



Communiqué de presse

Paris, 25 septembre 2017

AXA est la 1^{ère} marque d'assurance mondiale pour la 9^{ème} année consécutive

- Avec une progression de 4 places, AXA atteint la 42^{ème} position du classement *Best Global Brands* d'Interbrand.
- AXA confirme sa place dans le top 3 des marques du secteur des services financiers.

Le classement *Best Global Brands* confirme aujourd'hui la notoriété et la valeur de la marque AXA. Première marque d'assurance mondiale pour la 9^{ème} année consécutive, la marque AXA poursuit sa progression au classement global pour atteindre la 42^{ème} position, soit une amélioration de 4 places, et demeure la 3^{ème} meilleure marque du secteur des services financiers. La marque affiche une valorisation de plus de 11 milliards de dollars.

« Nous sommes très fiers d'être, pour la 9^{ème} année consécutive, la première marque d'assurance mondiale. Je voudrais remercier nos 107 millions de clients qui cette année encore nous ont fait confiance. Je tiens également à remercier l'ensemble de nos collaborateurs et de nos distributeurs pour leur engagement au quotidien. Nous continuons de mettre en œuvre notre vision stratégique *Ambition 2020* et sommes très heureux que notre marque soit reconnue pour sa contribution à ce succès ».

« AXA a fait évoluer sa stratégie afin de donner à ses clients les moyens de vivre une vie meilleure. Nous avons engagé une profonde transformation de notre modèle d'activité pour créer plus de valeur pour nos clients et devenir leur partenaire sur le long terme. La marque AXA joue un rôle essentiel dans cette transformation », a déclaré **Amélie Oudéa-Castera**, Directeur Marketing et Digital d'AXA.

Selon Interbrand : « L'engagement d'AXA envers sa marque est son plus grand point fort. Le Groupe s'est beaucoup investi pour définir un objectif, une vision et des valeurs. Il y a un réel élan pour transformer le Groupe en profondeur et construire les fondations de la croissance de demain. L'ambition affichée de se différencier par une expérience client repensée est très convaincante et représente un réel potentiel pour faire évoluer le rôle de la marque si l'effort est maintenu sur la durée ».



« Au cours de l'année écoulée, nous avons fait évoluer les territoires d'expression de notre marque, à travers le renouvellement de l'identité visuelle et de la plateforme publicitaire. Ces initiatives contribuent à rendre notre marque plus simple, humaine et moderne. Nous avons également poursuivi le déploiement global de nos innovations client, comme nos nouvelles garanties de service et l'application MyAXA, qui créent une expérience AXA différenciante », a ajouté **Paul Bennett**, Directeur Marque d'AXA.

A PROPOS DU GROUPE AXA

Le Groupe AXA est un leader mondial de l'assurance et de la gestion d'actifs, avec 165 000 collaborateurs au service de 107 millions de clients dans 64 pays. En 2016, le chiffre d'affaires IFRS s'est élevé à 100,2 milliards d'euros et le résultat opérationnel à 5,7 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, les actifs sous gestion d'AXA s'élevaient à 1 429 milliards d'euros.

L'action AXA est cotée sur le compartiment A d'Euronext Paris sous le mnémonique CS (ISIN FR0000120628 – Bloomberg : CS FP – Reuters : AXAF.PA). Aux Etats-Unis, l'American Depositary Share (ADS) d'AXA est cotée sur la plateforme de gré à gré OTCQX sous le mnémonique AXAHY.

Le Groupe AXA est présent dans les principaux indices ISR internationaux, dont le Dow Jones Sustainability Index (DJSI) et le FTSE4GOOD.

Il est l'un des membres-fondateurs des Principes pour l'Assurance Responsable (PSI : *Principles for Sustainable Insurance*) de l'Initiative Financière du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE FI), et est signataire des Principes des Nations Unies pour l'Investissement Responsable (UNPRI).

Ce communiqué de presse ainsi que l'information réglementée publiée par AXA en application des dispositions de l'article L.451-1-2 du Code monétaire et financier et des articles 222-1 et suivants du Règlement général de l'Autorité des marchés financiers (AMF) sont disponibles sur le site Internet du Groupe AXA (axa.com).

CE COMMUNIQUÉ DE PRESSE EST DISPONIBLE SUR axa.com

POUR PLUS D'INFORMATION :

Relations investisseurs :	+33.1.40.75.48.42
Andrew Wallace-Barnett :	+33.1.40.75.46.85
François Boissin :	+33.1.40.75.39.82
Aurore Chaussec :	+33.1.40.75.96.20
Mathias Schvallingier :	+33.1.40.75.39.20

Relations actionnaires individuels :	+33.1.40.75.48.43
---	--------------------------

Relations presse :	+33.1.40.75.46.74
Julien Parot :	+33.1.40.75.59.80
Nicolas Feltrin :	+33.1.40.75.56.48

Stratégie de Responsabilité d'entreprise du Groupe AXA :
axa.com/fr/a-propos-d-axa/strategie-engagements

Notations sociétales du Groupe AXA :
axa.com/fr/investisseurs/notations-sociales-indices-ethiques

AVERTISSEMENT

Certaines déclarations figurant dans le présent communiqué peuvent contenir des prévisions qui portent notamment sur des événements futurs, des tendances, projets ou objectifs. Ces prévisions comportent, par nature, des risques et des incertitudes, identifiés ou non, et peuvent être affectées par de nombreux facteurs susceptibles de donner lieu à un écart significatif entre les résultats réels et ceux indiqués dans ces déclarations. Vous êtes invités à vous référer à la Partie 4 « Facteurs de risque et gestion des risques » du Document de référence du Groupe pour l'exercice clos au 31 décembre 2016 afin d'obtenir une description de certains facteurs, risques et incertitudes importants, susceptibles d'influer sur les activités d'AXA. AXA ne s'engage d'aucune façon à publier une mise à jour ou une révision de ces prévisions, ni à communiquer de nouvelles informations, événements futurs ou toute autre circonstance.