# MACIF

## Banque – Finance – Assurance

La Macif, assurance citoyenne et engagée, rassemble 5,8 millions de sociétaires-adhérents et clients qui mutualisent leurs risques pour protéger ce qui est essentiel à chacun : sa vie, ses proches, ses biens.

- **CHIFFRE D'AFFAIRES : 5 698 000 000€**
- **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**
- **11 000 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

# MACIF

**THE BATTLE par Macif, l'évènement Rap et environnement**

## POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

La Macif a choisi de créer cette campagne pour répondre à des enjeux cruciaux, car la Macif, en tant qu'assureur mutualiste de l'économie sociale et solidaire, la Macif s'engage dans ses activités et ses pratiques aux grands défis climatiques de ce siècle.
L'objectif de ce dispositif est donc d'affirmer son rôle d'acteur engagé dans les transitions écologiques.
En intégrant le rap, nous voulons sensibiliser les jeunes audiences aux transitions écologiques grâce à un vecteur puissant qu'est la musique.

**10-2024 / 11-2024 - Budget : 250 000€**

Le budget comprend :
une fourchette entre 250k - 450K casting / création / production / médiatisation des contenus

# MACIF

**THE BATTLE par Macif, l'évènement Rap et environnement**

## POUR QUI ?

Cette initiative cible le grand public et particulièrement les jeunes générations (18-29 ans). La démarche vise à sensibiliser nos audiences aux enjeux climatiques, en favorisant la prise de conscience et l'implication des jeunes dans la transition écologique via le rap, un vecteur puissant pour sensibiliser et engager autour de sujets sociétaux.

## COMMENT ?

The Battle par Macif utilise la musique et plus spécifiquement le rap, qui est un moyen puissant pour embarquer les jeunes générations, afin de sensibiliser notre cible sur des sujets sociétaux comme les transitions climatiques. Le format "compétition" permet d'embarquer notre audience. En effet, le programme est découpé en 4 épisodes faisant ainsi monter petit à petit le suspens et accroître l'envie de savoir qui en sortira vainqueur. La compétition s'est déroulée en 3 manches distinctes (battle rap, auto-roast et roast du jury, devant un public sur la scène de la Machine du Moulin Rouge. L'ensemble de l'émission a bénéficié d'un plan de médiatisation sur notre chaîne YouTube permettant de toucher les jeunes audiences plus facilement pour leur parler d'écologie.

# MACIF

**THE BATTLE par Macif, l'évènement Rap et environnement**

## LES RÉSULTATS

- Plus de 31 millions de lancements vidéo
- Plus de 11 millions de vues qualifiées
- Plus de 35,5 millions de minutes de visionnage (une très belle exposition à la marque avec un temps passé significatif qui révèle la qualité de ce programme)
- Plus de 102K clics vers macif.fr
- Plus de 57K interactions

Le programme a été testé auprès de nos audiences :
- Plus de 80% des sondés qualifient le programme comme étant moderne
- 70% des sondés trouvent que Macif est présentée comme une marque socialement responsable
- 70% des sondés déclarent que l'émission est un bon moyen d'amener les jeunes à parler d'assurance
- 50 % des sondés déclarent que l'émission leur donne envie d'en savoir plus sur les services proposés par la Macif.