AXA ITALIA
CORPORATE RESPONSIBILITY 2015

#Partner

Introduzione di
Isabella Falautano
DIRETTORE COMMUNICATION,
CORPORATE RESPONSIBILITY & PUBLIC AFFAIRS,
AXA ITALIA

Corporate Responsibility 2015

Viviamo tempi di cambiamenti socioeconomici radicali, in un contesto sempre più "liquido" dove la velocità sembra avere il sopravvento sulla capacità di andare a fondo, radicarsi e innovare in profondità.

Le imprese possono e devono essere motori di un **cambiamento positivo** incentrato su una sana "gravitas", anche e soprattutto quelle assicurative, che si occupano di prevenire e analizzare i rischi, stabilizzare, proteggere e **abilitare i progetti** delle persone nel lungo periodo, temi chiave per il benessere futuro della società. Per farlo devono radicarsi sempre di più nei territori di riferimento e portare la società stessa al centro delle proprie attività, diventando partner, compagni di percorso e creando un **ecosistema sociale** con il quale innovare insieme.

I partner rappresentano, di fatto, una delle nuove unità di misura della Corporate Responsibility e permettono di avere un approccio flessibile, moderno e non autoreferenziale. Per questa ragione, per la prima volta, in AXA Italia, abbiamo effettuato un'**analisi di materialità**, che fuori gergo significa individuare che cosa è realmente importante per noi dal punto di vista della sostenibilità e dalla quale è emersa con chiarezza la vera **centralità del cliente**.

Al centro della nostra strategia rimangono **l'educazione**, **la prevenzione e l'innovazione sociale con un focus sulle nuove generazioni**, tema chiave per l'Italia. Questo è il nostro modo di dare un contributo concreto alla società e fare massa critica tra le numerose iniziative che portiamo avanti, provando anche a misurare il cambiamento sociale generato tramite il **Social Return on Investment** (S-ROI).

Inoltre, come compagnia pensante, crediamo in una visione di lungo termine (**Thought Leadership**), che ci permetta di **anticipare i trend emergenti** nella società per proteggere meglio il futuro a partire da oggi.

Un ponte tra l'esterno e l'interno, esteso a tutte le funzioni aziendali che di fatto comunicano e lavorano con la società. Partendo dalle **persone di AXA**, dipendenti e reti distributive, che ogni giorno si impegnano a proteggere grazie al loro lavoro e grazie all'impegno crescente nell'associazione di volontariato aziendale **AXA Cuori in Azione**.

La Corporate Responsibility è quindi un elemento differenziante per stabilire un dialogo durevole e coerente con i nostri interlocutori, tradizionali e nuovi. Pensiamo a tutti gli innovatori, alle start-up o agli attori della sharing economy.

Si tratta di un panorama fluido che si sta ridisegnando tra tutte le parti, e che sempre più si basa sulla fiducia. Chi può proteggere questo **patrimonio di fiducia tra le persone**? Una domanda aperta a cui stiamo cercando di rispondere insieme, attraverso le nostre **partnership**.

Come assicuratori lungimiranti hanno costruito il mondo che conosciamo

Fonte dell'articolo: ***axa.com***

"L'attività assicurativa è invisibile a molti, ma è ovunque nella vita quotidiana. Gestire i rischi per la serenità delle persone, facilitare gli investimenti di lungo termine per stimolare l'innovazione, creare un legame tra generazioni per costruire insieme il futuro sono solo alcuni esempi del nostro ruolo macroeconomico per supportare crescita, stabilità e solidarietà, andando oltre i risultati finanziari."

Christian Thimann
HEAD OF STRATEGY, SUSTAINABILITY
AND PUBLIC AFFAIRS, GRUPPO AXA

Dalle prime forme di polizza che hanno garantito la costruzione dei grattacieli alle organizzazioni come AXA Strategic Ventures: cambiamenti e innovazioni che non sarebbero stati possibili senza il sostegno di assicuratori visionari.

Non tutti lo sanno, ma molte cose che sono ormai parte integrante della nostra quotidianità, come strade, edifici, ponti, treni e automobili, all'epoca della loro invenzione erano considerate destabilizzanti, ma non solo: in pochi erano disposti a credere nella loro fattibilità. E forse non tutti sanno che solo grazie ad assicuratori lungimiranti e anche un po' visionari, e al loro coraggio nell'assicurare imprese tanto rischiose, intere industrie hanno avuto occasione di svilupparsi e prosperare, dando il proprio contributo alla costruzione del mondo che conosciamo oggi.

Dalle prime forme di assicurazione nelle società preindustriali a organizzazioni come **AXA Strategic Ventures**, che hanno lottato per estendere ogni volta un po' di più i limiti del campo assicurativo, da sempre le **assicurazioni si sono rivelate fondamentali per lo sviluppo del futuro di tutti noi**.

Grattacieli

Nel 1880 un architetto originario del Minnesota di nome **Leroy Buffington** progettò un «gratta-nuvole» (cloud-scraper, un po' meno elegante ma altrettanto evocativo di un altro termine in uso all'epoca negli Stati Uniti: stratosphere-scraper, «gratta-stratosfera») di ben **28 piani**. Si trattava di un edificio avveniristico, sostenuto da uno scheletro di ferro e metallo.

L'invenzione di Buffington fu derisa dall'ambiente dell'architettura e dalla stampa di settore, che la definì «per nulla funzionale» e addirittura «assurda». Appena tre anni dopo un altro architetto, **William LeBaron Jenney**, partecipò con un progetto basato sullo stesso concetto a un concorso indetto dalla Home Insurance Company per la realizzazione della nuova sede generale di Chicago. Ben lungi dal deriderlo, la compagnia assicurativa approvò e finanziò la sua idea.

Il Grande Incendio del 1871 aveva raso al suolo buona parte della città e nella ricostruzione si era abbandonato il legno, allora molto diffuso, in favore di materiali ignifughi quali pietra, ferro e mattone. Fra i costruttori si mise in atto una vera e propria corsa a innalzare edifici che «**toccassero il cielo**». Edifici più alti necessitano di muri più resistenti e all'epoca il solo modo per ottenerli era costruirne di più spessi e pesanti, con conseguenti ambienti interni più bui, cupi e soffocanti. Il progetto di Jenney prevedeva un'elaborata **gabbia di metallo in grado di sostenere un edificio molto alto** senza l'ingombro di pareti in muratura e con tutto lo spazio per ampie finestre.

L'**Home Insurance Building fu costruito nel 1885**. Aveva una struttura portante di colonne verticali e travi orizzontali in acciaio per un'altezza complessiva di dieci piani e un peso pari a circa un terzo di un edificio uguale ma costruito in muratura. Gli ambienti interni, poi, erano spaziosi e molto luminosi grazie alle grandi finestre. Impossibile, ormai, tornare indietro: era nata la cosiddetta **Scuola di Chicago**, un movimento architettonico improntato alla progettazione di edifici rivoluzionari che avrebbe ridefinito il concetto di grattacielo e cambiato per sempre il modo di costruire le città, che dal quel momento si sarebbero espanse verso l'alto e non più in larghezza.

Tutto questo grazie a **una compagnia assicurativa capace di guardare oltre** e non solo di assicurare, ma addirittura di costruire il primo grattacielo moderno.

Missili

Il 15 gennaio 2012 la sonda spaziale **Fobos-Grunt** è precipitata nelle acque dell'Oceano Pacifico, a ovest del Cile. Avrebbe dovuto atterrare su Fobos, uno dei satelliti di Marte, per raccogliere campioni di terreno da analizzare, ma ogni tentativo di controllo mentre era in orbita si è rivelato inutile e la missione è fallita. Un potenziale disastro economico per l'**Agenzia Spaziale Federale Russa**, che invece ha recuperato una parte cospicua del proprio investimento economico poiché la sonda era stata assicurata per un totale di **1,2 miliardi di rubli** (circa 30 milioni di Euro all'epoca) e ha così potuto proseguire nelle proprie attività di esplorazione come ha sempre fatto sin dagli inizi della corsa allo spazio.

«L'esplorazione spaziale ha avuto inizio nel 1957 con la messa in orbita dello **Sputnik**. Appena otto anni dopo, nel 1965, Intelsat 1 è stato il primo satellite commerciale a essere coperto da assicurazione» ricorda Denis Bousquest, Senior Space Underwriter (assicuratore spaziale) per **AXA Corporate Solutions**, la filiale del Gruppo AXA dedicata all'assicurazione dei mercati specializzati. Lo space department è stato inaugurato nel 2007 e si occupa anche di copertura ad hoc per le imprese che lanciano satelliti a bordo dei missili Ariane.

L'assicurazione spaziale è concepita su misura, in funzione dei rischi molto specifici e decisamente costosi che possono mettere in serio pericolo il futuro di intere società. Gli assicuratori si impegnano infatti a **risarcire i clienti in molteplici casi di fallimento**, come per esempio in caso di perdita di un apparecchio spaziale.

«Hanno aiutato concretamente lo sviluppo dei satelliti commerciali» aggiunge **Denis Bousquet**, e oggi garantiscono il proprio aiuto anche agli Stati, perché i governi preferiscono di gran lunga sottoscrivere polizze assicurative private anziché assumersi i rischi in prima persona.

Gli scienziati e gli ingegneri russi auspicano l'organizzazione di una nuova missione su Fobos ma, per il momento, l'**Agenzia Spaziale Federale Russa Roscosmos** ha utilizzato il cospicuo risarcimento ottenuto per il fallimento della prima missione per partecipare al finanziamento di **ExoMars**, il nuovo programma di esplorazione di Marte.

Trasporto aereo

Sapevate che il primo volo umano a motore dei leggendari **fratelli Wright** nel 1903 era coperto da assicurazione? E non è tutto. La prima polizza assicurativa in campo aereo emessa da una compagnia assicurativa risale al 1911.

Tra tutte le tipologie di copertura assicurativa proposte nei primi trent'anni circa del Novecento, quella aerea era forse la più innovativa e addirittura clamorosa. Era un'epoca pionieristica nel campo dell'aviazione, stimolante tanto per gli eroi che l'hanno incarnata quanto per gli «esploratori» in camicia e cravatta che, da dietro le quinte, stipulavano polizze d'avanguardia per rischi sino a quel momento inimmaginabili.

Con la comparsa di queste «macchine volanti», seguita a breve tempo dal diffondersi della «febbre dell'Atlantico» (la corsa alla traversata dell'oceano) e dalla nascita delle prime rotte commerciali per il trasporto postale, gli assicuratori hanno colto al volo, è il caso di dirlo, l'occasione di unire le forze per condividere il rischio, fondando consorzi assicurativi specializzati in questo nuovo settore. **Grazie al loro impegno, l'industria aeronautica è decollata nel vero senso del termine, portando allo sviluppo e all'introduzione del motore jet e alla nascita del Boeing 747**, precursore famoso in tutto il mondo del trasporto aereo di massa, e al perfezionamento di polizze assicurative sempre più specifiche e qualificate. Oggi gli assicuratori sono partner imprescindibili per le compagnie aeree, anche per il trasporto del futuro.

Ha da poco visto la luce, infatti, una polizza ad hoc per **Solar Impulse**, il primo tentativo di volo intorno al mondo a bordo di un velivolo a energia solare, apripista di un metodo di trasporto più pulito e di un nuovo livello dell'assicurazione aerea. Senza dimenticare il turismo spaziale, nuova era dell'esplorazione, che offre sbocchi inediti al progresso in campo aereo, del trasporto e, ovviamente, assicurativo. Polizze innovative saranno create per garantire una sempre maggiore sicurezza dei viaggi, all'interno e, al momento giusto, all'esterno dell'atmosfera terrestre.

Tutto il resto

E, così, con questa breve carrellata abbiamo avuto modo di imparare come, da sempre, **le assicurazioni si siano sviluppate in parallelo all'impegno di pionieri, esploratori e inventori**. Donne e uomini determinati a spingersi più in alto, più lontano e più velocemente oltre i limiti, ma che avevano bisogno di una base solida per poter sviluppare i propri progetti. Una «base» che molto spesso si è concretizzata in una forma di assicurazione.

Per esempio, un'assicurazione sotto forma di granai collettivi è stata di vitale importanza per i primi passi dell'agricoltura, poiché essi permettevano di riunire le risorse e contrastare così in modo efficace le carestie. E che dire del ruolo determinante rivestito dalle assicurazioni nelle spedizioni oltreoceano alla ricerca di nuovi territori da esplorare durante «l'epoca delle grandi scoperte», fra Quattrocento e Settecento; un'epoca che ha definito la cultura europea e permesso l'affermazione di vasti e duraturi imperi coloniali. Lo stesso ruolo determinante che hanno avuto nello sviluppo del trasporto di massa fra Ottocento e Novecento, proteggendo gli inventori di macchine moderne, coloro che decidevano di investire nella loro vendita e chi le usa ogni giorno in tutto il mondo.

Il concetto stesso di assicurazione, dunque, è vecchio quanto la società umana. È sempre stata al nostro fianco nella ricerca di nuove vie per l'incremento della produzione alimentare, nel commercio, nella costruzione di case e mega strutture, nella cura delle malattie e così via: ha reso in pratica possibile ogni cosa. L'assicurazione trasforma i pericoli da evitare in rischi calcolabili che siamo così più disposti a correre, incoraggia persone e compagnie a creare e cogliere nuove opportunità nonostante tutte le incertezze che le accompagnano. L'assicurazione aiuta a trasformare le idee in imprese concrete per migliorare la nostra vita e, spesso, cambiare il mondo in meglio.

L'impegno di **AXA Strategic Ventures** è mosso dallo stesso spirito innovativo. Con un occhio di riguardo a modelli economici e commerciali alternativi, ai «**big data**», al cambiamento climatico, all'inclusione finanziaria e alla salute, ASV aiuta e sostiene le imprese a promuovere l'innovazione come mai prima d'ora.

Una delle collaborazioni più recenti e quarto progetto di investimento di ASV, ha portato alla creazione di **FLYR**, un algoritmo sviluppato da una start-up di San Francisco destinato a rivoluzionare il mercato del turismo e delle assicurazioni viaggio. Capace di prevedere i prezzi dei biglietti aerei con un anticipo fino a 120 giorni, aiuterà davvero tutti noi a raggiungere le nostre mete.

1 #AXA p. 10

Il Gruppo AXA **p. 10** | Il Gruppo AXA in Italia **p. 12** | La governance della sostenibilità **p. 14** | L'impegno di AXA per l'ambiente **p. 22**

2 #Partner dei giovani e dell'innovazione p. 26

Intervista a Andrea Saviane, Country Manager BlaBlaCar **p. 30** | Studenti **p. 32** | Giovani Talenti **p. 35** | Giovani Imprenditori **p. 39** | Parlare con le nuove generazioni **p. 41**

3 #Partner dei clienti p. 42

Intervista a Gabriele Verrucchi, Titolare PMI Modena Parts **p. 44** | Nati per Proteggere 2015: più di una campagna pubblicitaria **p. 46** | AXA e BlaBlaCar **p. 48** | Smart Center **p. 49** | I Mesi della Protezione 2015 e la collaborazione con AIRC **p. 49** | Master Agenti **p. 50** | AXA MPS Futuro Dedicato **p. 50** | Quick Quotation **p. 52** | Premi e riconoscimenti di AXA **p. 52**

4 #Partner pensante p. 54

Intervista a Riccardo Biondi, Ricercatore ISAC - CNR **p. 56** | Thought leadership **p. 58** | AXA Research Fund **p. 58** | Italian AXA Forum 2015@EXPO **p. 59** | Italian AXA Paper n. 7 **p. 60** | AXA Bocconi Seminar 2015 **p. 61** | Women in Insurance: donne che proteggono **p. 61**

5 #Partner responsabile p. 62

Intervista a Sofia Maroudia, Chief Operating Officer ActionAid **p. 64** | AXA Cuori in Azione **p. 66** | Insure Your Success **p. 67** | Inclusione Sociale **p. 68** | AIRC: AXA a supporto della ricerca sul cancro **p. 70** | Le nuove sfide per il 2016 **p. 71** | Le Nostre Persone **p. 72**

#Partner del presente e del futuro

Cambiare e saper cambiare innovando è la sfida di AXA.
AXA ha scelto la parola #Partner come parola chiave del Report di Corporate Responsibility 2015 per descrivere come la mission di Compagnia al fianco delle persone, della società e dei clienti, sia possibile grazie a un approccio di protezione e di collaborazione con tutte queste realtà.

Un partner è una presenza fidata con cui si crea un rapporto e si condivide un percorso che diventa reciproco sostegno nei momenti di difficoltà.
AXA è al fianco dei clienti, delle persone e della società e si impegna a proteggerli oggi e domani, perché il futuro si costruisce ponendo solide basi nel presente.

#Partner dei giovani e dell'innovazione
perché AXA è pronta ad interpretare la sfida del cambiamento.

#Partner dei clienti
perché offre soluzioni chiare e trasparenti per la protezione.

#Partner pensante
perché ha una chiara strategia per generare idee innovative per la società.

#Partner responsabile
perché lavora nell'interesse di tutti gli stakeholder, interni ed esterni all'azienda.

Il Gruppo AXA

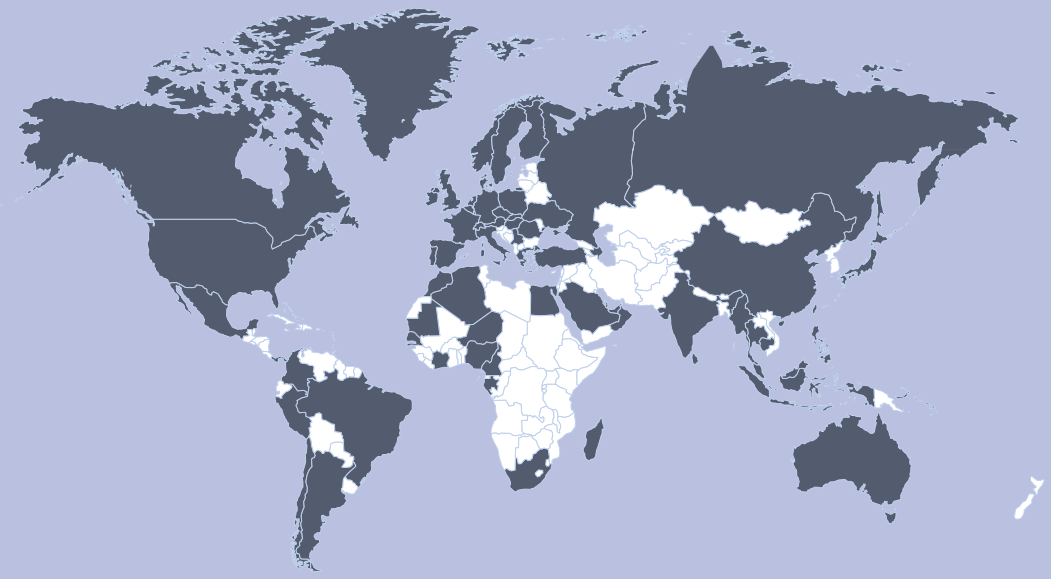
La mission di AXA è aiutare le persone a vivere con serenità ogni fase della propria vita proteggendoli con soluzioni e servizi adattabili alle diverse esigenze, sostenendoli nei momenti difficili e nelle scelte per il futuro.

Con 166.000 collaboratori, **103 milioni di clienti in 64 Paesi** e un brand value pari a **9.254 miliardi di dollari**, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione.

Secondo la classifica Interbrand AXA è il primo brand assicurativo al mondo per il **7° anno** consecutivo, con un incremento del valore del marchio del 14% dal 2014 e del 30% dal 2013; nel 2015 AXA è entrata, per la prima volta, nei primi 50 brands globali collocandosi al **48° posto della classifica dei *Best Global Brands*** con una progressione di 5 posizioni rispetto all'anno precedente e di ben 11 rispetto al 2013.

Si conferma così la solida reputazione e il valore del brand AXA che è al contempo elemento di **fiducia** per i clienti attuali e potenziali, elemento di **attrattività** per i distributori ed elemento di **orgoglio** per il Gruppo e i suoi collaboratori.

1°	BRAND ASSICURATIVO
166.000	COLLABORATORI
103 mln	DI CLIENTI
64	PAESI DEL MONDO
99 mld €	DI GIRO D'AFFARI
5,6 mld €	DI RISULTATO OPERATIVO



■ PAESI IN CUI È PRESENTE AXA

Il Gruppo AXA Italia

AXA Assicurazioni propone, attraverso un canale agenziale e un servizio di consulenza personalizzata, i prodotti assicurativi più adatti alle esigenze di protezione della persona, della famiglia e dell'impresa.

AXA MPS è il canale bancassicurativo di AXA in Italia nato nell'ottobre 2007 dalla partnership strategica con la Banca Monte dei Paschi di Siena. La Joint-venture, attraverso una rete di circa **2.000 sportelli**, offre soluzioni di protezione, risparmio e investimento, nel ramo Vita, Danni e nel Business Previdenziale. La Joint-venture opera attraverso le società AXA MPS Assicurazioni Vita, AXA MPS Assicurazioni Danni e AXA MPS Financial Ltd.

Quadra Assicurazioni è invece la società di AXA Italia che offre soluzioni dedicate alla persona e alle aziende, operando con partner bancari e non bancari.

Le altre società di AXA in Italia

AXA inoltre opera in Italia attraverso la compagnia diretta **Quixa**[1] e le compagnie specializzate **AXA Art** (protezione del patrimonio artistico-culturale pubblico e privato), **AXA Corporate Solutions** (grandi aziende e gruppi) e **AXA Assistance** (servizi di assistenza nei vari settori).

Sono inoltre presenti le società **AXA IM** (asset management), **AXA Tech** (specializzata nei servizi di gestione delle infrastrutture IT e telecomunicazioni), **AXA MATRIX Risk Consultants** (loss prevention) e **AXA RE IM** (gestioni immobiliari).

Il presente documento rendiconta le attività di Corporate Responsibility realizzate da AXA Assicurazioni e AXA MPS, nel seguito AXA Italia.

[1] *QUIXA è il brand commerciale della filiale italiana di AXA Global Direct Seguros y Reaseguros*

4,5 mln	**DI CLIENTI**
323 mln €	**DI UTILE NETTO CONSOLIDATO**
32 mld €	**DI RISERVE TECNICHE***
650	**AGENZIE**
~2.000	**SPORTELLI BANCARI**
~1.500	**COLLABORATORI****
8,4 mld €	**DI RACCOLTA PREMI COMPLESSIVA** 6,73 mld € Ramo Vita e 1,62 mld € Ramo Danni

* *incluse passività finanziarie al fair value rilevato a conto economico derivanti da contratti finanziari di tipo polizze Unit ed Index linked e dalla gestione dei Fondi pensione.*

** *oltre 2.000 considerando tutte le entità di AXA in Italia*

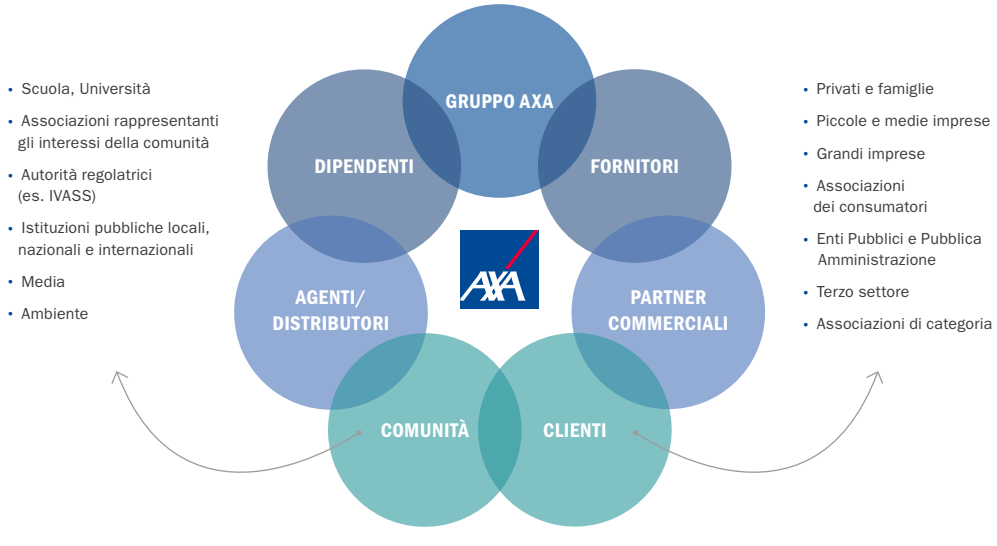
La governance della sostenibilità

IL PRIMO PASSO VERSO UN RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

Il percorso di adesione alle linee guida del Global Reporting Initiative, le linee guida più diffuse per la rendicontazione di sostenibilità, è stato avviato nei primi mesi del 2016 con la definizione della prima analisi di "materialità" di AXA Italia che prevede l'individuazione dei temi rilevanti per AXA e per i suoi stakeholder.

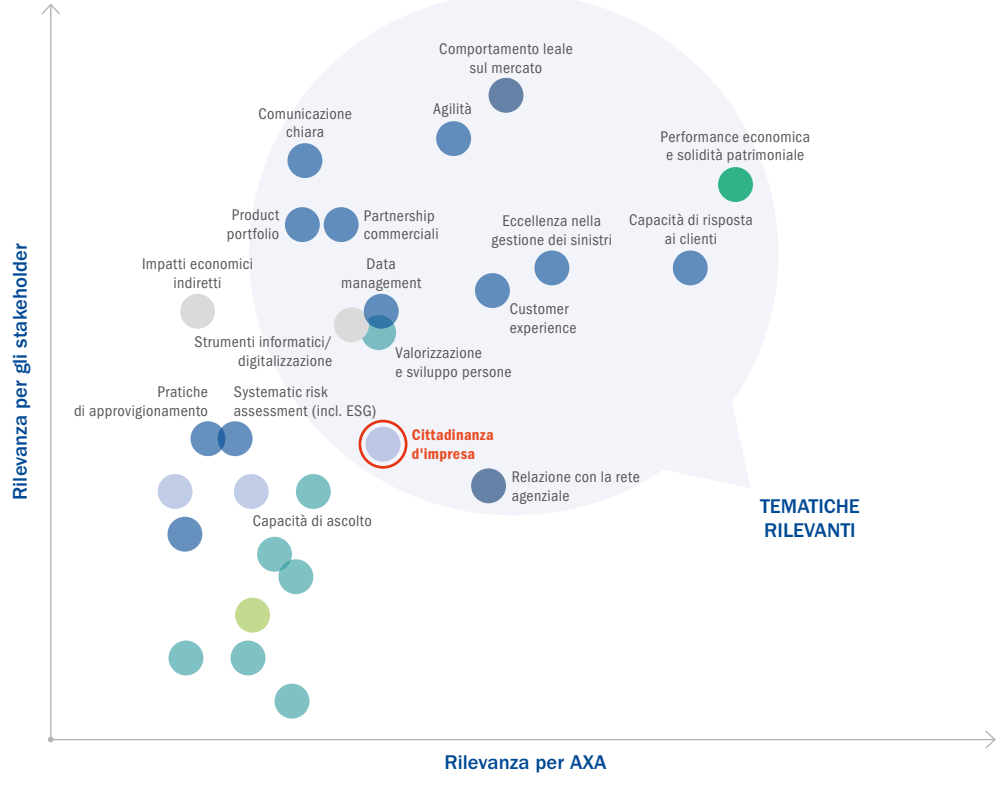
Il primo passo di questo percorso è stata la **mappatura degli stakeholder** che ha consentito di individuare gli interlocutori chiave di AXA: interni (**Gruppo AXA**, **dipendenti**) ed esterni (**fornitori**, **partner commerciali**, **clienti**, **comunità**, **agenti/distributori)**.

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER



La seconda fase è stata l'identificazione dei temi rilevanti, realizzata grazie a un **benchmark sul Gruppo AXA**, sulle aziende del settore e sull'analisi degli strumenti di ascolto e coinvolgimento già adottati all'interno di AXA Italia. Da questa attività è emersa una lista di **35 tematiche di sostenibilità rilevanti** che sono state sottoposte all'attenzione del management aziendale. Gli elementi individuati sono stati quindi posizionati su una **mappa a due dimensioni**: da un lato la rilevanza che questi aspetti hanno sull'organizzazione e, dall'altro, le aspettative e le priorità degli stakeholder.

MATRICE DI MATERIALITÀ



Sono stati individuati **quattordici temi materiali** per AXA Italia e per i suoi stakeholder:

- **Performance economica e solidità patrimoniale**;
- **Partnership commerciali** (banche, GDO, ecc.);
- **Comunicazione trasparente verso la clientela**;
- **Product Portfolio** (inclusi prodotti destinati a categorie quali giovani, PMI, ecc.);
- **Capacità di risposta ai clienti**;
- **Eccellenza nella gestione dei sinistri**;
- **Customer experience**;
- **Valorizzazione e sviluppo delle persone**;
- **Relazione del Gruppo con la rete agenziale e bancaria**;
- **Comportamento leale sul mercato**;
- **Strumenti informatici/digitalizzazione**;
- **Agilità**;
- **Cittadinanza d'impresa e sviluppo delle comunità**;
- **Cyber risk & data security** (data management).

Dall'analisi è emersa la **centralità del rapporto con il cliente** in tutte le sue fasi (dalla comunicazione alla gestione dei sinistri attraverso un intenso ascolto delle loro aspettative) e, in una fase di incertezza come quella attuale, un'attenzione a ribadire la **solidità della Compagnia**.

Fondamentale è il tema delle competenze e della **valorizzazione delle persone di AXA**, nonché le iniziative nei confronti della comunità.

La governance della sostenibilità

MISURARE IL LIVELLO DI MATURITÀ DELLA SOSTENIBILITÀ: LO SCORING TOOL

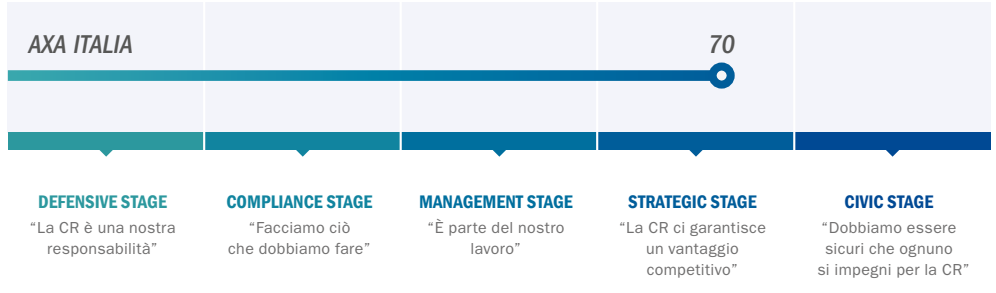
Uno degli strumenti per misurare il livello di Sostenibilità sviluppato e adottato dal Gruppo AXA è il Corporate Responsibility Maturity KPI, un indicatore che consente un'autovalutazione del livello di maturità della Corporate Responsibility che considera oltre 70 parametri estratti dal questionario per l'inserimento delle aziende nel Dow Jones Sustainability Index, opportunamente integrati con aspetti legati all'educazione e alla ricerca sui rischi, tema chiave della Compagnia.

Fino all'anno scorso lo **Scoring tool** era calcolato in modo distinto per AXA Assicurazioni e per AXA MPS (entrambe le Società avevano raggiunto il livello strategico); nel 2015, per la prima volta, è stato valutato lo Scoring tool di **AXA Italia** che si è mantenuto ad un **livello strategico**, dove si assume che la Sostenibilità garantisca un **vantaggio competitivo**.

Lo Scoring tool è uno strumento che contribuisce a misurare lo stato dell'arte della Corporate Responsibility e a definire la strategia e le aree di miglioramento per il futuro.

Al tool si aggiungono altri elementi, quali **analisi di scenario**, **interviste al top management**, **envisioning** e **linee guida provenienti dal Gruppo AXA**.

Ogni anno AXA Italia predispone un piano di CR che consente di declinare la strategia in azioni concrete, trasversali a ogni funzione.



Il Gruppo AXA aderisce a diversi rating internazionali di sostenibilità

DJSI WORLD E DJSI EUROPE

Punteggio:

83/100

MEDIA SETTORE 48/100

SUSTAINALYTICS

Punteggio:

87/100

MEDIA SETTORE 55/100

CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP)

Punteggio:

98/100

EURONEXT VIGEO

AXA è stata inclusa nel 2014 nell'indice Euronext Vigeo "World 120" ottenendo il **primo posto** nel settore assicurativo.

IL CALCOLO DEL SOCIAL RETURN ON INVESTMENT

Il perimetro del progetto

AXA Italia ha deciso dal 2014 di calcolare l'impatto degli investimenti nella comunità al fine di stimare in termini economici i benefici sociali generati da ogni Euro investito attraverso il Social Return on Investment, o S-ROI misurando anche il valore sociale e non solo quello finanziario degli investimenti.

Visto il carattere sperimentale di tale progetto, AXA ha deciso di focalizzare il calcolo dell'impatto solo su alcuni dei progetti finanziati nel 2015, per i quali è stato possibile individuare immediatamente i beneficiari diretti; in questa fase, non sono stati presi in considerazione i beneficiari indiretti.

Il calcolo dell'impatto è stato applicato a 5 progetti destinati alle **giovani generazioni**, suddivise in 4 sottocategorie.

La metodologia

L'approccio scelto per l'identificazione, validazione e monetizzazione degli impatti degli investimenti, è ispirato al modello di calcolo del Social Return On Investment, promosso dallo S-ROI Network, che si propone di misurare il valore sociale, e quindi non finanziario ma intangibile, generato dalle risorse investite in un progetto.

La misurazione del valore sociale:

- **è soggettiva**, ossia dipende dai diversi interessi e aspettative che gli attori coinvolti maturano nel tempo (gli stessi soggetti possono avere obiettivi diversi a seconda dello scenario);
- **è esprimibile attraverso una pluralità di indicatori** (numero di beneficiari, numero di servizi erogati, ecc.) che consentono di valutare l'effettivo valore prodotto dal capitale investito in modo molto più ampio rispetto al mero ritorno economico;
- generalmente, **è il risultato di una pluralità di interventi** attuati da diversi interlocutori non isolabili tra loro.

Lo S-ROI si basa su 7 principi chiave, che prevedono il coinvolgimento degli stakeholder, la comprensione dei cambiamenti in atto, la valutazione degli avvenimenti rilevanti, la "materialità", la veridicità, la trasparenza e la verifica finale dei risultati.
Si sviluppa in 5 fasi:

- **identificazione del contesto e individuazione degli stakeholder chiave**, che prevede l'analisi della documentazione relativa ai progetti e l'individuazione dei beneficiari;
- **mappatura dei risultati**, che prevede l'individuazione dei cambiamenti generati dalle attività verso gli stakeholder cui è indirizzata;

- **verifica e monetizzazione dei risultati**, che prevede la misurazione dei cambiamenti individuati nella fase precedente, attraverso opportune approssimazioni finanziarie che permettano di monetizzarli;

- **valutazione effettiva dell'impatto sociale**, che prevede di determinare la percentuale del risultato ottenuto attribuibile a fattori esterni oppure all'attività di altre organizzazioni e persone non operanti per conto del progetto finanziato da AXA e di valutare la durata nel tempo dei risultati;

- **calcolo del valore sociale**, come rapporto tra il valore generato e il valore dell'investimento.

I risultati

Il valore sociale generato dai finanziamenti erogati da AXA per i cinque progetti considerati è risultato pari a 782.284 Euro che, al netto dell'investimento effettuato per ottenerli (520.504 Euro), corrisponde a 261.780 Euro.

Tali risultati dimostrano che per ogni Euro investito da AXA nei progetti considerati sono stati generati **1,50 Euro** a vantaggio dei destinatari.

Nati per proteggere

Il **Centro Hurtado** è il vincitore della campagna Nati per Proteggere con la storia "**I ragazzi di Scampia**".

Dal 2006 ad oggi ha permesso a molte persone del quartiere Scampia a Napoli sia di seguire **attività formative** e **culturali** che di lavorare tramite la cooperativa sociale "**La Roccia**", che gestisce una bottega del libro/legatoria e una sartoria nel Centro.

L'impatto sociale generato dal Centro rappresenta un elemento importante per il territorio di Scampia.

Nel corso di 10 anni di vita del Centro:

- **1.845** persone hanno seguito laboratori educativi;
- **297** persone hanno seguito corsi di formazione e avviamento al lavoro;
- **30** persone hanno realizzato percorsi di produzione nei laboratori;
- Dal 2006 al **2016** le persone che lavorano presso il Centro sono passate da 22 a **33**.

La frequenza ai laboratori educativi inoltre ha permesso a molti ragazzi di orientare il loro percorso di studi in base alle **vocazioni individuali**.

La governance della sostenibilità

RIEPILOGO S-ROI

PROGETTI	INVESTIMENTO TOTALE
5	€ 520.504
STAKEHOLDER COINVOLTI	**VALORE GENERATO**
403	€ 782.284

STUDENTI	GIOVANI TALENTI	GIOVANI IMPRENDITORI	INCLUSIONE SOCIALE
S-ROI 1,60	S-ROI 1,09	S-ROI 1,92	S-ROI 8,04

S-ROI TOTALE
1,50

L'impegno di AXA per l'ambiente

La tutela dell'ambiente è parte fondante dell'impegno di AXA che dedica grande cura alla gestione consapevole dei propri modelli di consumo e a promuovere iniziative di ricerca ed educazione per migliorare e accrescere la consapevolezza sulle sfide poste dal cambiamento climatico.

Nell'ambito della conferenza **Climate Finance Day** del mese di maggio 2015, il Gruppo AXA ha annunciato l'impegno a dismettere gli investimenti nelle società più legate alle energie fossili e a triplicare quelli green.

Nel 2015 si è conclusa la transizione fra le due tipologie di investimenti: il disinvestimento è stato di 0,5 miliardi di Euro e **l'investimento green raggiungerà i 3 miliardi** nel 2020.

Lo scorso anno è stata creata la start-up **ClimateSecure** per fornire soluzioni assicurative su misura per la gestione dei rischi legati ai cambiamenti climatici.

Il Gruppo AXA supporta, attraverso l'**AXA Research Fund**, la ricerca d'eccellenza per trovare risposte su come proteggere al meglio le persone da eventi estremi dovuti ai cambiamenti climatici. Sono circa **35 milioni di Euro** i finanziamenti per la ricerca accademica sul clima e sui rischi ambientali erogati fra il 2015 e il 2018 e **143 i progetti accademici** in corso, dedicati ai rischi ambientali.

Il Gruppo AXA è impegnato anche ad accrescere e a diffondere la conoscenza sul riscaldamento globale e i relativi rischi.

Partner ufficiale della **COP21**, la Conferenza mondiale sul clima tenutasi a Parigi a fine 2015, ha ribadito la necessità per tutti, inclusa la società civile e le aziende, di mobilitarsi per raggiungere accordi ambiziosi, sia in termini di limitazioni delle emissioni di carbonio sia per la definizione di strategie di resilienza.

AXA contribuisce alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in diversi modi: fornendo **100 milioni di Euro** a soluzioni assicurative "verdi", aumentando del 55% i premi lordi sugli investimenti in energia eolica e di **450 milioni di Euro** (80% rispetto al 2013) quelli di riassicurazione interna in energia eolica.

In aggiunta, AXA vuole avere un ruolo attivo anche nel diminuire il proprio impatto ambientale, monitorando annualmente gli spostamenti casa-lavoro dei propri dipendenti e ha ottenuto negli anni importanti risultati:

- **riduzione del 36,6%** dei km percorsi dai collaboratori per raggiungere il posto di lavoro, pari a 460 milioni di km;
- **riduzione del 7%** dei km percorsi per viaggi di lavoro, pari a oltre 42 milioni di km.

AXA Italia ha inoltre ottenuto per la nuova sede di Milano il **livello GOLD** della certificazione **LEED**[2] e ha tra i propri obiettivi quello di raggiungere lo stesso risultato per l'edificio di Via Aldo Fabrizi a Roma, che sta subendo interventi di ammodernamento.

[2] *Standard di certificazione inerente la progettazione, costruzione e gestione di edifici salubri, energeticamente efficienti e a basso impatto ambientale*

L'IMPEGNO DI AXA NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE

IL GRUPPO AXA INVESTE NELLA RICERCA SUI RISCHI AMBIENTALI E IN ENERGIE RINNOVABILI:

2015	**AXA partner ufficiale di COP21** Conferenza mondiale sul clima a Parigi	**Start-up ClimateSecure** soluzioni assicurative per la gestione rischi legati al cambiamento climatico
2015 - 2018	**+35 mln di €** per finanziare la ricerca accademica sul clima	**143** progetti finanziati
2015 - 2020	**0,5 mld di €** disinvestiti in combustibili fossili	**3 mld di €** investiti in energia rinnovabile

100 mln di €
investiti in soluzioni assicurative "verdi"

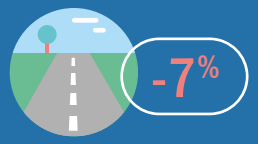
450 mln di €
di investimenti di riassicurazione interna in energia eolica (+80% rispetto al 2013)

+55% premi lordi
su investimenti in energia eolica

IL GRUPPO AXA MONITORA OGNI ANNO GLI SPOSTAMENTI CASA/LAVORO DEI PROPRI DIPENDENTI PER RIDURRE LE EMISSIONI DI CO_2 ECCO I RISULTATI NEGLI ULTIMI 5 ANNI:

riduzione dei chilometri percorsi dai collaboratori per raggiungere il posto di lavoro, pari a 460 milioni di km

riduzione delle emissioni di CO_2
pari a 50.000 tonnellate di equivalenti di CO_2 non rilasciati in atmosfera



riduzione dei chilometri percorsi per viaggi di lavoro, pari a oltre 42 milioni di km

INOLTRE A LIVELLO LOCALE AXA ITALIA SI IMPEGNA ATTRAVERSO AZIONI CONCRETE A PROMUOVERE COMPORTAMENTI SOSTENIBILI NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE

#Partner dei giovani e dell'innovazione

Cambiare e saper innovare è la sfida di AXA, che investe nei giovani e in una nuova idea di futuro attraverso i giovani, sviluppando con loro e per loro percorsi di protezione, di innovazione e di inclusione volti a generare impatti sul territorio che migliorino la qualità della vita e la coesione sociale.

AXA Italia sostiene la società nell'affrontare le sfide del futuro e i rischi che ne derivano, supportando concretamente progetti per proteggere il futuro in modo diverso. È partner dei giovani studenti nel realizzare iniziative per l'educazione finanziaria ed è partner dei giovani talenti nell'incentivare la loro imprenditorialità.

Supporta i giovani imprenditori nella creazione delle start-up più innovative e sostiene l'inclusione sociale delle fasce di popolazione a rischio per contrastare l'abbandono scolastico e migliorare l'occupabilità nel lungo termine.

STUDENTI

- p. **32** Impresa in azione
- p. **33** Social Impact
- p. **34** Viaggio Premio
- p. **67** Insure your success

GIOVANI TALENTI

- p. **35** Alliance For YOUth
- p. **35** Great Global Adventure
- p. **36** Global Graduate Program
- p. **37** #theAXAdemy
- p. **37** FuturAXA
- p. **38** AXA Talent Prize 2015

GIOVANI IMPRENDITORI

- p. **39** Impact HUB
- p. **40** AXA Strategic Ventures

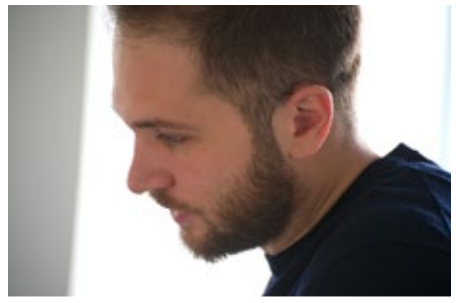
INCLUSIONE SOCIALE

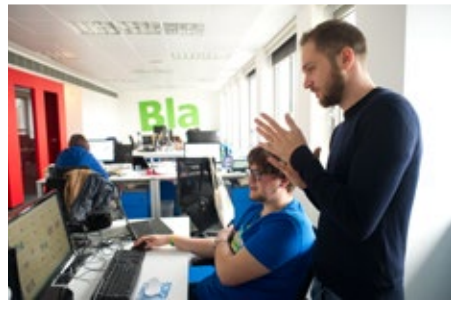
- p. **41** StartupItalia! iSchool
- p. **68** Lavoro di Squadra

BlaBlaCar e AXA

BLABLACAR E AXA, PRENDERE UN PASSAGGIO DA UNO SCONOSCIUTO NON È MAI STATO PIÙ SICURO

Non chiamateli autisti e nemmeno autostoppisti, gli utenti di BlaBlaCar sono una vera e propria community con in comune l'amore per l'ambiente, la curiosità di condividere esperienze e un senso di responsabilità verso le generazioni future. Abbiamo chiesto ad Andrea Saviane, 32enne Country manager di BlaBlaCar in Italia, perché condividere un passaggio in auto può essere il simbolo di una nuova filosofia di vita e perché il carpooling diventerà presto un'abitudine anche in Italia.





"LA PARTNERSHIP CON AXA È UN BEL CAMBIAMENTO (...) PER IL SENSO DI SICUREZZA E DI PROTEZIONE CHE DÀ ALL'UTENTE"

Andrea Saviane
COUNTRY MANAGER DI BLABLACAR

Intervista realizzata da **Anna Gaudenzi**
GIORNALISTA, RNDLAB, STARTUPITALIA!

INTERVISTA

#SharingEconomy contro la crisi o nuovo stile di vita? Quali sono le ragioni del successo di BlaBlaCar?

I confini della **Sharing Economy** non sono così facilmente individuabili ma sicuramente **BlaBlaCar** ne fa parte, dato che mette in contatto conducenti con posti liberi a bordo e viaggiatori che desiderino viaggiare verso la stessa meta, permettendo loro di condividere le spese.

Proprio per questo BlaBlaCar è vera sharing economy, è condivisione di risorse che altrimenti verrebbero sprecate, è rinuncia a fare un'esperienza da soli per condividerla. Indubbiamente la leva del risparmio sul costo della benzina e autostrada è quella che porta le persone a iniziare a usufruire del servizio, ma sicuramente non è l'unica.

Chi sceglie il **carpooling** abbraccia uno stile di vita nuovo, che guarda in modo alternativo alla mobilità cercando di avere un impatto meno invasivo possibile sull'ambiente. Inoltre BlaBlaCar ha successo soprattutto nelle zone poco servite dal servizio pubblico o non servite in modo capillare ed efficiente.

Perché la #partnership con un'assicurazione e in particolare con AXA? Che cosa cambia per l'utente?

Per l'utente è un bel cambiamento. **Il senso di sicurezza** che dà il fatto di essere protetti da un'assicurazione come AXA è fondamentale. Abbiamo scelto di attivare la partnership non soltanto perché AXA è un marchio storico e conosciuto da tutti, ma anche perché è un'azienda **aperta all'innovazione** e **al cambiamento**.

I viaggiatori grazie alla nuova partnership usufruiscono di tre garanzie automatiche e gratuite: assistenza stradale se il veicolo si ferma, tutela legale in caso di incidente e recupero degli oggetti a bordo. Pensiamo che queste tre soluzioni possano portare molte più persone a guardare a BlaBlaCar come a un mezzo sicuro per viaggiare.

Quali novità dobbiamo aspettarci nei prossimi mesi? #cambiamentiincorso

Sicuramente uno dei cambiamenti più significativi è stata proprio la partnership con AXA che abbiamo siglato a inizio 2016. Ora stiamo mettendo a punto il passaggio al **pagamento online** che è già possibile per il 75% dei viaggi. In pratica la transazione di denaro avviene in modo più sicuro e con pagamento con carta di credito, anche prepagata.
Non ci sarà più uno scambio diretto di denaro tra passeggero e conducente, tutto avverrà tramite portale garantendo a chi guida di ricevere il pagamento alla fine del servizio.

Che cosa accomuna gli utenti di BlaBlaCar e che cosa li rende una vera #community?

Passeggeri e guidatori di BlaBlaCar condividono un senso di appartenenza che li rende una vera e propria **community**. Sono persone che vogliono fare qualcosa di utile e che scelgono di dividere il loro spazio privato con altri anche perché credono in un mondo più sostenibile. In Italia all'inizio non è stato facile crescere, anche se gli italiani posseggono in media due auto a famiglia.

Ci sono stati ostacoli e resistenze e ci sono persone che ancora sono diffidenti all'idea di prendere un passaggio da uno sconosciuto. Ci vuole tempo per abituarsi all'idea di dividere uno spazio privato con altri. Sicuramente il fatto di poter **risparmiare sul viaggio** e la difficoltà di raggiungere alcune località con i mezzi pubblici sono state le leve che hanno portato le persone a considerare BlaBlaCar come un'alternativa valida.

#Sostenibilità: quanto è importante per voi il concetto di sviluppo sostenibile? Le persone sono pronte a cambiare le proprie abitudini e adottare uno stile di vita più sostenibile?

Sicuramente per noi la sostenibilità ambientale è importante. Tuttavia sappiamo bene che in Italia la sensibilità verso l'ambiente è meno spiccata rispetto ad altri paesi europei. Il messaggio che cerchiamo di far passare è che, date le soglie di inquinamento che si stanno raggiungendo, chi viaggia da solo e non mette a disposizione i posti liberi della sua auto si comporta in modo irresponsabile nei confronti della società. Basta un **piccolo sforzo** da parte di tutti perché le nostre città diventino **più vivibili**, **con meno traffico** e **aria più pulita**.

Quanto contano per voi le #nuovegenerazioni?

Moltissimo, siamo convinti che saranno loro che ci porteranno verso un **rinnovamento culturale**. Tra qualche anno condividere un passaggio in auto sarà non solo semplice ma anche naturale, esattamente come comprare un oggetto su Amazon o sostenere una campagna in cui si crede con il **crowdfunding**.

In ogni caso la community di BlaBlaCar non è composta solo da giovanissimi, mediamente gli utenti hanno **31 anni** ma ci sono moltissime persone in fascia d'età più avanzata che utilizzano normalmente il servizio. Ho anche conosciuto un 80enne che sta girando tutta Europa usufruendo dei passaggi in auto di BlaBlacar!

#NatiPer è il contest di AXA Italia che cerca idee e progetti di innovazione sociale. Cosa aggiungerebbe all'hashtag #NatiPer per completarlo?

Per me la parola che completa #NatiPer è rinnovare. Siamo cresciuti in un mondo fatto di logiche diverse che abbiamo dovuto rinnovare. Stiamo costruendo un nuovo modo di vivere e decostruendone un altro. Per questo la necessità di rinnovamento per me è fondamentale. **#NatiPer rinnovare!**

#Partner dei giovani e dell'innovazione

STUDENTI

IMPRESA IN AZIONE: CREARE UNA START-UP A SCUOLA

Nel 2015 AXA ha partecipato a "Impresa in Azione" di Junior Achievement Italia, programma educativo dedicato ai giovani studenti e accreditato presso il Ministero dell'Istruzione, dell'Universitàe della Ricerca che consente ai ragazzi tra i 16 e i 19 anni di avviare e gestire una start-up d'impresa a scuola.

Circa **20 dipendenti** AXA sono entrati in aula in veste di esperti d'azienda mettendo a disposizione competenze specifiche in ambito finanziario, strategico e di business planning.

Junior Achievement Italia è la più grande organizzazione non profit dedicata all'educazione economico-imprenditoriale nella scuola.

Dal 2002 ha costruito in Italia un network di **professionisti d'impresa**, **fondazioni** e **istituzioni**, **educatori** e **insegnanti** che, secondo logiche di responsabilità sociale e volontariato, forniscono strumenti e metodi didattici pratici e concreti.

jaitalia.org
@jaitalia
www.linkedin.com/company/junior-achievement-italia

#Partner dei giovani e dell'innovazione

SOCIAL IMPACT AWARD: AXA PREMIA L'IMPRENDITORIALITÀ DEGLI STUDENTI

AXA Italia ha partecipato alla selezione dei progetti partecipanti alla dodicesima edizione di BIZ Factory, competizione di imprenditorialità per gli studenti delle scuole superiori organizzato dal partner JA Italia.

Si tratta di un **laboratorio di imprenditorialità e innovazione**: in due giorni ricchi di competizioni, workshop e occasioni di networking, gli studenti hanno incontrato educatori, manager, imprenditori e personaggi di cultura che li hanno incoraggiati a far leva su creatività ed entusiasmo per costruire un futuro di successo.

AXA con JA Italia ha assegnato due premi speciali:

- **Il Social Impact Award** alla start-up **MyProGeneration** della scuola I.P.S. "S. D'Acquisto" di Bagheria (PA), per l'impatto sociale del progetto;

- **Il Teacher of the Year** alla Prof.ssa **Barbara Fidanza**, docente di matematica dell'I.I.S. Benini di Melegnano (MI), per la passione e la professionalità dimostrate, come segnali di motivazione e attenzione per il futuro degli studenti.

Grazie al contributo di AXA Italia, il Teacher of the Year ha potuto usufruire per un anno dei servizi offerti da **Redooc**, la prima piattaforma italiana per l'apprendimento della matematica attraverso il gioco, che permette agli studenti di divertirsi e ai professori di monitorare l'attività svolta dalla classe per consentire a ognuno di imparare alla propria velocità.

La Prof.ssa Fidanza, attraverso la **LIM** (Lavagna Interattiva Multimediale), ha integrato le spiegazioni con le video lezioni disponibili sulla piattaforma e questo strumento è stato utile anche per gli studenti che hanno potuto apprendere la matematica rivedendole quante volte necessario. L'80% degli esercizi sono stati svolti in classe e su un totale di **665 livelli** di esercizi completati, **581** sono quelli **superati** (83%).

VIAGGIO PREMIO 25-29 APRILE 2016

Gli studenti del team vincitore del Social Impact Award, il co-founder della start-up Read Runner, vincitrice dell'Impact Hub fellowship on e-health and well-being e due rappresentanti di Impact Hub Milano (Marco Nannini, CEO, e Claudia Fasolo, Incubation Program manager), partner di AXA Italia in numerose iniziative legate all'innovazione sociale, sono volati a Parigi per vedere da vicino l'impegno di AXA per l'innovazione.

Nella capitale francese gli studenti hanno anche avuto l'opportunità di conoscere **l'innovazione** e **la ricerca AXA** e raccogliere spunti e idee per rendere solido un business, grazie a incontri con esperti del **Gruppo AXA**, dell'**AXA Research Fund** e di **AXA Strategic Ventures**.

Il 25 aprile, appena sbarcati a Parigi, i ragazzi hanno visitato la sede e l'hotel particulier di Avenue Matignon per poi incontrare il team di **Cécile Wendling**, Head of R&D foresight, e quello di **Simon Clow**, Head of Stakeholder Engagement at AXA, del team Strategy e Corporate Responsibility. Gli studenti si sono poi confrontati con una grande azienda del settore privato, approfondendo i cambiamenti della società e i trend emergenti che hanno un forte impatto sulla vita delle persone (ambiente, demografia e welfare, digitale), i rischi, le opportunità. È stata inoltre presentata l'attività di AXA per la società, le start-up e più in generale per i giovani.

Un altro momento importante è stata la visita del 28 aprile all'AXA Research Fund (p. 58) dove il giovane team di studenti-imprenditori ha incontrato **Ulrike Decoene**, Direttrice dell'AXA Research Fund, per discutere dell'importanza della ricerca nel prevenire e comprendere i rischi e anticiparli e del nuovo ruolo dei ricercatori nella società.

I due rappresentanti di ImpactHub e Remo Ricchetti hanno incontrato **Sébastien Loubry**, Business Development & Communications Director di AXA Strategic Ventures, il fondo di venture capital da **230 milioni di Euro** di AXA, dedicato all'investimento in innovazione strategica negli ambiti assicurativo, fintech e salute.

#Partner dei giovani e dell'innovazione

GIOVANI TALENTI

ALLIANCE FOR YOUTH: AXA PER L'OCCUPAZIONE GIOVANILE

Nel giugno 2015 AXA ha celebrato un anno di Alliance for Youth, iniziativa intrapresa nel 2014 con Nestlé e un gruppo di altre importanti imprese europee del settore privato, per ridurre la disoccupazione giovanile in Europa.

AXA si è impegnata a fornire esperienze professionali ad almeno **20.000 giovani** dal 2014 al 2018, dando loro un'opportunità in AXA, aiutandoli a prepararsi al mondo del lavoro e a beneficiare di un solido network di imprese e organizzazioni con lo stesso obiettivo.

L'occupabilità dei giovani è uno dei pilastri di **Alliance for Youth** e per questo AXA ha stabilito solide relazioni con le altre imprese partner e ha organizzato numerosi eventi con i giovani in diverse parti d'Europa.

Nel corso della **Corporate Responsibility Week 2015** la sede di Parigi del Gruppo AXA ha ospitato **70 giovani** con background differenti che, con i dipendenti di AXA e i volontari di AXA Cuori in Azione, hanno affrontato una giornata di coaching per la redazione del curriculum vitae e alcuni workshop sui colloqui di lavoro, per aiutarli a conoscere meglio AXA e più in generale il mondo del lavoro.

GREAT GLOBAL ADVENTURE: IL GIRO DEL MONDO PERSONALIZZATO

Il Gruppo AXA ha offerto agli studenti universitari di tutto il mondo la possibilità di vincere un viaggio intorno al mondo con Great Global Adventure, il gioco online collegato, nato nel 2015, che ha coinvolto 25.900 studenti da 221 Paesi e aree del mondo.

Il gioco, dedicato a **studenti universitari** e **neolaureati**, consiste in una serie di sfide da affrontare su una piattaforma a cui i giocatori si iscrivono, suddivisi in base alla regione geografica di appartenenza. I vincitori di ogni singola area, a cui spettano premi del valore di **400 Euro**, accedono all'ultima selezione.

Il premio finale comprende:

- Fino a **8 mesi di viaggio** intorno al mondo;
- **Due stage remunerati** per un massimo di sei settimane;
- **Un'esperienza** con uno dei partner di Corporate Responsibility di AXA;
- **Le spese** di viaggio e di mantenimento.

La prima edizione del 2015 è stata vinta dallo studente inglese **Will Moore**, partito subito per la **Mongolia** e poi per **Hong Kong**.

GLOBAL GRADUATE PROGRAM

Il Global Graduate Program è un ambizioso percorso di 18 mesi che si articola in programmi individuali di sviluppo, job rotation in diverse aree aziendali e in formazione internazionale per costruire le professionalità di domani.

I partecipanti al programma potranno sfidare AXA proponendo le loro idee su cosa e come migliorare, avranno l'opportunità di vivere un'esperienza sia locale, conoscendo i distributori, i canali, i prodotti e i clienti di AXA, sia globale, nel corso del **Global Graduate Camp** che si svolgerà a **Parigi**, incontrando i senior leader.

Il Global Graduate Program permetterà ai ragazzi di avere Executive sponsor, essere coinvolti in iniziative di **Corporate Social Responsibility**, avere un tutor dedicato, performance management, HR follow-up.

In Italia il programma è stato valorizzato attraverso l'organizzazione del **OneDayWith AXA Italia** che ha visto la partecipazione di oltre **2.000 giovani** con più di **950 candidature** ricevute e più di **350 partecipanti** alla video presentazione e alla live chat.

+950
Candidature ricevute

+350
Partecipanti alla video presentazione e alla live chat

#Partner dei giovani e dell'innovazione

#THEAXADEMY: UN PERCORSO DI STAGE ATTRAVERSO IL SOCIAL RECRUITING

Con #theAXAdemy AXA ha confermato il suo impegno per la crescita e la formazione delle nuove generazioni.

Il programma è finalizzato a offrire a **30 giovani neolaureati** provenienti dai principali atenei italiani un **percorso di stage** nelle sedi AXA Italia di Milano e Roma, per arricchire il loro bagaglio formativo con competenze utili e spendibili nel loro futuro professionale.

La selezione è avvenuta tramite un vero e proprio **"social recruiting"**: dopo aver risposto all'annuncio AXA pubblicato sulle pagine **LinkedIn**, **Facebook** e **Monster**, i partecipanti sono stati indirizzati a una piattaforma web dedicata al programma, dove hanno dovuto risolvere un quiz di logica e inviare la propria video-candidatura.

Sono stati premiati i 30 partecipanti che si sono distinti per motivazione, spirito imprenditoriale e voglia di trasferire in azienda i propri contributi innovativi. **I vincitori hanno preso parte ai digital assessment**.

FUTURAXA: UN PROGETTO IN PARTNERSHIP CON L'UNIVERSITÀ BOCCONI

FuturAXA è il progetto, in collaborazione con l'Università Bocconi di Milano, per valorizzare il talento degli studenti universitari.

Il programma, giunto alla seconda edizione nel 2015, prevede che i giovani talenti selezionati seguano un percorso di **job rotation** di circa un anno, in tre differenti aree aziendali.

Grazie al progetto, i partecipanti hanno acquisito una conoscenza completa dell'azienda e dei suoi processi attraverso la **formazione in aula** e il **training on the job**. Hanno inoltre partecipato a una serie di eventi come **"ideas generation"**, formazione e incontri per prepararli alla realizzazione di due innovativi project work.

SIMONE BUBBICO, MATERIA OSCURA.

AXA TALENT PRIZE 2015: IL PREMIO PER IL TALENTO ARTISTICO

Anche nel 2015 AXA Italia ha mantenuto il suo impegno nella valorizzazione dell'arte e dei talenti partecipando all'ottava edizione di Talent Prize.

Il **Talent Prize**, concorso annuale di arti visive dedicato ai giovani artisti internazionali, realizzato con l'alto patrocinio della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministero degli Affari Esteri, dell'Assessorato alla Cultura di Roma Capitale e dell'Ambasciata di Francia, ha ospitato la terza edizione del premio speciale AXA, nato grazie ad **AXA Italia** e **AXA ART** per selezionare l'opera più significativa nella pittura, nella fotografia e nella scultura. Il tema portante è stato la protezione del futuro.

Ha vinto **Simone Bubbico**, giovane artista torinese, autore dell'opera **'Materia Oscura'**, in cui è rappresentato, secondo le parole dell'autore, "un piccolo universo, che si evolve e cambia". L'opera ha colpito la giuria per la capacità di interpretare il tema della protezione del futuro, fondamentale per AXA: proteggere il mondo dell'arte e della cultura, attraverso il talento, significa preservare l'identità del Paese e promuovere lo sviluppo della società.

GIOVANI IMPRENDITORI

IMPACT HUB FELLOWSHIP ON E-HEALTH AND WELL-BEING

AXA Italia in collaborazione con Impact Hub Milano ha lanciato la Impact Hub Fellowship on e-health and well-being, seconda edizione del premio che offre un programma di incubazione di un anno per le iniziative imprenditoriali su temi specifici.

Il programma, che nel 2015 ha avuto un focus sull'e-health, l'applicazione delle nuove tecnologie per il miglioramento delle cure, della salute e del benessere, ha previsto la selezione in una prima fase di **tre progetti**, con un'incubazione di tre mesi presso l'**Hub di Milano**, ricevendo supporto economico e consulenza per lo sviluppo del business plan.

Al termine del periodo il vincitore ha ottenuto, oltre a un premio di **20.000 Euro**, la possibilità di proseguire per altri nove mesi il periodo di incubazione, ricevendo un importante sostegno per lo sviluppo di competenze e l'accesso ai finanziamenti, grazie al coaching dei manager di AXA e al network di Impact Hub.

A vincere questa edizione è stata **"Read Runner"**, una piattaforma mobile creata per facilitare la lettura e la comprensione di testi ai bambini tra gli 8 e i 14 anni affetti da **dislessia**. Si tratta di una fascia d'età delicata nel percorso di crescita, in cui uno strumento come Read Runner può aiutare nella riabilitazione alla lettura e nella costruzione della personalità. Pazienti, terapeuti, genitori e insegnanti si possono connettere e collaborare.

Il progetto ha unito al meglio **la capacità di innovare** e **il desiderio di migliorare la vita delle persone**: la dislessia è un problema che riguarda il 10% della popolazione e comporta difficoltà nella lettura e nella comprensione di testi, che nei più giovani ha ripercussioni sull'autostima e nella vita sociale.

milan.impacthub.net
@ImpactHubMilano
linkedin.com/company/impact-hub-milano

AXA STRATEGIC VENTURES

Grazie alla creazione del fondo di venture capital AXA Strategic Ventures da 230 milioni di Euro, il Gruppo AXA intende finanziare start-up che portino innovazioni strategiche nei settori assicurativo, dell'asset management, dell'industria dei servizi tecnologici finanziari e dei servizi sanitari.

Proprio in quest'ultimo ambito, AXA Strategic Ventures ha investito **11 milioni di dollari in Neura**, una società che utilizza nuove tecnologie di apprendimento automatico per mappare l'**identità digitale** delle persone.

Applicata ai servizi sanitari o di musica online, ai veicoli o alla casa, la tecnologia sviluppata da Neura rende possibile una personalizzazione innovativa analizzando costantemente il comportamento degli utenti.

In altre parole, Neura fornisce ad applicazioni e dispositivi informazioni sulle azioni passate e presenti dei loro utilizzatori, corredate da previsioni statistiche sul loro comportamento futuro.

axastrategicventures.com
@AXAVentures
linkedin.com/company/axa-sv

#Partner dei giovani e dell'innovazione

PARLARE CON LE NUOVE GENERAZIONI

ISCHOOL: UN BLOG SUL FUTURO DELL'EDUCAZIONE

Continua l'impegno di AXA Italia per comprendere il mondo dei giovani tramite il blog iSchool su StartupItalia!, il network più influente su start-up e innovazione, nato nel 2014 per esplorare il mood e la relazione delle nuove generazioni con il rischio.

Il blog ha ampliato l'utenza e consolidato il piano editoriale: infatti da giugno 2014 a dicembre 2015 è passato da 19.000 a **121.000 utenti mensili**, con sessioni da **119 Paesi** nel mondo. I social network sono il principale canale con cui gli utenti arrivano al blog e raccolgono il 63% del traffico, di cui l'85% da Facebook e il 14% da Twitter. I post più letti riguardano tool innovativi, nuovi metodi di apprendimento, digital skills e imprenditorialità under 20.

AXA Italia ha contribuito al restyling del sito e alla personalizzazione dei social network, ha realizzato due social survey e tre infografiche su misura. Da maggio 2014 a luglio 2015 sull'account Twitter di StartupItalia! sono stati postati oltre **620 tweet** su iniziative ed eventi relativi ad AXA, che hanno generato oltre **20 milioni di potential impressions**.

In occasione dell'**Italian AXA Forum**, organizzato a ottobre 2015, la redazione di StartupItalia! ha realizzato i video mostrati durante l'evento.

Sul blog **iSchool** trovano spazio anche le diverse iniziative realizzate da AXA Italia: da febbraio a dicembre 2015 sono stati pubblicati **104 articoli** su temi molto diversi, ma caratterizzati da attualità e innovazione. Un pezzo di giugno 2015 tratta per esempio la dipendenza degli adolescenti dalla rete e i problemi che ne conseguono, come il **cyberbullismo**, l'**esclusione sociale** e l'**ansia crescente**. A proposito di questo, AXA Italia ha organizzato un incontro durante la Settimana della **Corporate Responsibility** per aiutare i genitori di AXA Italia a proteggere i propri figli, dando loro gli strumenti per utilizzare la rete in modo attento e responsabile.

L'arte a scuola è un altro tema su cui è stato scritto un articolo nel febbraio 2015: attraverso l'intervista a uno scultore che ha vinto una precedente edizione dell'**AXA Talent Prize** si racconta l'esperienza dell'artigianato, della creazione artistica e della loro importanza per l'educazione scolastica.

Nel corso del 2015 i temi che coinvolgono AXA Italia di cui si è scritto su iSchool sono:

- Arte e cultura;
- Lavoro e start-up;
- Scuola e imprenditoria;
- Educazione su finanza, assicurazione, rischio e previdenza;
- Rete e nuove tecnologie;
- Inclusione sociale.

StartupItalia!

startupitalia.eu
@startup_italia

#Partner dei clienti

AZIENDE: QUANDO LA SOPRAVVIVENZA DEL BUSINESS DIPENDE DALLA VALUTAZIONE DEL RISCHIO FATTA CON UN VERO PARTNER.

Le PMI, Piccole e Medie Imprese, sono mattoni importanti nel tessuto economico italiano e rappresentano un segmento importante per il business di AXA, che garantisce per loro ascolto, reattività e vicinanza. Una gestione personalizzata che fa leva sulla rete agenziale e coinvolge una serie di partner qualificati (periti e società altamente specializzate nel salvataggio e ripristino delle imprese), che permette agli imprenditori di 'non fermare mai la propria attività', anche in caso di grave sinistro. Come è accaduto nel 2015 alla Modena Parts, un'azienda importante nel modenese che produce pezzi di ricambio per macchine di movimento terra.

Un incendio scoppiato nella notte ha coinvolto gran parte dei magazzini e delle linee di produzione dell'azienda, mettendo in pericolo una piccola eccellenza italiana che realizza il 70% del suo fatturato all'estero.

Intervista realizzata da **Anna Gaudenzi**
GIORNALISTA, RNDLAB, STARTUPITALIA!

"LA PARTNERSHIP CON UNA COMPAGNIA ASSICURATIVA È FONDAMENTALE PER LE PMI, CHE SPESSO NON HANNO UNA CULTURA E UNA STRUTTURA DI RISK MANAGEMENT"

Gabriele Verrucchi
TITOLARE PMI MODENA PARTS, CLIENTE AXA DAL 2000

INTERVISTA

Qual è il primo pensiero che viene in mente quando ci si trova di fronte ad un sinistro di queste proporzioni?

Onestamente non ho mai temuto di non poter far ripartire l'attività, ma quando i vigili del fuoco hanno finito di spegnere tutto e messo in sicurezza le aree colpite dall'incendio, allora è venuto fuori il vero dramma: **l'intero magazzino era stato colpito dall'incendio** e decine e decine di componenti erano stati avvolti dalle fiamme.

Questo avrebbe significato ritardare le consegna ai tanti clienti che aspettavano le nostre spedizioni, in Italia e soprattutto all'estero. A quel punto pensi anche alle famiglie che lavorano in azienda e il cui reddito dipende dalle tue decisioni veloci e lucide e capisci che la tua responsabilità, come imprenditore, consiste nel **garantire continuità**, **salvaguardare la reputazione e l'affidabilità dell'azienda presso i clienti.**

La prima persona che abbiamo chiamato è stata la nostra agente AXA, che aveva chiari in testa tutti i passi da compiere, consigliandoci l'intervento di una società di salvataggio per svolgere l'opera di bonifica, di ricostruzione e di salvaguardia della merce ancora intatta.

Un attore fondamentale per "ripartire", dunque, è stata la società di salvataggio. Come interviene e come garantisce la continuità del business?

La società di salvataggio ha molti ruoli. Innanzitutto interviene sul disastro vero e proprio per avviare subito la ricostruzione. Poi individua un **piano di recupero** della merce a magazzino, il cui valore non è solo quello puramente materiale: inviare un pezzo danneggiato ad un'azienda dall'altra parte del mondo, che non ha una percezione chiara di cosa ti è successo e non è disposta ad aspettare, significa mettere a repentaglio in un attimo anni e anni di reputazione.

Un incendio non brucia solo i capannoni ma può anche mandare in fumo il valore immateriale e fondamentale della tua impresa: la **credibilità**.

#Partner dei clienti

Quanto è importante, dunque, instaurare una partnership tra assicuratore e imprenditore per un'attenta gestione dei rischi?

È fondamentale per una PMI come la nostra! Spesso le imprese non hanno idea dei rischi contro i quali devono tutelarsi per dare continuità e solidità al loro business… non hanno una cultura e una struttura di **risk management**.

L'assicuratore, quando è tuo consulente, quando sa spiegarti quali sono i rischi a cui puoi andare incontro e quali tutele innescare, è una figura fondamentale per le imprese e non solo per la copertura in termini di denaro, ma anche nei processi che possono attivarsi per ripartire velocemente.

Se non avessimo avuto alle spalle un'assicurazione che ti segue come ci ha seguito **AXA**, non saremmo tornati sul mercato dopo poche settimane. Al di là di quanto scritto nella polizza, credo che abbia fatto la differenza tutta una serie di assunzioni di responsabilità da parte dei vari soggetti coinvolti, dall'agente ai periti, dalla società di salvataggio alla Compagnia stessa grazie, ad esempio, ad anticipi erogati per consentirci di riprendere il nostro posto sul mercato.

NATI PER PROTEGGERE: PIÙ DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Una campagna multimediale e di engagement che valorizza il tema della protezione

La protezione ha mille sfaccettature e Nati per Proteggere ha permesso di dar loro una 'casa' dove raccontare esperienze diverse, ma anche offrire un sostegno concreto alla realizzazione di un progetto. Attraverso natiperproteggere.it, le persone hanno condiviso con noi e con la rete le loro storie dimostrando come, anche nel 2015, la vocazione di missione sia un istinto innato per tutti.

Una giuria qualificata ha selezionato le **8 storie finaliste** tra le 351 partecipanti alla seconda edizione del progetto.
Per dare un volto ai protagonisti, ciascun racconto è stato accompagnato da un video[1].
Il vincitore è stato scelto incrociando il voto degli utenti del sito **www.natiperproteggere.it** con quello della giuria tecnica, costituita da membri di AXA Italia e da esterni.

La storia vincitrice, "**I ragazzi di Scampia**", esempio di inclusione sociale nel quartiere della periferia di Napoli, è un progetto realizzato dal **Centro Hurtado**, che vuole "creare bellezza e formare alla cultura e al lavoro"[2], supportando i ragazzi e investendo sulla loro formazione tramite il sostegno scolastico, la creazione

di laboratori (musicali e artistici, ma non solo) e l'impiego regolare di adulti che hanno deciso di lavorare a Scampia nella legalità.

Grazie al premio sono stati attrezzati due nuovi laboratori (pizzaiolo/pasticcere e orti/giardini) e sono stati rinnovati alcuni macchinari dei laboratori di sartoria e di legatoria/cartotecnica.

Attivazione e condivisione (sui social network e sui media) sono i pillar che delineano l'approccio innovativo di questo progetto di **storytelling**.
Nati per proteggere in due edizioni ha raggiunto ottimi risultati: oltre **600** storie candidate, **150 mila** voti ricevuti, **100 mila** Euro di premi complessivi, **16** video storie per dare voce ai protagonisti, più di **500** articoli off e online, oltre **1 milione** di utenti unici, più di **3 milioni** di pagine visualizzate e **migliaia** di condivisioni sui social network.

natiperproteggere.it

[1] *Video disponibile su: https://natiperproteggere.it/it/elencoStorie.html*

[2] *Affermazione di Padre Fabrizio Valletti, Responsabile del progetto*

+600
Storie candidate

150k
Voti ricevuti

100k €
di premi complessivi

16
Video storie

LA CRESCITA DELL'IMMAGINE* AXA DA GENNAIO 2015 A GENNAIO 2016, ANCHE GRAZIE A NATI PER PROTEGGERE**

Immagine AXA presso i clienti

+8pt
rispetto a gennaio 2015

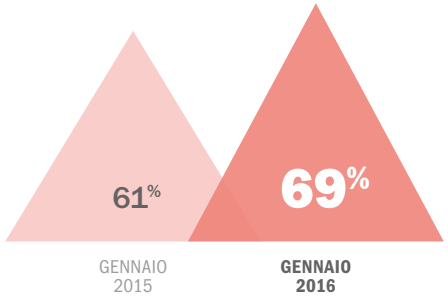
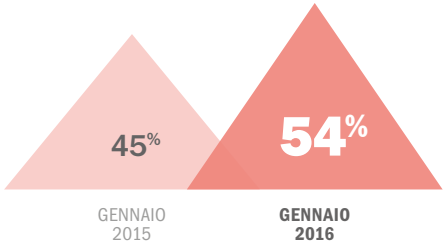


Immagine AXA presso il mercato

+9pt
rispetto a gennaio 2015



* *KPI sintetico di immagine*

** *Multifinanziaria Retail Market 2016, Edizione Invernale, GfK Eurisko*

AXA E BLABLACAR

Una partnership al passo coi tempi

AXA è sempre più impegnata sul fronte della sharing economy. La partnership con BlaBlaCar, la più grande community al mondo per i viaggi in auto condivisi, ne è un esempio. L'economia collaborativa si basa sullo scambio di fiducia tra sconosciuti, reso possibile grazie alla tecnologia.

AXA ha scelto di proteggere questo capitale di fiducia offrendo una copertura assicurativa nel campo del **ride sharing** (condivisione del viaggio), una nuova forma di mobilità sostenibile in rapida crescita in tutta Europa e che garantisce benefici economici e ambientali.

La **partnership strategica**, siglata dal Gruppo AXA con BlaBlaCar nel 2015, è stata estesa a gennaio 2016 all'Italia, permettendo agli utenti italiani di fruire di una copertura assicurativa aggiuntiva rispetto alla Rca obbligatoria, pensata appositamente per le esigenze dei viaggiatori in ride sharing: include **l'assistenza stradale**, **il recupero di oggetti dimenticati a bordo** e **la tutela legale del conducente** in caso di sinistri stradali[1].
Per beneficiare dell'iniziativa non è necessario sostenere alcun costo.

L'assicurazione è attiva per tutti i viaggi prenotati online e con almeno un passeggero. Nella prima fase del progetto, partenza e arrivo saranno limitati a una decina di regioni italiane. Gradualmente, nel corso del 2016, l'iniziativa sarà estesa all'intero **territorio nazionale**.

blablacar.it

@blablacarIT

[1] *Per i dettagli precisi in merito si rimanda alla polizza disponibile su: www.blablacar.it*

SMART CENTER

L'innovazione per una nuova Customer Experience

L'attenzione al cliente nel 2015 ha ispirato la trasformazione e la profonda innovazione del modello operativo dello Smart Center di AXA MPS, il Servizio di Assistenza al cliente e alle reti distributive, che gioca un ruolo essenziale nel rapporto cliente Compagnia.

Il progetto, avviato nel 2014, ha coinvolto circa **70 collaboratori**, con alcuni primi importanti risultati:

- **La revisione**, **innovazione** e **integrazione dei processi** e **degli strumenti aziendali**, grazie all'introduzione della Scheda Cliente con i dettagli del rapporto fra cliente e Compagnia e la rilevazione dell'instant customer feedback del cliente, per misurare a caldo la sua soddisfazione e lo scostamento tra la qualità del servizio erogata e quella percepita;

- **L'evoluzione del modello di servizio fornito** sia con l'introduzione di nuovi canali e modalità di contatto, con l'utilizzo di chat e in futuro sms e strumenti social, sia verso una maggiore personalizzazione del servizio erogato, con un approccio alle attività basato su competenze dedicate per canale/cliente/attività/prodotto.

I MESI DELLA PROTEZIONE 2015 E LA COLLABORAZIONE CON AIRC

La valorizzazione della protezione e della ricerca

Maggio e giugno sono i Mesi della Protezione di AXA: presso le Agenzie di AXA Assicurazioni, viene offerto il check-up gratuito e personalizzato del rischio e sono promosse le soluzioni AXA per la protezione della persona.

È una grande occasione per rendere i clienti consapevoli dei rischi, ma anche degli strumenti messi a disposizione da AXA per comprenderli e gestirli.

La novità del 2015 è stata la partnership con **AIRC**, Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, e l'impegno condiviso nel promuovere e valorizzare la ricerca in modo innovativo e responsabile.
Sul fronte di questa partnership, AXA Italia ha donato ad AIRC **30.000 Euro** per finanziare una **borsa di studio** per un ricercatore nel campo delle malattie oncologiche.

Nel corso di alcuni incontri fra agenti e clienti (info-meeting) e alla presenza di una ricercatrice dell'**Istituto Nazionale dei Tumori di Milano**, si è discusso della centralità della prevenzione delle malattie oncologiche e dell'importanza di una corretta alimentazione.

airc.it

@AIRC_it

MASTER AGENTI

Un percorso di formazione avanzata

Il primo passo per fornire al cliente un'offerta di prodotti adeguata, competitiva e modulata sulle sue esigenze è la capacità di ascolto e di comprensione dei bisogni e del profilo di rischio del cliente stesso.

Per questo motivo AXA Italia ha deciso di investire sulla **formazione dei propri agenti** con percorsi formativi di crescita delle competenze tecniche, manageriali e digitali. AXA ha ideato un master specifico di formazione manageriale assicurativa, il "**Master Commercial Lines**", in collaborazione con la Business School internazionale del **Politecnico di Milano** (MIP).

Al Master, che ha preso il via a gennaio 2016 e avrà una durata di dieci mesi con un impegno di due giorni al mese, possono partecipare agenti AXA, selezionati dal MIP, che operano nel segmento aziende. Il Master Commercial Lines punta a **rafforzare le competenze** degli agenti nella comprensione e nell'analisi delle aziende clienti, identificandone i rischi e sviluppando attività commerciali, affiancando l'aspetto umano alla crescita del business.

AXA MPS FUTURO DEDICATO

Qualunque sarà il suo sogno,
il tuo è che si realizzi

AXA MPS ha ideato un prodotto assicurativo su misura per garantire e rendere più solidi i progetti di vita dei ragazzi (che non abbiano superato i quindici anni di età).

"**Futuro Dedicato**" è un prodotto che consente di costruire nel tempo un capitale fruibile al compimento dei **20 anni d'età**; la soluzione incentiva le buone performance scolastiche del giovane beneficiario perché prevede un bonus (la maggiorazione del 10% del capitale versato) in caso di votazione all'esame di maturità compresa tra 95/100 e 100/100.

Inoltre, l'impegno di AXA MPS verso i giovani e la realizzazione delle loro idee è testimoniato dalla scelta, nel 2015, di destinare 2 Euro per ogni polizza sottoscritta all'iniziativa "**Impresa in Azione**"[1] di **JA Italia**, per consentire agli studenti tra i 16 e i 19 anni di avviare e gestire una **start-up d'impresa** a scuola.

[1] *Maggiori informazioni disponibili su: www.impresainazione.it*

QUICK QUOTATION DELL'RC AUTO

Tre dati e un click per ricevere una quotazione dell'RC Auto direttamente sul sito internet di Banca MPS

La capacità di innovare si concretizza in un'offerta di prodotti in grado di anticipare il mercato e di rispondere ai bisogni dei clienti.

Il tool "**Quick Quotation**" consente di ottenere, in modo semplice e rapido, con soli tre dati (targa del veicolo, data di nascita e codice fiscale del proprietario), anche da dispositivo mobile[2], una quotazione per la soluzione RC Auto "**Guidare Protetti**" di **AXA MPS**.

La quotazione rapida della RC Auto rappresenta una forte innovazione nel settore bancassicurativo ed è un ulteriore passo verso la **digitalizzazione** e **semplificazione** dell'offerta di soluzioni. Per i clienti che hanno attivato l'internet banking è già possibile acquistare on-line, oltre che nelle agenzie MPS, la polizza ed i servizi connessi.

PREMI E RICONOSCIMENTI DI AXA

Overview da febbraio 2015 a febbraio 2016

Dichiarata "Compagnia assicurativa innovativa dell'anno" al premio Cerchio d'Oro dell'Innovazione Finanziaria nel febbraio 2015, AXA Italia è stata poi nominata "Miglior Compagnia nello sviluppo dei prodotti Protection" all'Italy Protection Awards 2015 di aprile, ottenendo anche un riconoscimento nell'ambito della previdenza integrativa.

A settembre AXA Italia ha vinto il titolo "**Fondo Pensione con le Migliori Strategie di Comunicazione dell'Anno**" al **Pensioni e Welfare Italia Awards** e in ottobre è stata **premiata per lo storytelling di "Nati per Proteggere" 2014.**

A dicembre JA Italia ha assegnato il "**Best Corporate Program di Volontariato**", grazie all'impegno dimostrato da AXA e dai suoi volontari nelle iniziative congiunte.

Anche nell'edizione 2016 del **Cerchio d'Oro** dell'Innovazione Finanziaria, tenutasi a febbraio,

AXA Italia si è distinta per le sue iniziative innovative:

- "**Mr DOC**", progetto pilota a livello mondiale per il Gruppo AXA che ha consentito alla Compagnia di dotarsi di un efficiente sistema di **underwriting automatico**, fondamentale per semplificare la sottoscrizione dei prodotti di protezione vita;

- "**Protezione Impresa**", la nuova soluzione AXA Italia, con una struttura di offerta modulare, pensata per rispondere a due target con esigenze assicurative diverse: una formula, "**Lavoro Protetto**", per i lavoratori autonomi, artigiani, commercianti e imprese fino a cinque addetti e una formula, "**Azienda Protetta**", per aziende fino a 10 milioni di Euro di fatturato.

A gennaio 2016 AXA Assicurazioni ha ricevuto dall'**Istituto Tedesco di Qualità e Finanza** due sigilli: "**Ottima RC Auto**", per la soddisfazione del cliente, e "**Ottima Liquidazione Danni**", tra le RC Auto tradizionali.

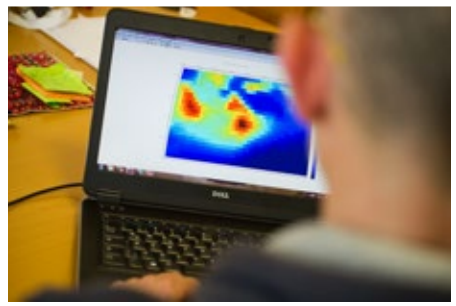
[2] *Disponibile su: preventivoveloce.axa.it*

#Partner pensante

L'AUMENTO DELL'INQUINAMENTO PUÒ PROVOCARE DISASTRI NATURALI: LA RICERCA SUL RAPPORTO TRA MONSONI E AEROSOL

Riccardo Biondi si definisce un ricercatore freelance, lavora all'Istituto di Scienze dell´Atmosfera e del Clima (ISAC) del CNR e si occupa di cambiamenti climatici. L'AXA Research Fund ha deciso di finanziare interamente il suo progetto di ricerca sull'impatto dell'aerosol atmosferico[1] sui monsoni perché come sostiene Biondi: "Soltanto conoscendo i rischi ai quali andiamo incontro possiamo provare a prevenirli".

[1] *L'aerosol atmosferico è composto da particelle e corpuscoli in sospensione all'interno dell'atmosfera. La natura chimica dell'areosol è variabile e dipende dalla sua origine: può essere immesso in atmosfera dall'azione dei venti sui deserti con conseguente trasporto di sabbie sottilissime, oppure dall'azione dei venti sugli oceani con conseguente trasporto di spume marine.*



Intervista realizzata da **Anna Gaudenzi**
GIORNALISTA, RNDLAB, STARTUPITALIA!

"AXA HA CREDUTO NEL MIO PROGETTO PERCHÉ È UNA SOCIETÀ CHE GUARDA AL PRESENTE E AL FUTURO, A QUELLI CHE SARANNO I RISCHI CUI ANDREMO INCONTRO"

Riccardo Biondi
FREELANCE RESEARCHER FINANZIATO DALL'AXA RESEARCH FUND

INTERVISTA

#Cambiamenticlimatici: può spiegarci in cosa consiste il suo progetto di ricerca?

L'obiettivo della mia ricerca è capire quali processi determinano il **monsone asiatico**. In particolare studio il rapporto tra Monsone e aerosol atmosferico, ossia le particelle sia naturali (come quelle prodotte dallo spostamento della sabbia) che prodotte dall'attività umana (come quelle derivanti dall'inquinamento atmosferico), che contribuiscono alla formazione delle nubi e del pulviscolo atmosferico.

Fino a poco tempo fa i due fenomeni non erano messi in correlazione, ora si è visto invece che potrebbe esserci una relazione ben precisa tra l'aumento delle particelle nell'atmosfera e l'intensificarsi dei monsoni. Secondo la mia ricerca gli aerosol influenzano la formazione del monsone; si è visto infatti che negli ultimi anni all'aumento dell'inquinamento, e quindi della presenza di **aerosol in atmosfera**, nelle zone dell'Asia Centrale si è accompagnato un aumento della potenza delle piogge.

Quello che sostengo e che voglio dimostrare è proprio questo: la distribuzione delle piogge in queste zone e la loro variazione è correlata all'aumento degli aerosol nell'aria.

Perché un fondo di ricerca legato a un'assicurazione come AXA finanzia il suo progetto? Quanto può fare la #ricerca per cambiare il mondo?

La ricerca è fondamentale: soltanto conoscendo un fenomeno si può cercare di prevenirlo e prevedere disastri ambientali di dimensioni enormi.

È importante che un progetto di ricerca sia seguito dall'inizio alla fine e che i finanziamenti accompagnino tutta la fase di studio e di lavorazione ed è importante che il team di ricerca stesso sia in grado di gestire bene il denaro ricevuto per arrivare a risultati concreti.

Nel mio caso **AXA** ha creduto nel progetto perché è una società che **guarda al presente e al futuro**, a quelli che saranno i pericoli e i rischi cui andremo incontro. Se si pongono le basi per prevedere le calamità che potranno toccare il pianeta nei prossimi anni, si potranno proteggere meglio città e abitanti.

#Partner pensante

#Nuovegenerazioni e #nuovirischi: A quali nuovi rischi andremo incontro nei prossimi anni? Come possiamo difenderci?

I rischi sono innumerevoli e provengono soprattutto dal **cambiamento climatico**; eventi atmosferici estremi come **cicloni** e **uragani** hanno sviluppato una tendenza all'aumento in questi ultimi anni e questo indica che non possiamo ignorare l'importanza del problema. Un altro fenomeno in aumento sono le **isole di calore urbano**, zone in cui si sviluppa un caldo intollerabile per l'uomo che causa numerosi decessi.

Tutti questi eventi catastrofici sono correlati anche allo sfruttamento del territorio da parte dell'uomo. È fondamentale conoscere quello che dobbiamo combattere perché la ricerca possa arrivare a comprendere e **prevedere questi fenomeni**.

Ci sono poi studi che tentano di trovare soluzioni ai danni già subiti: sono le ricerche di geo ingegneria climatica e che riguardano per esempio un **sequestro della CO_2**[1] nel sottosuolo o la costruzione di uno specchio di protezione da inviare nello spazio. Non si può però guardare a queste tecniche come a delle soluzioni al problema: anche se la maggiore spinta deve provenire dalla politica ognuno di noi può impegnarsi nel proprio piccolo a produrre meno inquinamento.

#NatiPer è il contest di AXA Italia che cerca idee e progetti di innovazione sociale. Cosa aggiungerebbe all'hashtag #NatiPer per completarlo?

Per me la parola che completa l'hashtag è conoscere. Siamo **#NatiPer conoscere**: senza studio, senza ricerca, non saremmo in grado di progredire.

In particolare credo che sia fondamentale partire dalla conoscenza delle vere esigenze delle persone.

[1] *La tecnologia CCS (Carbon Capture & Storage) consente di catturare e sequestrare la CO_2 generata dall'impiego delle fonti fossili, con conseguente riduzione delle emissioni della stessa in atmosfera.*

THOUGHT LEADERSHIP

La capacità di sviluppare **idee innovative** sul tema dei rischi, insieme a **solide competenze** orientate alla protezione di lungo termine, permette ad AXA di distinguersi sul mercato per la volontà di promuovere e stimolare il dibattito sui grandi temi emergenti nella società.

Per AXA la conoscenza dei rischi permette di affrontare nel migliore dei modi l'oggi e il domani.

Da sempre l'**attenzione al futuro** esprime l'interesse che la Compagnia riserva alle **nuove generazioni** attraverso la ricerca e la diffusione della **cultura del rischio**.

AXA RESEARCH FUND

Un fondo per la ricerca scientifica

AXA Research Fund
Through Research, Protection

Nel 2007 il Gruppo AXA ha creato l'AXA Research Fund, iniziativa internazionale di filantropia scientifica con un budget di 200 milioni di Euro fino al 2018, con l'obiettivo di aumentare la conoscenza dei rischi e prevenirli. Il fondo ha una duplice missione:

- **attrarre, selezionare e supportare progetti di ricerca sui rischi ambientali** (cambiamento climatico, urbanizzazione e resilienza, transizione energetica, rischi naturali), **legati al corso della vita** (longevità, informazione medica, sistemi sanitari) e **rischi socio-economici** (sicurezza dei dati, rischi macro-economici o socio-politici);

- **supportare i migliori ricercatori con cinque schemi di finanziamento:** tre dedicati al supporto dell'innovazione accademica (cattedre fino a 3 milioni di Euro, dottorati e borse di ricerca fino a 250.000 Euro e post-dottorati fino a 130.000 Euro) e due dedicati alla promozione del dibattito tra mondo accademico e società (Joint Research Initiatives fino a 225.000 Euro, finanziamenti ad hoc per assegni di ricerca fino a 125.000 Euro).

Al primo gennaio 2016 il fondo ha investito **149 milioni di Euro** supportando **492 progetti** in **33 Paesi**.

Attualmente l'Italia e i suoi ricercatori beneficiano di oltre **18 milioni di Euro** per **36 progetti:** 25 ricercatori italiani all'estero, 7 in Italia e 4 cattedre universitarie.

Tra le cattedre, nel 2016, il Professore francese **Bernard Dumas** ha vinto la cattedra dedicata ai rischi socio-economici dei mercati finanziari all'Università di Torino.

axa-research.org

@AXAResearchFund

ITALIAN AXA FORUM 2015@EXPO

I nuovi rischi emergenti per il pianeta e i suoi abitanti, quale ruolo per il settore assicurativo?

Ogni anno AXA Italia organizza l'Italian AXA Forum, un evento nato per contribuire allo sviluppo di riflessioni di frontiera e sul ruolo dei settori finanziario e assicurativo nel creare valore per la società.

ITALIAN AXA FORUM

La 14ª edizione del Forum, sul tema de "**I nuovi rischi emergenti per il pianeta e i suoi abitanti**", è stata organizzata presso il sito espositivo di **Expo Milano** nel padiglione della Società Civile, **Cascina Triulza**, in collaborazione con **ActionAid**.

Il Forum 2015 è stato aperto da un incontro, organizzato in partnership con **AXA Research Fund** (ARF) e Impact Hub Milano, e ha dato voce alle idee della società e dei suoi nuovi protagonisti (ricercatori finanziati dall'ARF, rappresentanti del terzo settore, startupper e innovatori) che lavorano per proteggere il pianeta e le persone e per trasformare i rischi in opportunità di crescita sostenibile. Al termine del dibattito, si è aperto il momento dedicato alle start-up protagoniste della **Fellowship on e-Health di AXA Italia** (p. 39).

A seguire esponenti di alto livello del mondo istituzionale, economico-finanziario, accademico e della società si sono confrontati sul tema

dei rischi emergenti e del ruolo del settore assicurativo. Un particolare focus è stato dato al **cambiamento climatico** e alle **catastrofi naturali** da un lato, alla salute e al **benessere** dall'altro a partire dalla ricerca di **Episteme**[1].

Hanno partecipato, tra gli altri, **Henri de Castries**, Amministratore Delegato e Presidente di AXA, **Philippe Donnet**, CEO di Generali Group, e **Andrea Guerra**, Presidente Operativo di Eataly, per stimolare il confronto sulle azioni collettive da intraprendere per garantire "**un pianeta in salute e la salute delle persone**".

ITALIAN AXA PAPER N. 7

Le sfide dei rischi emergenti

Gli Italian AXA Paper, lanciati nel 2011, sono pubblicazioni dedicate a temi di lungo periodo del settore come longevità, previdenza, diversità e cambiamento climatico. Il ruolo sociale del settore si concretizza nell'anticipare, prevenire e proteggere dai rischi anche attraverso la promozione del dibattito sui temi del presente e del futuro.

Il Paper del 2015, presentato al Forum, ha affrontato da diverse prospettive **i rischi emergenti per il pianeta e i suoi abitanti**. Partendo da domande come: "cosa è un rischio emergente?", "come anticipare e prevenire gli impatti?", "come decidere su fenomeni che hanno effetti globali e di lungo periodo?", si è cercato di stimolare la riflessione sulle azioni collettive da intraprendere.

Infatti dalla ricerca realizzata da **Episteme** sui rischi emergenti, contenuta nell'Italian AXA Paper n. 7, si è visto che gli italiani hanno allo stesso tempo una maggiore consapevolezza e una grande paura di ciò che non conoscono: questo si traduce nel bisogno di una guida e di un punto di riferimento e nella domanda di prevenzione alle assicurazioni.

[1] *Italian AXA Paper n. 7*

#Partner pensante

AXA BOCCONI SEMINAR 2015

La sfida dell'innovazione sociale per la finanza

Con i seminari che AXA Italia organizza annualmente con l'Università Bocconi (dove supporta una cattedra permanente sui rischi intitolata al professor Massimo Marinacci e il post dottorato di Nicoletta Balbo), la Compagnia vuole partecipare attivamente al dibattito sui rischi e sulle opportunità che la società e il Paese si trovano ad affrontare sui temi emergenti.

Nel 2015 il seminario è stato dedicato a "**Empowering Young People, Driving Change: la sfida dell'innovazione sociale per la finanza**".

Il confronto ha coinvolto protagonisti del mondo finanziario, come **Davide Serra**, Founding Partner e CEO di Algebris Investments, e **Leonardo Rubattu**, Direttore Generale di Iccrea, esponenti del mondo accademico, istituzionale e giovani attori della società per discutere su come rilanciare la crescita attraverso il contributo delle **nuove generazioni**.

L'evento ha anche cercato di analizzare il ruolo della finanza e delle assicurazioni nel sostenere **l'innovazione** e **l'imprenditorialità**.

WOMEN IN INSURANCE: DONNE CHE PROTEGGONO

Si è svolto a Roma all'inizio di novembre l'incontro "Women in Insurance: donne che proteggono" organizzato da Valore D, associazione di imprese creata per sostenere la leadership femminile in azienda, in collaborazione con AXA Italia.

Attraverso la partnership con **Valore D**, AXA Italia punta a stimolare il confronto e promuovere la cultura sulla **diversità di genere**, sostenendo la rappresentanza dei talenti femminili nelle posizioni di vertice.

Al centro dell'incontro il report "**SHEforSHIELD: Insure Women to Better Protect All**"[2], elaborato dal **Gruppo AXA**, dall'**International Finance Corporation** (membro del World Bank Group) e da **Accenture**, e presentato ufficialmente in Italia da **Gaëlle Olivier**, Chief Executive Officer di AXA Global P&C.

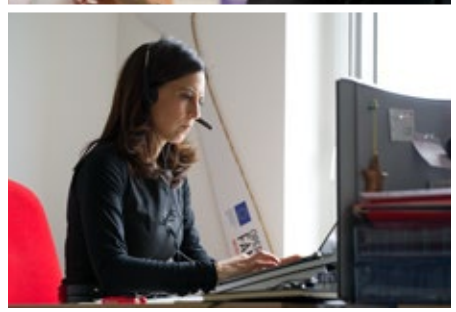
Il report analizza l'opportunità di business rappresentata dal segmento femminile per le assicurazioni. Le donne possono contribuire alla crescita del settore nel ruolo di clienti, di professioniste della distribuzione e di donne imprenditrici: secondo il rapporto, si tratta di un'opportunità di crescita per il settore assicurativo sul mercato globale stimata in **1,7 trilioni di dollari** entro il 2030, di cui quasi la metà nelle 10 principali economie emergenti.

[2] *Report integrale "SHEforSHIELD: Insure Women to Better Protect All" disponibile su: axa.it*

#Partner responsabile

LO SPORT PER INSERIRE I GIOVANI NEL MONDO DEL LAVORO. ECCO CHE COSA FANNO ACTIONAID, AXA E FONDAZIONE MILAN PER I NEET

Quando pensiamo ad ActionAid la mente corre immediatamente al dramma della fame nel mondo, ai visi scavati di bambini che non hanno di che cibarsi. ActionAid è questo ma non solo, infatti da anni si occupa anche di aiutare in Italia ragazzini e giovani adulti a reinserirsi nella società e può farlo anche grazie all'aiuto di partner come AXA e AXA Cuori in Azione. "Con Lavoro di Squadra diamo una possibilità ai ragazzi di tornare sui banchi di scuola o trovare lavoro grazie allo sport". Abbiamo chiesto a Sofia Maroudia, COO di ActionAid Italia, che cosa significa per una azienda non profit lavorare fianco a fianco con aziende profit e quali valori si possono trasmettere ai giovani grazie allo sport.



Intervista realizzata da **Anna Gaudenzi**
GIORNALISTA, RNDLAB, STARTUPITALIA!

"PROFIT E NON PROFIT SONO DUE MONDI CHE SI STANNO AVVICINANDO SEMPRE DI PIÙ PERCHÉ LE AZIENDE NON GUARDANO PIÙ SOLAMENTE AL PROFITTO ECONOMICO, MA ANCHE A VALORI COME LA SOSTENIBILITÀ E LA CURA VERSO LE GENERAZIONI FUTURE"

Sofia Maroudia
CHIEF OPERATING OFFICER DI ACTIONAID ITALIA

INTERVISTA

#Partner: Quali sono le principali differenze tra il mondo del profit e quello del non profit? Come dovrebbero venirsi incontro i due mondi nell'ottica di proteggere le nuove generazioni?

Profit e **non profit** vanno più d'accordo oggi che qualche anno fa. Sono due mondi che si stanno avvicinando sempre di più perché gli obiettivi delle aziende oggi sono diversi da quelli di 50 anni fa: le aziende non guardano più solamente a un profitto economico ma considerano valori come la sostenibilità e la cura verso le generazioni future come asset su cui far convergere anche gli sforzi economici.

D'altra parte anche le società non profit collaborano sempre di più con le aziende per sostenere progetti importanti. Crediamo molto nella triangolazione tra mondo profit, non profit e del pubblico per dar vita a progetti utili.

#Lavorodisquadra: così è nata la collaborazione per lavoro di squadra. Può spiegarci in cosa consiste il progetto e quali risultati avete ottenuto?

Lavoro di Squadra è un progetto che si è concentrato sui **NEET**, Not in Education, Employment, or Training, ragazzi tra i 16 e i 29 anni che non studiano e non lavorano e rischiano l'**esclusione sociale**. Per loro insieme ad **AXA Cuori in Azione** e **Fondazione Milan**, abbiamo pensato a un percorso di empowerment che puntasse su sport e educazione per aiutarli a tornare sui banchi di scuola o a trovare un lavoro.

Ci siamo mossi nel quartiere Gratosoglio di Milano e abbiamo coinvolto **35 ragazzi** e **ragazze** in un allenamento costante che riuscisse a far loro riprendere il ritmo lavorativo. Alla fine del percorso la metà di loro ha già trovato un lavoro. Ora ci auguriamo di poter proseguire coinvolgendo altri ragazzi e magari andando anche in altre città.

L'innovazione, penso alla robotica applicata all'agricoltura per esempio, può essere la chiave per sconfiggere la fame nel mondo? Che rapporto c'è tra #innovazione e ONG?

La tecnologia è fondamentale in moltissimi settori e sicuramente potrebbe essere un alleato importante per sconfiggere la fame nel mondo. Penso però che bisognerebbe concentrarsi oltre che sulla tecnologia anche sull'**innovazione sociale**. Penso per esempio a tutti quei progetti di **microfinanza** che hanno contribuito a togliere da una situazione di indigenza molte famiglie.

Inoltre sono convinta che il problema non sia fare in modo che nel mondo ci sia più cibo, che è già sufficiente per tutti, tanto che ogni anno ne sprechiamo tonnellate. Il vero problema su cui lavorare è la **distribuzione del cibo nel mondo.** Per sconfiggere la fame bisogna partire da qui.

Quanto conta per voi la #sostenibilità? Secondo voi le persone sono pronte a cambiare stile di vita per adottarne uno più sostenibile?

Sicuramente qualcosa sta cambiando già ora, nelle persone c'è più consapevolezza, abbiamo più informazioni sui danni che può per esempio provocare lo spreco alimentare e credo che anche in Italia ci siano persone disposte a cambiare il proprio stile di vita, anche se ci sono modelli culturali difficili da combattere.

Per questo contiamo molto sulle nuove generazioni. Con **ActionAid** lavoriamo in **500 scuole in Italia** perché crediamo che fin da piccoli bisogna imparare a sperimentare i princìpi della **cittadinanza attiva** e comprendere che cosa significa diffondere i valori della partecipazione e dei diritti umani, combattere la fame nel mondo e gli sprechi alimentari.

#Inclusione: povertà ed esclusione sociale si combattono anche con progetti legati allo sport. Da campionessa di badminton, in che modo pensa che lo sport possa essere una leva per l'inclusione sociale?

Credo moltissimo nel **valore dello sport** come leva per l'**inclusione sociale**. Nel progetto **Lavoro di Squadra** abbiamo usato il calcio, e gli allenamenti bi-settimanali hanno effettivamente riabituato i ragazzi al ritmo scolastico e lavorativo, portandoli anche a una maggiore consapevolezza delle proprie capacità.

In **Bangladesh** invece abbiamo insegnato ai bambini a nuotare ed è fondamentale saperlo fare in un Paese soggetto a frequenti inondazioni. In **Brasile** organizziamo ogni anno lezioni di capoeira per recuperare i giovani delle favelas: sono momenti di aggregazione importanti in un Paese con così tante diseguaglianze sociali.

#NatiPer è il contest di AXA Italia che cerca idee e progetti di innovazione sociale. Cosa aggiungerebbe all'hashtag #NatiPer per completarlo?

Siamo #NatiPer realizzare il cambiamento. Come ActionAid crediamo moltissimo nel potere delle persone e siamo convinti che ognuno di noi può realizzare il cambiamento partendo dalla sfera personale. Quindi per me è questa la frase perfetta per completare l'hashtag.

AXA CUORI IN AZIONE: VOLONTARIATO DI COMPETENZA E DI PROSSIMITÀ

Una strategia di volontariato con un focus sulle nuove generazioni e l'idea chiave di fare leva sull'expertise di AXA per educare e proteggere. È questo il pensiero che anima «AXA Cuori in Azione», l'associazione di volontariato aziendale nata nel 2000 in Italia e presente in tutte le entità del Gruppo AXA nel mondo.

AXA Cuori in Azione è diventata un pilastro della Strategia di Corporate Responsibility di AXA Italia, grazie a iniziative nazionali con partner di primo piano, come **AIRC**, **WeWorld**, **ActionAid** e all'attenzione per le realtà locali attraverso iniziative concrete e strutturate. Tutto questo con un focus sul tema dell'**inclusione sociale**, specialmente per le **nuove generazioni**.

Nel corso del 2015 AXA Cuori in Azione si è confermata essere una realtà più solida e riconosciuta in Italia: ha organizzato **50 azioni** di volontariato in collaborazione con **30 associazioni**, coinvolgendo operativamente nell'organizzazione e nell'animazione delle attività **200 volontari** tra dipendenti, agenti e familiari. Inoltre, più di **500 collaboratori** hanno partecipato alle varie attività proposte dall'associazione (raccolte fondi, attività sportive amatoriali e altre).

AXA Cuori in Azione è dunque un interlocutore per il terzo settore a livello nazionale, grazie a **partnership forti** e **di lungo periodo** con associazioni come l'Associazione italiana per la ricerca sul cancro (AIRC), ActionAid, WeWorld e JA Italia. A livello locale AXA Cuori in Azione valorizza piccole azioni sul territorio insieme a varie associazioni, ad esempio, **Croce Rossa**, **La Strada**, **A Roma Insieme**.

Si è rafforzato il **volontariato di competenza**, con il coinvolgimento dei collaboratori e del management di AXA in progetti come **Insure your Success**, **Impresa in Azione**, **Lavoro di Squadra**, il concorso letterario

a Rebibbia e le attività di consulenza per le start-up.

Allo stesso tempo si è confermato il volontariato di prossimità come fattore chiave della strategia di AXA Cuori in Azione: attraverso interventi mirati e concreti nati da una logica locale, è stato possibile offrire un **sostegno tangibile** alla comunità e si è rafforzato lo **spirito di gruppo** dell'associazione.

INSURE YOUR SUCCESS: IL PROGETTO CON JA ITALIA PER L'EDUCAZIONE FINANZIARIA E ASSICURATIVA DEI GIOVANI

Anche nel 2015 è stato realizzato "Insure your Success", il progetto triennale di AXA Italia in collaborazione con JA Italia, per diffondere una cultura finanziaria ed economica fondata sui temi del risparmio, dell'investimento e della comprensione del significato del rischio, in ottica sia di prevenzione che di progettualità.

Il programma è attivo a livello mondiale e ha coinvolto oltre **6.000 studenti** in tutto il mondo e centinaia di volontari da Irlanda, Giappone, Filippine, Portogallo, Romania, Polonia, Spagna, Ungheria e Svizzera.

In Italia ben **120 volontari** di AXA Cuori in Azione, con competenze specifiche in ambiti come business planning, marketing, distribuzione e finanza, sono entrati in aula nei panni di esperti aziendali per mettere a disposizione di oltre **2.000 giovani** tra 15 e 17 anni il loro tempo e la loro esperienza su temi finanziari, di risparmio e protezione dei rischi.

6.000
Studenti coinvolti in tutto il mondo

INCLUSIONE SOCIALE

LAVORO DI SQUADRA: CON ACTIONAID PER L'INCLUSIONE SOCIALE DEI GIOVANI

Attraverso AXA Cuori in Azione, AXA Italia sostiene ActionAid in partnership con Fondazione Milan Onlus nella realizzazione di "Lavoro di Squadra", un percorso annuale dedicato a giovani dai 15 ai 29 anni, che non stanno lavorando o studiando (NEET), residenti nella zona di Milano Gratosoglio.

Il progetto prevede un percorso gratuito con varie **attività motorie** e **sportive** di qualità e di **allenamento motivazionale** per rimettersi in gioco nella ricerca dinamica di un'occupazione. Lo sport, nella sua dimensione sociale, diventa un veicolo formativo e uno strumento di valorizzazione del talento. Può dare una risposta alla sfiducia e al rischio di esclusione e disagio sociale, in quanto **aumenta l'autostima** e la fiducia in sé stessi, **sviluppa il senso di squadra** e di collaborazione e aiuta a ragionare per obiettivi motivando a raggiungerli.

Il primo ciclo di "allenamenti" ha visto la collaborazione della **Fondazione Milan Onlus**: nella Casa Milan Cup la squadra di AXA e quella di ActionAid hanno giocato un torneo di calcio a cinque, in cui lo sport è servito come strumento motivazionale ed educativo. **Lavoro di Squadra** ha coinvolto undici ragazzi, tra cui molti richiedenti asilo, in una visita nella sede di AXA per conoscere la realtà aziendale di una multinazionale, comprendere il funzionamento di un **colloquio di lavoro** e le competenze professionali richieste. Tra simulazioni di colloqui e giochi di ruolo i ragazzi hanno potuto apprendere quali sono gli strumenti chiave per superare una selezione. Alcuni di loro hanno poi ripreso il percorso scolastico o svolto brevi tirocini.

Per il secondo ciclo del progetto, AXA ha collaborato con la **Fondazione Adecco per le Pari Opportunità** per supportare i giovani nella ricerca di un lavoro: da come scrivere un buon curriculum vitae e una lettera di presentazione, a come cercare un'occupazione in modo autonomo, fino a come presentarsi a un colloquio. Fondazione Adecco ha affiancato i ragazzi, aiutandoli a individuare un proprio progetto professionale e formativo, partendo dai bisogni e dalle risorse di ognuno.

Nel 2016 il progetto Lavoro di Squadra si estenderà nelle città di Bari e Reggio Calabria.

#Partner responsabile

CON WEWORLD CONTRO LA DISPERSIONE SCOLASTICA

Da sempre focalizzata sulle nuove generazioni e sull'educazione e prevenzione in favore delle fasce più vulnerabili della popolazione, AXA Italia ha rinnovato il supporto a WeWorld con il progetto "Frequenza 200", con l'obiettivo di contribuire alla diminuzione del fenomeno della dispersione scolastica e riportare a scuola 6.000 ragazzi entro il 2016.

In Italia il fenomeno della **dispersione scolastica** ha infatti dimensioni allarmanti: il 17% dei giovani tra i 10 e i 16 anni, oltre **600.000 studenti**, abbandona gli studi prima della fine del ciclo scolastico obbligatorio, mentre 2 ragazzi su 10 lasciano al termine della scuola dell'obbligo. Fattore determinante è il grado di sviluppo socio-economico del territorio e le differenze si riscontrano tra aree di una stessa regione o tra i vari quartieri di una metropoli.

AXA Italia supporta il progetto grazie ad **attività commerciali** con gli agenti, gare di torte ed eventi locali. La partnership con **WeWorld**, avviata nel 2014 con il supporto a tre centri di Torino, si è estesa nel 2015 alla Sardegna.

weworld.it

@WeWorldOnlus

L'IMPEGNO DI AXA NELLE CARCERI

Continua anche nel 2015 il sostegno ai laboratori didattici, organizzati fin dal 2010 nella Casa Circondariale Femminile di Rebibbia, in collaborazione con l'associazione A Roma Insieme.

I volontari di **AXA Cuori in Azione** hanno accompagnato i bambini in gite ed eventi fuori dal carcere per offrire loro momenti di gioco e spensieratezza, stimoli intellettivi e motori. Nel 2015 sono state organizzate una festa per Carnevale, una per Natale e due giornate al mare.

I volontari hanno anche contribuito alla realizzazione del libro "**Due dita che si sfiorano**", opera dei detenuti della sezione penale uomini del **Carcere di Rebibbia** di Roma.

Il progetto è stato possibile grazie alle competenze messe in campo dai volontari nella comunicazione, nella redazione testi e nella scelta dei fornitori, che è stata effettuata con gara d'appalto.

AIRC: AXA A SUPPORTO DELLA RICERCA SUL CANCRO

Nel 2015 è stato rinnovato l'impegno di AXA Italia a favore dell'AIRC e le iniziative congiunte sono state realizzate anche grazie ai volontari di AXA Cuori in Azione.

Tra queste, oltre alla collaborazione per la campagna "**I Mesi della Protezione**", grazie alla quale AXA Italia ha finanziato una borsa di studio per un giovane ricercatore nell'ambito delle malattie oncologiche, si segnala l'iniziativa "**Le Arance della Salute**".

I dipendenti sono stati coinvolti e sensibilizzati sulla **ricerca sul cancro** e sull'importanza di una **corretta alimentazione**.

#Partner responsabile

FOCUS

Le nuove sfide per il 2016

Oltre a mantenere il suo impegno nei progetti e nelle attività già consolidate, per il 2016 **AXA Cuori in Azione si è posta due nuovi obiettivi**:

- **strutturare un supporto organico e continuativo ai migranti**, attraverso un patto educativo con onlus locali, per favorire l'integrazione socio-culturale, prevenire l'abbandono scolastico e indirettamente facilitare la loro occupabilità;
- **avviare un progetto specifico** per coinvolgere gli agenti AXA in attività territoriali di volontariato con finalità sociali, chiamato "**AXA Cuori in Agenzia**".

AXA Cuori in Agenzia: per coinvolgere gli agenti sul territorio

AXA Cuori in Agenzia è un'iniziativa di **AXA Cuori in Azione** che prevede, nel corso del 2016, il coinvolgimento della rete agenziale di AXA nell'elaborazione di progetti di **filantropia** su tutto il territorio nazionale.

Gli **agenti** che partecipano all'iniziativa devono elaborare e presentare i loro progetti su **educazione**, **promozione della salute**, **integrazione dei giovani**, **creazione di opportunità lavorative**, **tutela dell'arte e della cultura**, **ambiente** oppure a favore delle fasce vulnerabili, per esempio anziani e disabili.

I progetti selezionati saranno poi finanziati in crowdfunding.

LE NOSTRE PERSONE

CR WEEK: L'APPUNTAMENTO PER CONDIVIDERE CON LE PERSONE DI AXA LA STRATEGIA DI CORPORATE RESPONSIBILITY

La quinta edizione della Corporate Responsibility Week si è svolta dall'8 al 15 giugno 2015: un'intera settimana dedicata alla Responsabilità d'Impresa e alle molteplici iniziative promosse e sostenute da AXA con il coinvolgimento di più di 50.000 collaboratori in 44 Paesi e oltre 400 persone in Italia nel solo 2015.

La **CR Week 2015** a livello di Gruppo si è focalizzata in modo particolare sui **rischi climatici**, in vista della conferenza sul clima **COP21**.

In Italia sono state organizzate molte iniziative su **ambiente**, **volontariato** e **prevenzione dal cyberbullismo** nelle scuole. È stato anche organizzato un momento di incontro e formazione con **Telefono Azzurro**, una delle più importanti onlus impegnate nella difesa di bambini e adolescenti da ogni forma di abuso e violenza.

Nel corso della Corporate Responsibility Week 2015 sono stati condivisi e valorizzati con i collaboratori gli obiettivi e i risultati della strategia di CR di AXA Italia, con **video-interviste** sui temi principali presenti all'interno del Profilo di CR 2014.

LIBERI DI ESPRIMERSI, LA DIVERSITÀ È UNA RICCHEZZA

La diversità è una ricchezza per AXA, che si impegna a creare le condizioni per realizzare e promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, dove tutte le persone possano sentirsi libere di esprimere le proprie potenzialità.

Una Compagnia plurale crea opportunità e valore aggiunto ed è per questo che AXA, attraverso il workshop "**Valuing and Including Diversity**" si è impegnata per:

- creare consapevolezza sugli **stereotipi** e su come incidono a livello individuale e lavorativo;
- migliorare la capacità di **ascolto attivo** e di considerazione degli altri punti di vista;
- apprendere quali **discriminazioni** agiscono nel contesto sociale e organizzativo, a livello conscio e inconscio.

DIVERSITÀ DI GENERE

La partnership con Valore D, associazione nata a sostegno della presenza femminile in posizioni di leadership, è proseguita nel 2015. La collaborazione permette di partecipare a laboratori sulla diversità di genere, a percorsi di mentorship aziendale, a eventi pubblici e network meeting. AXA Italia ha inserito nel catalogo della formazione aziendale il corso "Female Leadership" realizzato da Valore D.

Nel 2015 è stata lanciata una nuova partnership con **Young Women Network**, la prima associazione in Italia dedicata a **networking**, **mentoring** ed **empowerment** delle giovani donne. L'associazione valorizza il ruolo della donna nella società, sostenendo le associate nel loro percorso di crescita personale e nella creazione di una rete per scambiare idee, esperienze e progettare percorsi comuni. Nel 2015 sono stati realizzati con Young Women Network, due meeting, a Milano e Roma il primo focalizzato su pensioni e protezione.

Sono inoltre state realizzate due nuove iniziative focalizzate sulla famiglia: un corso pratico di **rianimazione cardiopolmonare** in età pediatrica tenuto dalla **Croce Rossa Italiana** a Milano, Roma e Torino e due workshop realizzati con **Telefono Azzurro** sull'uso responsabile di Internet e il bullismo.

DIVERSITÀ DI ORIENTAMENTO SESSUALE

L'uguaglianza sul posto di lavoro, con l'inclusione delle persone di ogni orientamento sessuale e genere, è un tema importante e delicato che AXA continua ad affrontare all'interno della sua organizzazione.

Nel 2015 il workshop ideato dal team **Diversity & Inclusion** del Gruppo è stato calato nella realtà locale come occasione di confronto sul tema della diversity. Due i temi di discussione: come AXA può trasformare in opportunità di business l'inclusione della **diversità di orientamento sessuale** e perché per AXA, come datore di lavoro, è importante creare un **contesto organizzativo aperto a LGBT** (lesbiche, gay, bisessuali, transessuali).

Il workshop si è svolto in due fasi: la prima, rivolta al "**Talent pool**", ha visto la partecipazione di **Mellener Coelho**, Global Diversity and Inclusion Program Manager del Gruppo AXA mentre la seconda è stata dedicata a tutti i manager di AXA.

Ringraziamenti

Desideriamo ringraziare tutti coloro cha hanno contribuito a vario titolo alla realizzazione del Profilo di Corporate Responsibility 2015. Per AXA si tratta di un documento ormai consolidato e fondamentale per comunicare gli impegni, gli obiettivi e le iniziative realizzate.

In particolare, si ringraziano le persone di AXA che quest'anno ci hanno aiutato a definire la prima analisi di materialità di AXA Italia, primo passo per raggiungere, il prossimo anno, l'obiettivo di un Rapporto di Sostenibilità aderente alle linee guida del Global Reporting Initiative.

Un particolare ringraziamento alle associazioni che hanno dedicato il loro tempo e le loro competenze a condividere le informazioni necessarie alla valutazione degli impatti sociali.

Per ulteriori approfondimenti in merito alle iniziative di Corporate Responsibility di AXA è possibile contattare:

Isabella Falautano
Direttore Communication, Corporate Responsibility & Public Affairs
AXA Italia

AXA MPS
Sede Legale
e Direzione Generale
Via Aldo Fabrizi 9
00128 Roma

Elena Shneiwer
Head of Corporate Responsibility & Thought Leadership

Via Aldo Fabrizi, 9 - 00128 Roma (Italy)
Email: **elena.shneiwer@axa.it**

AXA Assicurazioni
Sede Legale
e Direzione Generale
Corso Como 17
20154 Milano

Alessandro Vanoni
Communication & Contents Project Manager

Corso Como, 17 - 20154 Milano (Italy)
Email: **alessandro.vanoni@axa.it**

AXA ITALIA

corporate.axa.it

cr.axa.it

AXA Italia

@AXAItalia

it.linkedin.com/company/axa-italia

GRUPPO AXA

axa.com

@AXA

www.linkedin.com/company/axa

ridefiniamo / la protezione