



Comunicato Stampa

Milano, 27 ottobre 2020

AXA Italia, main partner di X Factor 2020, dedica una “AXA Zone” completamente “green” ai giovani talenti

- In qualità di main partner di X Factor a sostegno dei giovani e del talento, AXA Italia firma i Live con i posati di presentazione dei concorrenti e con una AXA Zone dedicata a tutti gli artisti.
- Completamente green ed ecosostenibile, l'ispirazione della AXA Zone nasce in piena coerenza con il pluriennale del Gruppo sul fronte della lotta al cambiamento climatico.
- Un messaggio per ingaggiare tutti, a partire dai giovani, su un tema chiave per un futuro più resiliente di tutta la collettività.
- Tra i momenti chiave che vedranno protagonista questo spazio, l'AXA Unplugged, una digital jam session targata AXA.
- Questa nuova sorpresa si aggiunge alle tante iniziative previste dal Gruppo all'interno del programma, tra cui una special manche su un tema di carattere sociale, attività di engagement e contest dedicati a X Factor.

Dopo essere stata presente nelle puntate di selezione, il Gruppo assicurativo AXA Italia, main partner di X Factor 2020 - show di Sky prodotto da Fremantle, in onda ogni giovedì alle 21.15 su Sky Uno, sempre disponibile on demand, visibile su Sky Go e in streaming su NOW TV - a sostegno al talento e alle ambizioni dei giovani, diventa protagonista dei Live con i posati di presentazione dei concorrenti e dedica loro nel Daily la “AXA Zone”, uno spazio all'interno del loft di X Factor completamente AXA dedicato agli artisti e al loro talento.

Elemento che contraddistingue lo spazio è il suo essere completamente “green” e a impatto zero sull'ambiente, grazie ad esempio a un wall in legno non trattato e tessuto in cotone, pareti riciclabili di muschi e licheni che abbattano la carica batterica.

Un'iniziativa concreta per rendere visibile e immediato un **l'impegno pluriennale di AXA sul tema della lotta al cambiamento climatico e la tutela dell'ambiente e ingaggiare tutti, a partire dai giovani**, su una delle sfide più importanti a livello collettivo, **per un futuro più sostenibile e resiliente**.

Nella AXA Zone avranno spazio anche **momenti dedicati**, come l'**AXA Unplugged**, una digital jam session targata AXA dal meccanismo fortemente engaging per la community del programma.

Numerose le ulteriori iniziative inedite firmate AXA Italia all'interno del programma, tra cui **la presenza da protagonista nei posati di presentazione dei concorrenti e una manche dedicata** in cui verrà affrontato **un tema di carattere sociale** che sta particolarmente a cuore al Gruppo.



Per maggiori informazioni: <https://www.axa.it/xfactor>

Per seguire sui social le iniziative di AXA Italia: #axafactor.

Con 160.000 collaboratori e 108 milioni di clienti in 57 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione.

La missione di AXA è aiutare i propri clienti a vivere meglio: per questo collaboratori e distributori presenti sul territorio lavorano ogni giorno per creare prodotti e servizi innovativi e diventare veri partner delle persone e della società.

In Italia oltre 4.000.000 di clienti si affidano ad AXA, forte di una rete altamente professionale di circa 650 agenzie, della compagnia digitale QUIXA Assicurazioni e primario partner bancassicurativo, a partire dal Gruppo Montepaschi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

AXA Italia

Direttore Comunicazione, CR e Public Affairs
Giorgia Freddi

Ufficio Stampa
Eleonora Mecarelli
eleonora.mecarelli@axa.it
06 50870257