communauté de notre expertise, notamment dans le domaine de la prévention
  - Campagnes de prévention (prévention routière, risques domestiques, risques liés à la santé, etc. à travers la sensibilisation et l'éducation)



# Environnement

- **Faire profiter nos clients entreprises de notre expertise en matière de risques environnementaux** : Sensibilisation aux mesures de prévention via nos politiques de souscription et nos outils de diagnostic du risque environnemental
- **Améliorer notre propre bilan environnemental**
  - Reporting environnemental annuel (périmètre limité)
  - Optimiser la gestion environnemental de nos sites grâce aux enseignements du reporting : diminution de la consommation de papier, d'électricité, tri et recyclage de nos déchets...



# Comment sommes-nous organisés pour relever ce défi ?

- Le management d'AXA est fortement impliqué dans la démarche
  - un département dédié a été créé au sein du siège (2001)
  - nomination d'un correspondant « développement durable » par le directeur générale des principales sociétés d'AXA
- Reporting social et environnemental annuel: création de grilles d'indicateurs et d'un outil intranet de reporting (le ResponsibilityWeb)
- Management de la démarche via les correspondants (plans d'actions annuels) et les différentes familles de métier concernés (Achats - RH...)
- Projet d'une notation sollicitée par Vigéo qui servira ensuite d'outil de scoring « développement durable » au Groupe AXA



# La communication sur « AXA, entreprise responsable »

- Développement de la communication sur ce sujet à la demande des agences de notation sociétales : création d'un rapport de développement durable - rubrique internet...
- AXA est noté par les principales agences de notations sociétales (cf ces notations en dernières pages du rapport)
- AXA est présent dans 2 indices éthiques internationaux : FTSE4GOOD (UK) et ASPI Eurozone (France)



# Des questions ?



---

*vivre confiant*