



# Comunicato Stampa

Milano, 12 settembre 2023

## AXA lancia il Manifesto “Perché il futuro dovrebbe essere un rischio?” per raccontare il proprio contributo ad una vita più sicura e inclusiva

- In un mondo in continua evoluzione e alle prese con nuovi rischi, il Gruppo AXA ribadisce ed amplifica, in un Manifesto firmato dal CEO Thomas Buberl, il proprio impegno per contribuire a una vita più sicura e inclusiva, per una società più equa e sostenibile.
- “Perché il futuro dovrebbe essere un rischio?” è la domanda, semplice ma provocatoria, che dà il titolo al Manifesto, che racconta il percorso già intrapreso da AXA per un ripensamento del proprio mestiere di assicuratore, sempre più ancorato a un ruolo sociale.
- E la prima risposta AXA la dedica alle donne, che saranno protagoniste di una campagna pubblicitaria globale in partenza proprio in Italia il 17 settembre sulle principali emittenti TV, su stampa e web, dal titolo “Essere donna non dovrebbe essere un rischio”.

“Il Manifesto amplifica, mettendolo nero su bianco, un impegno concreto di AXA verso le persone e la società in un contesto di incertezze e nuovi rischi - ha dichiarato **Giacomo Gigantiello, CEO del Gruppo assicurativo AXA Italia**. Racchiude lo spirito di AXA e la sua determinazione ad agire, perché sentiamo la responsabilità di fare di più. Tra le sfide principali che abbiamo individuato ci sono l’inclusione sociale, la parità di genere e la transizione climatica su cui ci siamo dati obiettivi precisi e misurabili”.

“**Perché il futuro dovrebbe essere un rischio?**”: si apre con una domanda semplice ma provocatoria il **Manifesto** presentato dal Gruppo AXA, per ribadire il proprio impegno a contribuire a un domani più inclusivo e sostenibile.

Una domanda che apre a una fotografia della realtà segnata dalla complessità e dall’incertezza, ma che invita a guardare al futuro con più ottimismo e in cui AXA ribadisce un **rinnovato senso di responsabilità nella vita delle persone e nel progresso della società**.

Il Manifesto espone a titolo di esempio alcune tappe di un percorso avviato dal Gruppo e che proseguirà con ancora maggior vigore, **dall’identificazione e anticipazione dei rischi** emergenti, fino alle **nuove sfide della protezione**, per offrire al maggior numero di persone possibile una vita più sicura.

Sul **Clima**, ad esempio, l’attenzione va allo sviluppo di **soluzioni sempre più personalizzate e trasparenti** in caso di **eventi meteorologici imprevisti** mediante l’**assicurazione parametrica**; in ambito **Salute**, parola chiave è **prevenzione**, sia attraverso **politiche di disinvestimento che investimenti in tecnologia**; sulla **Protezione** in generale, il Gruppo è al lavoro su **nuovi prodotti e servizi sempre più accessibili per un numero sempre maggiore di persone**.



La **prima risposta** sul perché il futuro non dovrebbe essere un rischio, **AXA la dedica alle donne**, protagoniste della **nuova campagna pubblicitaria globale**, che partirà in Italia il 17 settembre sulle principali emittenti TV, su stampa e web.

La campagna, dal titolo **“Essere donna non dovrebbe essere un rischio”**, nasce dunque come prima **declinazione concreta del Manifesto e racconta l’impegno quotidiano di AXA nell’anticipare e prevedere i rischi con particolare attenzione alle donne**, nella consapevolezza **dell’empowerment femminile come questione etica**, ma anche come **tema cruciale di carattere economico e sociale**.

Un tema chiave anche per il Gruppo assicurativo AXA Italia, che ha dato vita a iniziative distintive nel nostro Paese, come **Angels For Women**, la prima associazione italiana di business angels **per supportare l’imprenditoria e l’innovazione al femminile** e **Spazio Donna WeWorld** per **sostenere donne che vivono in condizioni di fragilità**, anche in termini di **inserimento lavorativo ed empowerment**. In partnership con **l’Università Bocconi**, inoltre, è stato creato **l’AXA Research Lab on Gender Equality**, esempio unico in Italia, per studiare e produrre contenuti relativi alle politiche pubbliche che supportino l’uguaglianza di genere.

---

Con 145.000 collaboratori e 93 milioni di clienti in 51 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](http://www.axa.it).

#### Media Relations

##### AXA Italia

Direttore Comunicazione, CR e Sustainability  
Giorgia Freddi

##### Ufficio Stampa

Eleonora Mecarelli

[eleonora.mecarelli@axa.it](mailto:eleonora.mecarelli@axa.it)

06 50870257