



Comunicato Stampa

Milano, 7 marzo 2025

AXA Italia: in occasione della Giornata Internazionale della Donna 2025, ribadisce il proprio impegno al fianco delle donne con nuove iniziative per i collaboratori e la collettività

- In occasione della Giornata Internazionale della Donna 2025, AXA Italia ribadisce il proprio impegno sui temi dell'empowerment femminile e della lotta contro la violenza di genere con nuove iniziative pensate per gli oltre 1700 collaboratori e per la collettività.
- Tra le iniziative messe a disposizione nelle sedi di Milano, Roma e Torino, un talk di sensibilizzazione sui temi della disparità di genere e su come incidono gli standard estetici sulle relazioni e le organizzazioni sociali e quindi nel lavoro, promosso da Valore D, speed mentoring interni e momenti informali di scambio e di confronto tra il top management AXA e i collaboratori sui temi della leadership al femminile e leadership inclusiva.
- Prosegue parallelamente in tutta Italia, e con una tappa anche oggi presso l'Istituto Comprensivo Centro 3 di Brescia alla presenza di Simone Innocenti, Chief People, Organization and Internal Communication Officer di AXA Italia, "La Fatica di Essere Medie", progetto di educazione all'affettività e sensibilizzazione al contrasto alla violenza sulle donne, a fianco della Fondazione Una Nessuna Centomila.
- Con questi gesti, AXA Italia ribadisce ancora una volta un impegno distintivo di lungo-periodo sui temi della lotta alla violenza di genere, dell'empowerment al femminile e più in generale dell'inclusione, sia verso l'interno, che a favore della Società in generale.

In occasione della **Giornata Internazionale della Donna 2025**, AXA Italia dà ulteriore impulso al proprio impegno sui temi dell'empowerment al femminile e della lotta contro ogni forma di violenza sulle donne attraverso nuove iniziative pensate sia per i collaboratori che per la collettività.

Per gli oltre 1700 collaboratori delle sedi di Milano, Roma e Torino, la Compagnia mette a disposizione il collegamento ad **un talk on line di sensibilizzazione promosso da Valore D sui temi della disparità di genere**, e in particolare su come **certi standard estetici possano incidere sulle relazioni sociali e sul lavoro**, ma anche **speed mentoring interni** e **"Un Caffè con..."**, momenti informali di scambio e di confronto tra il top management e i collaboratori sui temi della **leadership al femminile** e **leadership inclusiva**.

Le iniziative si aggiungono al già ricco programma attuato da AXA Italia sia nell'ambito dello **sviluppo della leadership al femminile**, con, ad esempio, **programmi formativi di eccellenza in partnership con Università** di grande rilievo in Italia, che sul fronte della prevenzione della **violenza verbale, mentale e fisica**, per fornire **strumenti di difesa e self-**



empowerment attraverso workshop dedicati nelle sedi di lavoro.

Tra le novità, la nomina del **“trusted primary contact”**, una figura interna che, con garanzia di totale confidenzialità, può fornire un primo ascolto, supporto e indirizzo a chiunque si trovi in situazioni di violenza domestica o intra-familiare.

Su queste tematiche, AXA Italia ha scelto di portare un **contributo concreto anche alla collettività**, in coerenza con il piano strategico “Unlock The Future”, che indica la **sostenibilità come suo terzo pilastro**, grazie ad esempio al nuovo progetto **di educazione all’affettività e di sensibilizzazione al contrasto alla violenza di genere**, **“La Fatica di Essere Medie”**, dedicato a **20 scuole secondarie di primo grado su tutto il territorio nazionale**, al fianco della Fondazione Una Nessuna Centomila.

Un percorso che prosegue in questi giorni con nuove tappe incentrate sul nuovo filone tematico, **“Diritti: contrasto alla disparità e alla discriminazioni”**, tra cui la tappa **odierna presso l’Istituto Comprensivo Centro 3 di Brescia**, alla presenza, tra gli altri, di **Simone Innocenti, Chief People, Organization and Internal Communication Officer di AXA Italia**.

Simone Innocenti, Chief People, Organization and Internal Communication Officer di AXA Italia: *“Abbiamo scelto di celebrare la Giornata Internazionale della Donna dedicando ai collaboratori nuove iniziative molto concrete di sensibilizzazione sui temi della disparità di genere e di ribadire insieme, ancora una volta, quanto l’inclusione e l’empowerment siano valori fondanti della nostra cultura. Ed è stato motivo di orgoglio essere insieme alle ragazze e ai ragazzi di una delle scuole protagoniste de “La Fatica di Essere Medie” per portare il nostro contributo su questi temi. Per AXA ogni giorno è l’8 marzo e siamo convinti che solo con il contributo di tutti si può lottare per una società più inclusiva che metta in primo piano e promuova il valore di ogni singola persona”*.

Con 154.000 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.

Media Relations

AXA Italia

Responsabile External Communication,
Sustainability & Public Affairs
Giorgia Freddi

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