

**Innovazione.** La protezione non deve “ingessare” la sperimentazione di strade nuove. Le compagnie assicurative devono trasformarsi in partner potenziali per un accompagnamento al cambiamento. **p. 4**

**Sport.** «L'ambizione è una cosa forte, ma poi lo sprint finale te lo dà la passione» Passione, umiltà, nuove opportunità nell'intervista ad Alex Zanardi “Sfida nella sfida” **p. 5**

**Lifestyle.** Milano, quest'anno per la prima volta, supera Roma nella classifica stilata dal Reputation Institute. «Anche nel periodo di massima crisi è stata l'unica città italiana a mostrare resilienza». **p. 10 | 11**

# AXAtonic

ISSUE #01 - ITALIAN #AXAFORUM - 18 Dicembre 2017



**Innovation  
is the new  
protection?**

**Vogliamo che AXA sia la compagnia  
di riferimento per chi è animato  
dalla voglia di innovare, crescere  
e reinventare l'assicurazione.  
Abbiamo di fronte una sfida  
imponente, ma l'obiettivo merita  
lo sforzo: vogliamo aiutare  
i nostri clienti a vivere meglio.**

**È il nostro momento:  
vogliamo reinventare  
l'assicurazione partendo  
da cliente e innovazione**

*Editoriale di Patrick Cohen, CEO AXA Italia*

**Leggendo i dati della ricerca di Episteme per AXA Italia  
mi ha sorpreso, e in positivo, il crescente ottimismo degli italiani.**

Dalla paura per il futuro dovuta alla crisi degli ultimi anni siamo passati ad accettare il cambiamento e la volatilità. Ma soprattutto ci siamo convinti che la tecnologia e l'innovazione possano

portare soluzioni rilevanti a questioni vecchie e nuove come il cambiamento climatico, i crescenti costi della salute o la cyber-security, per citarne alcuni. **(Continua - p.2)**

**Gli italiani cambiano, ora vogliono gestire attivamente il rischio. Dobbiamo evolverci anche noi assicuratori.**

Non siamo più visti solamente come uno scudo a protezione dell'auto e della casa. Ora la metà degli intervistati si dichiara interessata a servizi di consulenza assicurativa in grado di accompagnarla nelle fasi decisive della propria vita. Emerge quindi una richiesta di supporto che coniughi la protezione più tradizionale, che ha contribuito nel tempo alla nostra solidità e credibilità, con la prossima sfida: l'innovazione. Questo ci permetterà non solo di fare leva su ciò che sappiamo fare (gestire i sinistri), ma anche di intercettare le novità in modo innovativo, flessibile, veloce e vicino ai bisogni reali dei clienti.

Alle assicurazioni è riconosciuto un ruolo in questo percorso attivo di cambiamento: **in AXA lo chiamiamo passare da payer a partner, ovvero da bravi liquidatori di sinistri a partner dei clienti in grado di offrire un ecosistema di servizi ad alto valore aggiunto.** Innovare e diventare partner vuol dire anche coinvolgere la società per capire e co-creare i servizi di cui i clienti potrebbero avere bisogno. Pensiamo per esempio alla sharing economy, di cui AXA è da sempre partner.

Nel contesto dei rischi emergenti, i prossimi venti anni possono essere chiave

per le assicurazioni, specialmente in un mondo dove qualcuno deve prendersi la responsabilità di provare a prevenire l'imprevedibile. L'innovazione e la tecnologia ci aiuteranno in questo percorso appassionante, ma voglio sottolineare che per noi hanno senso solo se possono beneficiare il cliente e migliorare la sua esperienza con noi. La tecnologia, soprattutto digitale, è potenzialmente più dirompente laddove l'esperienza del cliente ha margini di miglioramento, la soddisfazione è più bassa, ci sono processi complessi e cartacei, la conoscenza approfondita del cliente è fonte di vantaggio competitivo. Quindi benvenuta nel mondo delle assicurazioni!

Ecco perché siamo così motivati nel reinventare un mestiere, quello assicurativo, che si sta già evolvendo senza pause in termini di connettività, uso dei dati per guidare la prevenzione e la gestione proattiva del rischio, ma anche nell'uso concreto del digitale come leva per migliorare la customer experience.

In AXA abbiamo creato un ecosistema di innovazione a partire dalle nostre persone, che ogni giorno si impegnano per offrire un servizio migliore, fino ad arrivare ai nuovi player dell'innovazione (studenti, millennials, startup, incubatori



di idee) e ovviamente anche ai nostri clienti. Lo abbiamo fatto per identificare, incubare, e scalare le idee e i servizi che cambieranno in futuro la vita dei nostri clienti, anche attraverso investimenti chiave che possano conciliarsi con il nostro business e avere un impatto concreto. Alcuni dei settori prioritari per noi sono i cloud (sistemi che possano aiutare la nostra rete distributiva a lavorare meglio), Internet of Things, analisi predittiva, intelligenza artificiale, Blockchain. Vogliamo che AXA sia la compagnia di riferimento per chi è animato dalla voglia di innovare, crescere e reinventare

l'assicurazione. Per questo siamo felici di organizzare il nostro **Italian #AXAForum** presso l'Open Summit 2017 di StartupItalia!, in un contesto pieno di energia positiva e di idee brillanti che puntano a migliorare la vita delle persone. Abbiamo di fronte una sfida imponente, ma l'obiettivo merita lo sforzo: vogliamo aiutare i nostri clienti a vivere meglio. E questo è il nostro momento.



# Innovation is the new protection?

ITALIAN #AXAFORUM 2017 @ #SIOS 2017

## 10.30 / Opening

**Patrick Cohen**, CEO AXA Italia

Video saluto istituzionale di **Salvatore Rossi**, Presidente IVASS e Direttore Generale Banca d'Italia

## 10.55 / Sfida nella sfida

**Alex Zanardi**, Pilota automobilistico, Para Ciclista e conduttore TV

## 11.20 / Ricerca AXA-Episteme

*Volatilità, connessione e innovazione: le nuove frontiere della protezione*

**Monica Fabris**, Sociologa e Presidente Episteme

## 11.40 / Innovation is the new protection?

- Talk:

**Silvia Candiani**, CEO Microsoft Italia

**Maria Bianca Farina**, Presidente ANIA, Fondazione ANIA e Gruppo Poste Italiane

**Mattia Mor**, Imprenditore, Direttore Esecutivo Europa, Mei.com, Gruppo Alibaba

**Alexander Zehnder**, CEO SANOFI Italia

## 12.20 / Rethink insurance, now

- Dialogo:

**Paola Bonomo**, Business Angel Award 2017, Advisor & Investor

**Guillaume Borie**, Chief Innovation Officer Gruppo AXA

**Gianmario Verona**, Rettore Università Bocconi

Start-up pitch con **Neosurance**, **Helperbit**, **RiskApp** e **Pharmap** insieme a uno studente dell'**AXA-Bocconi Challenge**

Premiazione dei vincitori dell'**AXA-Bocconi Challenge** con **Patrick Cohen** e **Gianmario Verona**

AXATONIC - ISSUE #01 - 18 DICEMBRE 2017

### A CURA DI

**Communication, Corporate Responsibility and Public Affairs AXA Italia**  
relazioniesterne@axa.it

### DIRETTORE

**Isabella Falautano**

### COORDINAMENTO SCIENTIFICO ITALIAN AXA FORUM

**Elena Shneiwer**

### PROGETTO GRAFICO

**Bluedog**



### CONTRIBUTORI AXATONIC

**Samuel Battaglia**, AXA Italia

**Samuele Cafasso**, News 3.0

**David Casalini**, StartupItalia!

**Ferdinando Cotugno**, StartupItalia!

**Monica Fabris**, Episteme

**Anna Gaudenzi**, StartupItalia!

**Eleonora Mecarelli**, AXA Italia

**Barbara Novelli**, AXA Italia

**Andrea Maria Perroni**, AXA Italia

**Mara Sangiorgio**, Sky Sport 24

**Alessandro Vanoni**, AXA Italia



### Gruppo AXA Italia

corporate.axa.it

natiper.it

AXA Italia

@AXAItalia

it.linkedin.com/company/axa-italia

### Gruppo AXA

axa.com

@AXA

www.linkedin.com/company/axa

Finito di stampare il 15 dicembre 2017

A metà degli anni Ottanta il sociologo tedesco **Ulrich Beck** pubblicava “La società del rischio”, opera destinata a cambiare il modo in cui leggiamo la nostra contemporaneità tanto che oggi ci appare scontato sostenere che l’allentamento delle tradizioni e delle appartenenze, la disintegrazione delle identità sociali, la pervasività di una tecnologia di cui non riusciamo a controllare gli esiti su noi e sul pianeta, ci sottopongono a un continuo stato di allerta mista ad angoscia, che è la quota della nostra modernità. Quaranta anni dopo è banale dire che il processo intuito da Beck si è confermato e ha anzi accelerato su diversi fronti, basti pensare alla percezione della minaccia terroristica. Meno banale però è notare come diversi barometri segnalino come le nuove generazioni, nate e cresciute interamente dentro la società del rischio, abbiano sviluppato una nuova attitudine per convivere con esso e farlo diventare altro, cioè opportunità.

Il tema è al centro dell’**Italian #AXAForum 2017** si muove proprio su questi territori, individuando nuovi paradigmi e stili di vita improntati a una gestione flessibile del rischio, dove la protezione non deve

# AXA: adesso gli italiani hanno meno paura

“ingessare” la sperimentazione di strade nuove. Si sta riducendo, insomma, il numero degli italiani spaventati “sempre e comunque” dal futuro, in raccordo per altro con un lieve miglioramento del barometro economico: il Pil per quest’anno è previsto in crescita dell’1,5%, il prossimo anno secondo Confindustria potrebbe fare ancora meglio. La fiducia di consumatori e aziende, inoltre, a parte rare battute di arresto cresce da diversi mesi.

Ma è solo una questione di congiuntura? In un recente intervento su Internazionale, **Annamaria Testa** notava ad esempio come quella che viviamo sia sì l’età dell’ansia, ma anche come questa “sia un potente stimolo a darsi da fare e a produrre soluzioni creative”. L’ansia, sostiene Testa, “è un pedaggio da pagare per essere persone capaci”. Depatologizzare l’ansia, quindi? Per un certo verso si se riconosciamo che è ontologicamente ansiosa una società consapevole delle sfide che deve affrontare e che quindi si attrezza incessantemente per costruire reti di protezione attive.

**«Le compagnie assicurative devono trasformarsi in partner potenziali per un accompagnamento al cambiamento»**

Questo cambio di paradigma interroga diversi attori - istituzioni, sindacati, imprese - e le compagnie assicurative in primo luogo come soggetti che mitigano il rischio e che ora devono trasformarsi in partner potenziali per un accompagnamento al cambiamento. **Non è difficile vedere in controllo che alle compagnie assicurative viene chiesto un ruolo supplente rispetto allo Stato sociale classico**, sempre più in difficoltà a “coprire” i singoli percorsi di vita. Non è un caso che questa domanda di protezione arrivi mentre si sta sviluppando anche il welfare aziendale: si va cioè creando una rete di sostegno plurale.

Il mondo del lavoro è un osservatorio privilegiato su questo fenomeno. Diverse ricerche - l’ultima realizzata da **Manpower Group** - individuano da parte soprattutto dei più giovani un desiderio di “barattare” la sicurezza del posto fisso con altri impieghi che permettano una gestione dei tempi personalizzata e maggiori chance di crescita professionale. Il 95% dei giovani (15-24 anni) intervistati da Manpower in diversi Paesi dell’Occidente considera questi “Next Gen Work” un’opportunità. Il problema è che questa opportunità è anche un rischio che si vorrebbe affrontare con i migliori strumenti a disposizione: di qui la richiesta di “protezione attiva”.

Ma è una domanda che può essere soddisfatta? Le nuove richieste della società del post-rischio, se così possiamo chiamarla, non sono in realtà impossibili da soddisfare per le big company assicurative.

**«La protezione non deve “ingessare” la sperimentazione di strade nuove»**

Un aiuto in questo senso viene dall’innovazione tecnologica: dispositivi sanitari indossabili quotidianamente per il check istantaneo della salute - battito cardiaco, pressione, valori vitali - possono ovviare al problema di una copertura sanitaria che non sia semplicemente ex-post. L’uso dei big data per la profilazione puntuale del rischio, invece, rispondono all’esigenza di personalizzazione dei servizi e forniscono una “bussola” per ridurre la pericolosità delle singole scelte. Sistemi di previsione sempre più raffinati nel campo degli eventi metereologici avversi permettono di intervenire attivamente per ridurre i danni. Dispositivi del tipo “scatola nera” per il mondo dei trasporti e non solo, infine, rispondono all’esigenza di ridurre i costi delle protezione. Sono solo alcuni esempi di una tendenza che è del mondo assicurativo ma non solo: dalla società del rischio stiamo passando alla società della prevenzione.

SAMUELE CAFASSO,  
GIORNALISTA NEWS 3.0 PER AXATONIC  
@SAMUELECAFASSO

Passione. Umiltà. Opportunità. Parole della vita, che Alex Zanardi usa spesso. Chi lo conosce almeno un po’ sa che quando racconta del suo incidente del 2001 in Germania lui inaspettatamente ne parla proprio come una grande opportunità. Che sembra già qualcosa di pazzesco. E invece le quattro medaglie d’oro conquistate ai Giochi paralimpici di Londra 2012 e Rio 2016 e gli otto titoli ai campionati mondiali su strada dimostrano in effetti che ha ragione lui. Alex si sente un privilegiato, sa che il fatto di essere e chiamarsi Zanardi in parte a volte lo ha aiutato, ma quello che più di tutto lo ha portato a continuare in modo e con una passione diversa la sua vita sono state la curiosità e la forza di volontà. Insieme a tanti sogni. Come quello di portare alle Paralimpiadi di Tokyo 2020 tre ragazzi pronti a giocarsela, come lui, su un’handbike. Il percorso è lungo ma Obiettivo 3



– questo il nome del progetto di Alex – è nato prima di tutto con la volontà di dare una chance a ragazzi che come lui hanno la passione per questo sport e incanalare i loro sforzi nella maniera giusta.

**«L’ambizione è una cosa forte, ma poi lo sprint finale te lo dà la passione»**

## A ognuno il suo rischio: perché i big data cambiano le assicurazioni

SAMUELE CAFASSO, GIORNALISTA NEWS 3.0 PER AXATONIC  
@SAMUELECAFASSO

Sto guidando lungo l’autostrada che da Milano porta a Genova. Dieci minuti prima del bivio che consente di raggiungere la città attraverso l’A7

o la E25, getto uno sguardo sul navigatore: i due tragitti hanno un tempo di percorrenza identica. Posso scegliere quello che preferisco. Ma cosa sceglierei

**I dati possono essere utilizzati per creare una base a cui attingere per la valutazione del rischio. Ma con quali limiti?**

## Sfida nella sfida

**Intervista Alex Zanardi,**  
MARA SANGIORGIO, GIORNALISTA SKY SPORT 24 PER AXATONIC  
@MARA\_SANGIORGIO

Domenica 26 novembre dalle parole si è finalmente passati ai fatti e soprattutto al sudore. Il primo gruppo di ragazzi selezionati lo scorso luglio a Padova hanno vissuto l’emozione di avere per le mani e poi portare addosso il “loro primo numero” in una competizione vera, la Firenze Marathon. “Un freddo così non credo di averlo mai preso in tutta la mia vita – ci ha raccontato Alex – Dire che le condizioni erano al limite è un eufemismo ma sono arrivati tutti in fondo, tranne quello che accompagnavo io. Stare lì con loro, vedere la loro sofferenza ma soprattutto il loro sforzo è stato qualcosa di incredibile. Come vederli attaccare il loro primo numero. È lì che inizia la sfida”.

**E anche questa tua nuova sfida è iniziata quindi. Alex oramai ti conosciamo, sei instancabile e un vulcano di idee: quando e come è nato Obiettivo 3?**

“Facile, è riconducibile al mio amore per un mondo dove lo sport deve essere

capace di ispirare. Mi viene in mente Lewis Hamilton adesso, perché ha appena conquistato il suo quarto Mondiale. Quello che mi ha sempre colpito di lui è la sua maturità. Con il volante tra le mani fa qualcosa di incredibile ma sotto c’è qualcosa di più. C’è un ragazzo che con l’impegno è arrivato a fare qualcosa di incredibile. E’ vero, a volte è troppo difficile provare a identificarsi in qualcuno che vedi irraggiungibile ma a volte è l’ispirazione che conta. E allora eccomi qui, a provare a fare qualcosa in più. Provare a mettere una persona disabile nelle condizioni di fare qualcosa di importante. Che si arrivi o meno a Tokyo forse non conta. Quello che conta è dare a questi ragazzi un’opportunità”.

**E’ un’altra fase della tua vita, fare da coach a questi ragazzi? Una sfida nella sfida, provare a creare una sliding door nelle loro vite...**

...Continua a leggere su [natiper.it/AXAForum](http://natiper.it/AXAForum)

dei pericoli reali a cui è esposta quotidianamente. Questi servizi oggi sono possibili attingendo all’enorme massa di dati che le tecnologie digitali rendono disponibili e che le stesse compagnie assicurative possono alimentare appoggiandosi sui loro clienti. Il 74,8% degli intervistati, sempre nella ricerca AXA - Episteme, si dice disposto a installare dispositivi tecnologici, centraline, scatole nere in auto e in casa per avere sconti sulle polizze. I dati ricavati possono ovviamente essere utilizzati per creare una base a cui attingere per la valutazione del rischio. Ma con quali limiti? E tutto questo come cambierà il modo con cui le persone si relazionano con le compagnie assicurative? **Salvatore Rossi**, presidente di Ivass, già l’anno scorso aveva avvertito del pericolo che le compagnie sfruttino i big data “per selezionare i clienti migliori e emarginare dal mercato i soggetti meno attraenti, così affievolendo i principi di mutualità alla base del mercato assicurativo”.

...Continua a leggere su [natiper.it/AXAForum](http://natiper.it/AXAForum)

# dialogo

**G**ianmario Verona  
Rettore dell'Università Bocconi

Intervistare un Rettore in Italia mette sempre un po' di ansia. Se è il Rettore dell'università di economia italiana più famosa al mondo, lo è ancora di più.

Così in un freddissimo venerdì d'inverno attraversiamo tutto il campus stracolmo di studenti da tutto il mondo, fino alla fine di una serie di foto di bocconiani di altri tempi per entrare negli uffici del Rettorato. E rimango sorpreso in positivo.

**Gianmario Verona** è Rettore dell'Università Bocconi da ormai un anno, ma potrebbe essere un importante angel investor, un VC della Silicon Valley o persino il fondatore di una startup di successo. Nell'ufficio del rettore, in mezzo a centinaia di libri, spiccano tre numeri da collezione di Spider Man.

**Ma quanto è ancora centrale la formazione universitaria in un momento in cui tecnologia e innovazione sembrano cambiare tutto ad una velocità mai vista prima?**

Essendo sensibile all'innovazione, il settore dell'alta formazione è tra quelli maggiormente investiti dall'ondata di cambiamento prodotto dal digitale. Rendendo disponibili nuovi canali di fruizione del processo di apprendimento, la tecnologia digitale pone importanti sfide al sistema educativo ed universitario.

Secondo Verona oggi giorno anche l'università contribuisce all'innovazione proprio attraverso la sua missione formativa, educando i giovani a pensare in modo indipendente, critico, e fornendo loro gli strumenti, a partire dal metodo scientifico, per capire il mondo, stimolandoli a dare il loro contributo per migliorarlo, anche utilizzando il digitale.

Deve insomma aprirti la mente, darti un mindset basato su matematica ed economia ed offrirti al contempo i fondamentali del digitale. In Europa abbiamo sempre fatto formazione orizzontale e non dobbiamo cambiare, ma su certi aspetti occorre aggiungere una nuova dimensione.

"Chi ha successo, in qualsiasi cosa faccia, anche nello sport, lo fa per la passione che ci mette. Niente come la passione ci permette di lavorare così tante ore, ci fa lanciare il cuore oltre l'ostacolo, niente è un potenziatore così forte delle nostre capacità"

Verona cita Thomas Edison **"Il genio è per 1% ispirazione e per il 99% traspirazione"** Pensate a Facebook, quante piattaforme come quella di Mark Zuckerberg c'erano nel 2004? Decine, lui ha fatto la differenza proprio con la costanza, con l'impegno nel migliorare la piattaforma giorno dopo giorno, con quella che si chiama una perfetta execution.

...Continua a leggere su [natiper.it/AXAForum](http://natiper.it/AXAForum)

DAVID CASALINI,  
AMMINISTRATORE DELEGATO STARTUPITALIA! PER AXATONIC  
@DAVIDCASALINI

**P**aola Bonomo  
Business Angel Award 2017, Advisor & Investor

Angel investor e advisor del campo delle tecnologie digitali, socio di IAG, il principale network di business angels in Italia, **Paola Bonomo** ha iniziato la sua carriera in McKinsey & Company. Ha lavorato in diverse multinazionali come eBay International, Vodafone Italia e Facebook ricoprendo ruoli manageriali. Nel 2015 e nel 2016 è stata nominata tra le Inspiring Fifty ed è Presidente dello Stanford Club Italia. Quest'anno Bonomo ha vinto il premio europeo di **Business Angel donna dell'anno**, riconoscimento che le è stato consegnato a Berlino dal ministro federale dell'economia tedesco **Brigitte Zypries** e inoltre è stata indicata dal **Club degli Investitori Business Angel** dell'anno. **L'abbiamo incontrata per farci raccontare che ruolo hanno gli angel investor nell'ecosistema italiano ed europeo delle startup:** "Un vivace panorama di angel è una condizione necessaria, ma non sufficiente, per un ecosistema in buona salute", ci dice e aggiunge: "Il mercato italiano farà fatica a crescere finché le grandi aziende italiane non comprenderanno non una, ma cinque o dieci startup ogni anno".

**Qual è il ruolo del business angel oggi in Italia? Come può aiutare l'ecosistema delle startup a crescere?**

I business angel sono "abilitatori di innovazione": così li definisce Antonio Leone, presidente dell'associazione Italian Angels for Growth. E in effetti in tutti i poli internazionali dell'innovazione i progetti che sono in fase seed o post-seed, cioè già avviati ma che necessitano di risorse per la crescita, vengono spesso finanziati da angel, che operano come individui o in gruppo. Gli angel apportano all'impresa non solo capitali, ma anche competenze utili al team imprenditoriale e contatti all'interno dei loro network. Secondo le ultime stime disponibili, in Italia operano circa 800 business angels: sicuramente quindi c'è molto spazio per crescere, visto che in Germania ce ne sono circa 2000 e in Francia oltre 4000.

Devo anche sottolineare che un vivace panorama di angel è una condizione necessaria, ma non sufficiente, per un ecosistema in buona salute: devono fare la loro parte i fondi di venture capital, e soprattutto dopo un certo numero di anni devono esserci prospettive concrete di poter quotare l'azienda o cederla a un acquirente. Nonostante i progressi incrementali che stiamo vedendo, quest'ultimo passo - quello della exit - rimane il più difficile per le startup italiane: tanto che ci si chiede se le politiche pubbliche debbano incentivare, come si fa oggi, l'investimento all'inizio dell'avventura, o piuttosto la fase di exit. Il mercato italiano farà fatica a crescere finché le grandi aziende italiane non comprenderanno non una, ma cinque o dieci startup ogni anno.

**Verso quali startup guardano i business angel in questo momento in Italia e in Europa?**

...Continua a leggere su [natiper.it/AXAForum](http://natiper.it/AXAForum)

ANNA GAUDENZI,  
DIRETTORE EDITORIALE STARTUPITALIA! PER AXATONIC  
@ANNA\_GAUDENZI



# L'unica certezza? È che sta cambiando tutto

TRA VOLATILITÀ E CONNESSIONE: LE NUOVE FRONTIERE DELL'INNOVAZIONE PER LA PROTEZIONE

## Monica Fabris

Presidente di Episteme, istituto di ricerca all'avanguardia in Italia, esperta di psicologia dinamica applicata alla metodologia della ricerca sociale, autrice, ha collaborato con l'Università IULM e l'Università degli Studi di Milano. Dal 2008 collabora con AXA sviluppando ricerche su temi di frontiera.



**“Il cambiamento è la nuova modalità di rapportarsi al futuro degli italiani: in un contesto ancora dominato dall'incertezza, emerge una nuova predisposizione attiva al cambiamento che influenza stili di vita e modi di pensare”. Monica Fabris parla di cambiamento e volatilità nella ricerca AXA Episteme 2017, cuore dell'Italian #AXAForum 2017 “Innovation is the new protection?”.**

Una ricerca che mostra cittadini alle prese con una nuova quotidianità in cui la perdita delle certezze risulta metabolizzata e la volatilità diventa una condizione quotidiana. Dinamismo, flessibilità, nuovi stili di vita e “un bisogno di innovazione

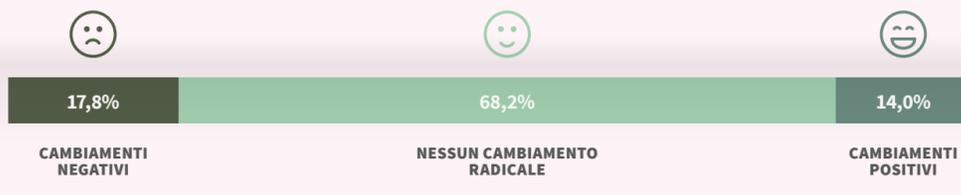
che scaturisce da una diffusa domanda di supporto nel cambiamento”, afferma Monica Fabris, sono oggi le dinamiche emergenti, in cui “l'innovazione non è mai fine a se stessa ma è sempre legata a bisogni reali dei cittadini”.

## Just Breathe

IL CONTESTO SOCIALE

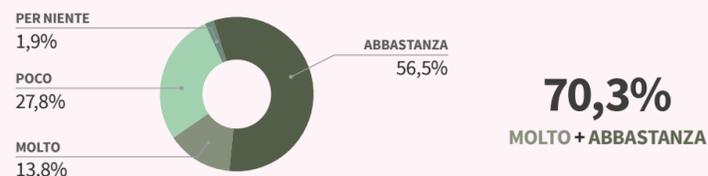
Dopo un periodo di incertezza e tensione, gli italiani tornano a respirare e a guardare con più fiducia al futuro. Cittadini e consumatori sono più predisposti a gestire attivamente imprevisti e cambiamenti quotidiani.

### GLI ITALIANI COINVOLTI DAL CAMBIAMENTO



### GLI ITALIANI ESPOSTI AL CAMBIAMENTO

In generale quanto si sente esposto alla possibilità di subire cambiamenti repentini, improvvisi e non prevedibili?



## Q VOLATILITÀ

La volatilità è una condizione che ci riguarda tutti. Significa essere esposti costantemente agli imprevisti e comporta la frammentazione dinamica del rischio e la necessità di ricomporre nuovi bisogni in schemi coerenti.

### L'ACCETTAZIONE DELLA VOLATILITÀ

Pensando alla volatilità si trova molto o abbastanza d'accordo con la definizione di destra, molto o abbastanza d'accordo con quella di sinistra o pensa che entrambe siano valide in egual misura?

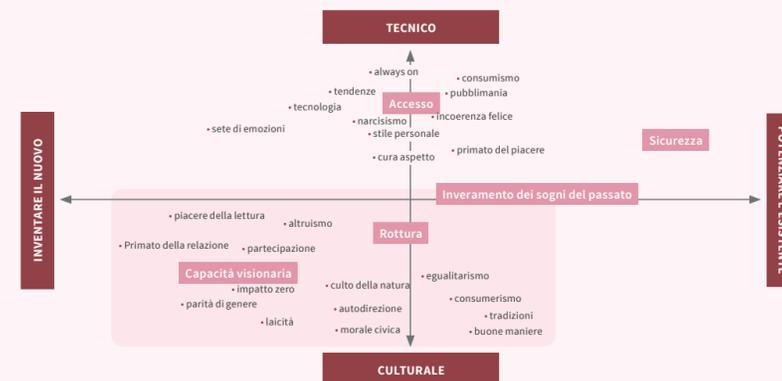


## Shake my point of view

L'INNOVAZIONE PER GLI ITALIANI

Gli scenari che l'innovazione apre sono numerosi. Così come i significati che gli italiani le attribuiscono. In generale ci si aspetta dall'innovazione prospettive disruptive e un nuovo modo di affrontare tematiche sociali e valoriali, con impatto sul benessere delle persone e della società.

### SIGNIFICATI DELL'INNOVAZIONE



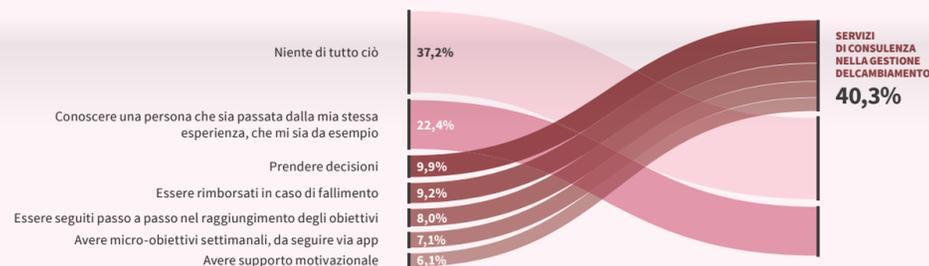
### L'INNOVAZIONE È PER LA PREVENZIONE E GESTIONE ATTIVA DEL RISCHIO

Troverà di seguito alcuni grandi sogni dell'umanità legati allo sviluppo tecnologico. Quale di questi è secondo lei il più importante?



### IL BISOGNO DI GESTIONE ATTIVA DEL CAMBIAMENTO

Se dovesse decidere di cambiare un aspetto importante della sua vita, che cosa l'aiuterebbe di più tra queste possibilità?



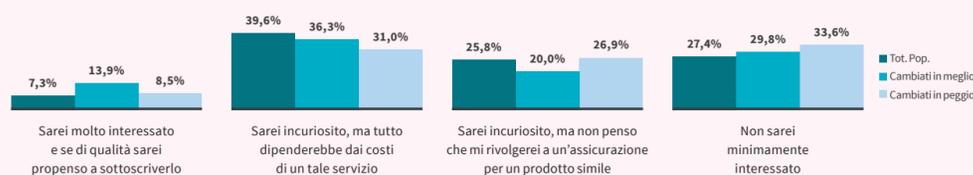
## Partner del cambiamento

IL RUOLO DELL'ASSICURAZIONE

Il paradigma assicurativo si è evoluto insieme ai rischi ai quali la società è esposta. Oltre a rispondere ad un bisogno di sicurezza, oggi il settore assicurativo è chiamato a aiutare le persone a gestire il cambiamento e i rischi sempre più pulviscolari e meno identificabili. Gestire i cambiamenti non significa solo anticiparli, ma anche intercettarli e offrire soluzioni innovative per accompagnare i clienti in un momento di volatilità.

### LE ASSICURAZIONI COME PARTNER DEL CAMBIAMENTO

Se un'assicurazione le offrisse un servizio di consulenza nella gestione del cambiamento quale sarebbe la sua reazione?



### L'INNOVAZIONE PER CHI HA FIDUCIA NEI GRANDI GRUPPI ASSICURATIVI

Troverà di seguito alcuni grandi sogni dell'umanità legati allo sviluppo tecnologico. Quale di questi è secondo lei il più importante?



# Ripensare Milano

FERDINANDO COTUGNO, GIORNALISTA STARTUPITALIA! PER AXATONIC

Milano, quest'anno per la prima volta, supera Roma nella classifica stilata dal Reputation Institute, società di consulenza con sede a Boston che misura la reputazione di Aziende, Paesi e città in tutto il Mondo.

«Milano è ormai una città rivitalizzata» spiega **Ilaria Valente, preside della Scuola di Architettura del Politecnico** «Expo è stato un catalizzatore, ma sono giunti a conclusione una serie di processi che andavano avanti in alcuni casi da decenni, non so quante quante tesi di laurea ho seguito nella mia carriera sull'area ex Varesine di Milano». Sarebbe poi diventata il nuovo quartiere di Porta Nuova, scorcio di copertina della nuova Milano. E ancora: «CityLife, pur con i suoi limiti. La Fondazione Prada, la Fondazione Feltrinelli. La città, dopo la dismissione industriale, soffriva la mancanza di una vocazione precisa, ora sembra ne abbia trovata una. E non era scontato che il dopo Expo fosse felice, in molte città europee non è stato affatto così».

Anche secondo **Giampaolo Nuvolati, sociologo urbano dell'Università Bicocca**, la svolta è stata l'Expo ma il processo era ben più ampio. «Anche nel periodo di massima crisi economica Milano era stata l'unica città italiana a mostrare resilienza, non c'è stata l'idea di sbandare che si è avvertita a Roma. Expo poi ha completato il rilancio della sua immagine: oggi si è scoperta meta di turisti e città d'arte, con eccellenze in quella

moderna e contemporanea e c'è stata la moltiplicazione delle eccellenze universitarie».

**Città di nuove professioni e sempre più attrattiva, anche per i turisti**

I turisti sono stati 7,7 milioni nel 2016 e, secondo il Global Destination Cities Index, Milano è terza in Europa, dietro solo Parigi e Londra. E per quanto riguarda gli studenti, gli otto atenei accolgono oltre 10mila studenti extra-UE, il 18% del totale in Italia, secondo i dati dell'agenzia governativa Anpal. Si diceva della ricerca di una vocazione, che per decenni ha agitato Milano e i milanesi.

**«Anche nel periodo di massima crisi economica Milano era stata l'unica città italiana a mostrare resilienza»**

«I processi qui si sono attivati in ritardo. Mentre tra la fine degli anni '80 e quella dei '90 città come Amsterdam o Parigi già si trasformavano, Milano andava molto piano», spiega Valente. Ma oggi la città ha trovato una sua forma, una sua identità: «E lo ha fatto fuori anche dal rigido schema moda e design».

Milano è la città della vivacità delle nuove professioni, ha un tessuto nel quale emergono nuove forme di organizzazione produttiva dal basso, è il luogo

della creatività imprenditoriale, dell'innovazione, dove un ruolo ce l'hanno sicuramente le ottime università che abbiamo a Milano». Oltre 1300 startup innovative, otto incubatori certificati, decine di co-working, che si aggiungono ad arte, università, turismo, moda, design: Milano è diventata una città sexy ed è una qualità che conosce bene chi prova ogni giorno a venderla all'estero per l'organizzazione di eventi.

**Il Palazzo del Ghiaccio di Milano**

«Il respiro internazionale, la coolness, la capacità di assorbire influenze, i cambiamenti architettonici, le mostre d'arte, fatto tutti parte del pacchetto che offriamo e che oggi ci permette di competere anche con Barcellona o Londra», spiega **Clarissa Pelucchi, responsabile commerciale e struttura del Palazzo del Ghiaccio**. L'edificio liberty di Via Piranesi, inaugurato nel '23, è stato protagonista

per decenni della storia sportiva della città, dal pattinaggio al pugilato. Poi nel 2007, quasi un secolo dopo la sua fondazione, ha seguito il percorso di tutta Milano, ha cambiato natura e oggi è uno degli spazi polifunzionali di riferimento in città. Anche da qui si è visto l'effetto del nuovo corso, che Pelucchi sintetizza così: «Milano aveva allure internazionale durante il Salone del mobile o la Settimana della moda. Ora ce l'ha tutto l'anno» La domanda oggi è capire che città diventerà, cosa vuole fare di questa sua nuova identità.



RE-MIXOLOGY

**Lacerba È il bar futurista di Milano. Ispirato alle atmosfere dei primi decenni del '900, offre ottimi cocktail e spazi ricercati, dove ritrovare oggetti vintage, modernariato, rèclame di Fortunato Depero ed arredi dal design futurista e futuribile.**

L'APER/TIVO



La scelta di drink è tra le migliori a Milano e propone grandi classici (a volte remixati, come le tante variazioni sul tema del Bloody Mary) o ricette innovative e sorprendenti. Agostino Galli, bartender di Lacerba, ha creato per AXA Italia il drink dell'Italian #AXAForum 2017.

**AXAtonic**

20 ml	Ananas estratta
50 ml	Xoriguer Gin
15 ml	Arancia spremuta
Shake	
Fill ghiaccio e tonica	

Dopo aver gustato l'AXAtonic ricorda di utilizzare FLOOME, l'etilometro di design che misura il tuo tasso alcolemico direttamente con lo smartphone. AXA Strategic Ventures, il fondo di investimento del Gruppo assicurativo AXA, e Invitalia Ventures SGR, hanno investito 750 mila euro in FLOOME, per essere partner dei clienti aiutandoli a prevenire i rischi grazie anche all'innovazione tecnologica. **Scopri di più su [www.floome.com](http://www.floome.com)**





# **‘Give Data Back’: la protezione a portata di mano**



Diventerai un esperto di rischi  
<https://givedataback.axa>