



Comunicato Stampa

Milano, 30 maggio 2022

Il futuro del lavoro? In AXA Italia si costruisce in co-design tra azienda e colleghi

- Dopo essere stato pioniere sullo smart working, lanciato già nel 2016 in un modello distintivo per il contesto assicurativo italiano e non solo, che ha consentito all'azienda di affrontare con successo la fase pandemica, il Gruppo AXA Italia annuncia l'avvio di un percorso di co-design sui nuovi modi lavorare coinvolgendo tutti i 1700 collaboratori del Gruppo.
- Dal modello attuale - che già consente di lavorare da remoto fino a tre giorni a settimana - il nuovo traguardo sarà in un modello ibrido, sempre incentrato sui principi di responsabilità, personalizzazione e flessibilità, la cui ricetta verrà scritta direttamente dalle persone, in un percorso che parte dall'ascolto delle diverse esigenze sia del singolo che dei team.
- L'iniziativa si inserisce in una strategia complessiva che vede protagoniste le persone e il loro benessere psicofisico, scandita attraverso iniziative concrete e distintive sul mercato.

“In questi ultimi anni abbiamo vissuto 2 rivoluzioni nel nostro modo di lavorare – ha commentato **Simone Innocenti, Direttore HR, Organization & Change Management di AXA Italia** - una prima rivoluzione scelta da noi 6 anni fa inventando un modello distintivo di Smart working e un'altra imposta con l'arrivo della pandemia. Entrambe ci hanno permesso di rendere concreta la nostra cultura della fiducia e della responsabilizzazione delle persone, superando il concetto di un unico spazio lavorativo, e di dimostrare di saper raggiungere grandi risultati anche lavorando in luoghi diversi. Ora lavoriamo tutti insieme alla terza rivoluzione, per creare un'esperienza unica per ciascuno di noi, costruita in funzione di obiettivi ma anche di come si è come persone. Un modello che nasce per accogliere la diversità e supportare l'inclusione di tutte le persone”.

Un nuovo modello di lavoro realizzato in co-design tra l'azienda e i collaboratori, a partire dall'ascolto delle diverse esigenze in gioco, sia come singolo che come team, mettendo sempre al centro le esigenze dei clienti.

Ancora una volta il Gruppo assicurativo AXA Italia è **anticipatore nel costruire un ambiente di lavoro** che favorisca l'inclusione e il benessere a partire dai collaboratori, con particolare attenzione all'equilibrio tra salute fisica, benessere psicologico e sociale, e che offra flessibilità, autonomia e imprenditorialità.

Tra le prime aziende ad aver introdotto nel mercato assicurativo italiano nel 2016 un modello distintivo di Smart Working esteso a tutta la popolazione aziendale, il Gruppo è stato in grado di affrontare la pandemia garantendo sin da subito la piena operatività da remoto e il raggiungimento di importanti risultati, sia in termini di soddisfazione dei clienti e dei collaboratori, che di business.



Dal modello attuale, in cui i collaboratori di AXA Italia possono scegliere liberamente di lavorare da casa fino a tre giorni a settimana, **si è già al lavoro per andare oltre, realizzando in co-design una nuova modalità sempre più agile che superi il concetto di tempo e luogo di lavoro**, riscrivendo non solo la flessibilità ma anche il modo di lavorare in azienda.

Nello specifico, si è appena conclusa **la prima fase di engagement** dei collaboratori con un primo questionario per identificare in ottica **di self assesment** il proprio “essere smart” nei modi di lavorare.

Sta invece per entrare nel vivo la fase di **co-design** che vedrà protagonisti i collaboratori in workshop e survey tematiche per **comprendere gli specifici bisogni** delle persone, dei manager e dei team e per **identificare alcune tematiche da prendere in considerazione nelle prime linee guida sul “new way of working”**.

Dopo l'estate prenderà il via la fase di **change e messa a terra, con la costruzione dei team agreements**, le regole del gioco che definirà ciascun team sulla base delle esigenze dei propri clienti, dei colleghi e delle singole persone.

Il percorso non si esaurirà perché alla base del modello è definito un **principio chiave di monitoraggio costante e potenziale adattamento** per far evolvere il proprio modo di lavorare, in ottica di personalizzazione continua, per rispondere sempre al meglio a tutte le potenziali esigenze, dei collaboratori e dei clienti.

L'iniziativa si inserisce in una **strategia complessiva** che vede protagoniste le persone, in chiave di **empowerment** e di **creazione di un ambiente di lavoro inclusivo che metta sempre al centro il loro benessere psicofisico**.

In ambito formazione, ad esempio, vengono offerti percorsi formativi per tutti i livelli di carriera, a cui si aggiungono **percorsi di leadership e di mentoring**, una **talent academy** per allenare i manager di domani e programmi internazionali per offrire un confronto costante con altre realtà e persone del Gruppo AXA.

Iniziativa distintiva, la **Climate Academy**, con percorsi di formazione e sensibilizzazione su Cambiamento climatico e Ambiente.

A disposizione di tutti i collaboratori anche **15.000 corsi gratuiti fruibili on demand** per sviluppare competenze soft e hard in base alle esigenze specifiche, mentre con SDA Bocconi School of Management è stato istituito **“Mastering Data for Insurance”**, programma di upskilling su big data e customer centricity, a cui ogni anno partecipano 25 collaboratori, per metà donne.

Sul **benessere psicofisico**, a disposizione programmi di wellness con 4 appuntamenti a settimana di **allenamento live** oltre ad una library con corsi on demand da seguire con tutta la famiglia, un **servizio di counselling individuale** per superare situazioni di disagio, un **numero verde di assistenza psicologica h24**, oltre a webinar interattivi sull'allenamento della resilienza e contenuti video sulla gestione delle emozioni. A questo si aggiunge un sistema di welfare particolarmente esteso con servizi personalizzati di supporto alla persona e alle famiglie, come babysitting, cura degli anziani, consulenze nutrizionali.

Sull'inclusione a 360°, da anni il Gruppo è impegnato da anni sui temi di gender, LGBT+, mental health e disabilità. Tra le novità, una maggiore attenzione al tema della **multigeneration**, con programmi a supporto della **genitorialità**, oltre a programmi specifici di formazione e awareness, anche con format innovativi, sul **linguaggio inclusivo e il superamento dei bias**.



Con 149.000 collaboratori e 95 milioni di clienti in 50 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