



# Comunicato Stampa

Milano, 1 dicembre 2023

## AXA Italia: pioggia di premi per la spinta innovativa verso i clienti e per il valore sociale della nuova campagna adv

- In occasione degli “Insurance Connect Awards 2023”, il Gruppo assicurativo AXA Italia ottiene il primo premio con AXA ProMeteo, il Portale Cauzioni e il progetto di Customer analytics.
- Importanti riconoscimenti anche per la campagna pubblicitaria “Essere donna non dovrebbe essere un rischio”: il “Premio San Bernardino 2023” per la Pubblicità socialmente responsabile assegnato ieri presso l’Università LUMSA, con il 1° posto sia nel Premio Giuria che degli studenti e il primo premio nella categoria “Cover” al “55° Key Award & 10° Radio Key Award”, riconoscimento nazionale organizzato dal Gruppo Media Key.

Il Gruppo assicurativo AXA Italia ottiene nuovi importanti riconoscimenti, sia per l’impegno in ottica di innovazione continua iniziative verso i clienti che per il valore sociale dell’ultima campagna pubblicitaria, “Essere donna non dovrebbe essere un rischio”.

In occasione degli **Insurance Connect Awards 2023**, i riconoscimenti ai protagonisti del settore assicurativo che più si sono distinti nel corso dell’anno sui temi chiave delle strategie, della progettualità, delle iniziative, della distribuzione, dei prodotti e dell’innovazione, il Gruppo si è aggiudicato ben 3 primi posti:

Nella categoria “*Digital-Ramo Cauzioni*” brilla il **Portale Cauzioni**, tool digitale semplice e intuitivo nato per offrire un supporto nella gestione di complesse procedure come la richiesta di una polizza fidejussoria. Il tool consente infatti **a tutti i clienti con Partita IVA di richiedere in modo semplice e veloce una polizza fidejussoria per la partecipazione agli appalti pubblici**. Elemento distintivo, la **riduzione dei tempi complessivi dell’intero processo, dalla richiesta del cliente all’emissione della polizza**.

Successo anche nella categoria “*Claims Management*”, con **AXA ProMeteo**, innovativo programma pluriennale dedicato alla **gestione delle catastrofi naturali**, che ha ridefinito l’approccio a questo tipo di eventi con una governance dedicata e l’attivazione di **azioni predefinite in base alla gravità dell’evento da porre in essere per consentire la gestione ottimale dei sinistri** in termini di vicinanza al cliente e capacità di ripristino, e che in prospettiva consentirà di stimarne la gravità e inviare alert proattivi verso il cliente prima del verificarsi dell’evento.

AXA Italia è stata premiata anche per il “**Miglior progetto di customer analytics**”, per aver introdotto **l’intelligenza artificiale a supporto dei processi di vendita** con l’obiettivo di proporre al cliente coperture assicurative sempre più



coerenti con i suoi bisogni, migliorare l'efficacia delle iniziative di cross selling e incrementare la fidelizzazione e soddisfazione del cliente.

È stato inoltre assegnato ieri, presso l'Università LUMSA di Roma, il **“Premio San Bernardino 2023 per la pubblicità socialmente responsabile” - 1° posto sia nel Premio Giuria che degli studenti** - per l'ultima campagna pubblicitaria di AXA, firmata da Publicis Conseil, dal titolo, **“Essere donna non dovrebbe essere un rischio”**.

Protagoniste, in uno storytelling realistico ed emozionale, le donne e il loro vissuto con i rischi, dalla nascita fino all'età adulta. Obiettivo, lanciare **un messaggio globale di ottimismo, per spingere a riflettere sulla capacità di lottare, insieme, per un futuro diverso, più inclusivo.**

**La campagna brilla proprio in questi giorni grazie a un importante riconoscimento:** il primo premio nella categoria **“Cover”** al **“55° Key Award & 10° Radio Key Award”**, riconoscimento nazionale organizzato dal Gruppo Media Key.

---

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, Sustainability &  
Public Affairs  
Giorgia Freddi

Ufficio Stampa  
Eleonora Mecarelli  
[eleonora.mecarelli@axa.it](mailto:eleonora.mecarelli@axa.it)  
06 50870257