



## **L'audace n'a pas d'âge**

"L'audace n'a pas d'âge" est un programme en faveur des collaborateurs de 50 ans et +. Il vise à lutter contre les stéréotypes, nourrir la transformation culturelle, insuffler une dynamique positive, renforcer l'employabilité des 50 ans et + via un accompagnement personnalisé.

---

### **Année de création de l'initiative : 2023**

---

### **Thématiques de la Diversité portées par l'initiative : multi-générationnel**

---

Nombre de salariés en France : 13 418

---

Un des leaders mondiaux de l'assurance dans la protection des biens, des personnes et des actifs, AXA c'est 145 000 collaborateurs, c'est 51 pays dans lesquels nous distribuons nos produits et services et plus de 90 millions de client qui nous font confiance dans le monde.

---



## Décrivez votre initiative et ses résultats clés

**40% des effectifs d'AXA France sont âgés de 50 ans et plus.**  
**Nos enquêtes internes ont mis en lumière un sentiment d'inéquité de leur part.**  
**A l'heure où la transition démographique impacte nos vies, et convaincus de l'importance de cette génération pour l'entreprise, AXA France a lancé « L'Audace n'a pas d'âge ».**

### Deux axes majeurs :

- Un programme d'accompagnement RH des collaborateurs de 50 ans et plus (entretiens personnalisés pour valoriser le parcours, les compétences et talents clés, échanger sur les projets et dispositifs d'accompagnement // ateliers collectifs pour lever les freins liés à l'âge et explorer de nouvelles opportunités // accompagnements individuels sous forme de coaching en cas de besoin).
- Une campagne de sensibilisation afin d'accélérer la prise de conscience des stéréotypes liés l'âge : campagne d'affichage interne, conférences avec speakers externes et une série de 8 podcasts inspirationnels avec des personnalités (et accessibles du grand public).

## Dans quel contexte cette initiative a-t-elle été créée ?

**Dès 2018, une enquête interne Mix'iN (le réseau interne d'AXA qui s'engage pour la mixité et l'inclusion) a révélé que 58% des répondants de plus de 55 ans considèrent qu'il y a des stéréotypes liés à l'âge chez AXA France.**

Nos enquêtes « Inclusion Survey » 2021 et 2022 corroborent ces résultats : 65% des répondants de plus de 55 ans considèrent être traités de manière équitable contre 69% pour tous les collaborateurs.  
40% des effectifs d'AXA France sont âgés de 50 ans et plus.

En 2035, 50% de la population mondiale aura plus de 45 ans. A l'heure où la transition démographique impacte nos vies, comment défier les stéréotypes liés à l'âge ?

Le poids des stéréotypes liés à l'âge est profondément ancré dans la société française et constitue un réel frein à l'emploi des 50 ans et plus.

Pour promouvoir une culture inclusive et contribuer au bien-être de ses collaborateurs, AXA France poursuit ses initiatives en faveur du multigénérationnel : faciliter l'insertion professionnelle, avoir des collaborateurs engagés jusqu'au terme de leur carrière et permettre aux quatre générations travaillant chez AXA France de bien vivre ensemble, dans un esprit collaboratif et inclusif.

### Objectifs de la campagne L'Audace n'a pas d'âge :

- Valoriser les collaborateurs de 50 ans et plus, ainsi que les compétences qu'ils ont développées au cours de leur carrière, faire en sorte qu'ils continuent de s'épanouir dans l'entreprise.
- Promouvoir des accompagnements sur-mesure afin que les collaborateurs de 50 ans et plus soient dans une dynamique de mouvement et osent explorer de nouvelles opportunités.
- Lutter contre les stéréotypes.
- Nourrir la transformation culturelle
- Sensibiliser l'intégralité des collaborateurs aux stéréotypes liés à l'âge, et plus largement encore le grand public avec une série de 8 podcasts avec des personnalités.

## Quel est le public cible de cette initiative ?

1. Les collaborateurs de 50 ans et plus
2. Tous les collaborateurs AXA France
3. Le grand public

## Décrivez l'initiative

**Le poids des stéréotypes liés à l'âge est profondément ancré dans la société française et constitue un réel frein à l'emploi des 50 ans et plus.**

Pour valoriser la place des 50 ans et plus en entreprise, AXA France lance « L'Audace n'a pas d'âge » un programme d'accompagnement pour ses collaborateurs de 50 ans et plus ainsi qu'une campagne de sensibilisation, destinée au grand public, afin d'accélérer la prise de conscience des stéréotypes liés l'âge. Avec 40% de ses effectifs âgés de 50 ans et plus, AXA France signe ce jour la Charte des 10 engagements en faveur de la place des 50 ans et plus dans l'entreprise du Think Tank « Club Landoy ».

**AXA France renforce son accompagnement en matière de mobilité professionnelle et propose à chaque salarié de 50 ans et plus :**

- un accompagnement RH renforcé par des entretiens sur-mesure ainsi que des ateliers pour identifier et valoriser les compétences développées au cours de son parcours professionnel, préparer sa troisième partie de carrière, lever les éventuels freins liés à l'âge et oser explorer de nouvelles opportunités.
- La sensibilisation de toute l'entreprise au travers d'une communication reposant sur des verbatims de collaborateurs pour dénoncer les stéréotypes.

**Sensibiliser et inspirer le plus grand nombre au travers de podcasts**

AXA France a développé une série de 8 podcasts avec Bayard pour contribuer à faire évoluer les stéréotypes liés à l'âge grâce au témoignage de différentes personnalités. Elles témoignent de leur parcours de vie aux moments charnières de carrière notamment autour de la cinquantaine. Chaque podcast décrypte et fait émerger des actions concrètes pour inspirer les auditeurs.

**AXA France membre du Think Tank « Club Landoy » en faveur du progrès social**

Au côté de 50 autres entreprises, AXA France signe la Charte du Think Tank « Club Landoy » dédié à la révolution démographique. Ce Think Tank ambitionne de faire émerger de nouvelles approches et des solutions innovantes afin de mener des actions concrètes pour le progrès social.

« L'audace n'a pas d'âge » est un programme personnalisé pour les collaborateurs de 50 ans et plus d'AXA France. S'il est destiné à les accompagner dans leur employabilité, il vise aussi à valoriser leur place dans le collectif. Pour comprendre les enjeux des stéréotypes liés à l'âge dans l'entreprise et donner des clés d'action concrètes, nous invitons chacun à écouter les podcasts « L'audace n'a pas d'âge ».

Amélie Watelet, DRH AXA France.

## Bilan et résultats

- 3500 connexions aux conférences de lancement et de sensibilisation au programme
- Campagne d'affichage sur les sites (ascenseurs, halls, salles de réunion...). On part du principe que 100% des collaborateurs les ont vu
- Envoi d'une newsletter aux managers pour leur présenter la campagne, les sensibiliser, faire évoluer les représentations, les inviter à informer leurs collaborateurs de l'accompagnement RH mis à leur disposition pour les accompagner au mieux dans l'évolution de leur carrière, et pour favoriser un climat d'inclusion au sein de vos équipes.
- Mise en avant des podcasts et des visuels de sensibilisation sur les réseaux sociaux internes et sur l'intranet au travers de différentes publications. 8 podcasts à fin 2023.
- Mail de présentation de nos actions pour lutter contre les stéréotypes et du programme aux collaborateurs âgés de 50 et plus.
- Création d'un espace de formation dédié au 50 ans et plus.

| Nombre de collaborateurs touchés directement   |                                             |                                                                                                             |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Janvier – Juin 2023                            | <b>40% des effectifs AXA France</b>         | Tous les collaborateurs de 50 ans et plus ont été ciblés spécifiquement soit 40% des effectifs d'AXA France |
| Totalité de 2023                               | <b>40% des effectifs AXA France</b>         | Tous les collaborateurs de 50 ans et plus ont été ciblés spécifiquement soit 40% des effectifs d'AXA France |
| 2022                                           | <b>NA</b>                                   |                                                                                                             |
| 2021                                           | <b>NA</b>                                   |                                                                                                             |
| 2020                                           | <b>NA</b>                                   |                                                                                                             |
| Nombre de collaborateurs touchés indirectement |                                             |                                                                                                             |
| Janvier – Juin 2023                            | <b>100% des collaborateurs d'AXA France</b> | 100% des collaborateurs d'AXA France ont été touchés via la campagne de sensibilisation et les lives        |
| Totalité de 2023                               | <b>100% des collaborateurs d'AXA France</b> | 100% des collaborateurs d'AXA France ont été touchés via la campagne de sensibilisation et les lives        |
| 2022                                           | <b>NA</b>                                   |                                                                                                             |
| 2021                                           | <b>NA</b>                                   |                                                                                                             |
| 2020                                           | <b>NA</b>                                   |                                                                                                             |

| Nombre de personnes externes touchées |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Janvier – Juin 2023                   | <b>NA</b> | Le grand public également via les posts publiés sur les réseaux sociaux et les podcasts accessibles à tous sur les plateformes de streaming et YouTube<br>Impossible sur les posts réseaux sociaux, YouTube ou les plateformes de streaming de distinguer les internautes des collaborateurs touchés |
| Totalité de 2023                      | <b>NA</b> | Le grand public également via les posts publiés sur les réseaux sociaux et les podcasts accessibles à tous sur les plateformes de streaming et YouTube<br>Impossible sur les posts réseaux sociaux, YouTube ou les plateformes de streaming de distinguer les internautes des collaborateurs touchés |
| 2022                                  | <b>NA</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2021                                  | <b>NA</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2020                                  | <b>NA</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## En quoi cette initiative est-elle innovante?

### Première fois qu'un dispositif 360 de cette envergure est mise en place :

volonté d'attaquer fort pour lutter contre les stéréotypes liés à l'âge, l'accompagnement RH individuel et collectif, agir sur la transformation culturelle non seulement de notre entreprise mais aussi de la société.

Soit cela nécessite des actions de sensibilisation, de formation, d'accompagnement RH et de communication

### Pour en savoir plus

- <https://www.youtube.com/playlist?list=PL0EPoyZd90slsjDKBg6HS71pHtwA3Aedq>
- [https://www.bfmtv.com/economie/replay-emissions/happy-boulot-le-mag/axa-se-mobilise-pour-accompagner-les-plus-de-50-ans-dans-l-entreprise-dans-happy-boulot-le-mag-08-09\\_EN-202309080909.html](https://www.bfmtv.com/economie/replay-emissions/happy-boulot-le-mag/axa-se-mobilise-pour-accompagner-les-plus-de-50-ans-dans-l-entreprise-dans-happy-boulot-le-mag-08-09_EN-202309080909.html)