



Università Commerciale
Luigi Bocconi

Milano, 12 giugno 2012

COMUNICATO STAMPA

Bocconi e AXA uniti per studiare il rischio

Milano – L'AXA Research Fund, iniziativa internazionale di filantropia scientifica sostenuta dal gruppo assicurativo AXA, assegna 2 milioni di euro all'Università Bocconi per creare la Cattedra AXA-Bocconi in Teoria del Rischio, una cattedra permanente che sarà presieduta da Massimo Marinacci.

L'incertezza, ai giorni nostri, regna sovrana. Gli operatori finanziari trovano difficoltà ad assicurare un efficace risk management e una buona allocazione di portafoglio. E il quadro non è certo alleggerito dal contesto di crisi finanziaria. Fino a poco tempo fa, per osservare il mondo e descrivere la realtà, si usavano le lenti della probabilità. Ma purtroppo questo approccio, tanto utile quando si analizzano i giochi d'azzardo, non risulta efficace per interpretare le attuali vicende economiche.

I perfezionamenti e la diffusione delle tecniche di modellazione per catturare e gestire le nuove e diverse categorie di rischi saranno il focus delle attività della nuova Cattedra AXA-Bocconi in Teoria del Rischio. La cattedra, intitolata e permanente, è stata istituita grazie alla donazione da parte dell'AXA Research Fund all'Università Bocconi di un fondo di dotazione (endowment) di due milioni di euro. La cattedra è stata assegnata a Massimo Marinacci in riconoscimento del suo lavoro di ricerca nell'ambito della teoria delle decisioni.

“La partnership con AXA Research Fund è una tappa molto significativa della nostra strategia di internazionalizzazione della didattica e della ricerca e si inserisce nel quadro delle attività di fundraising a supporto del Piano Strategico di sviluppo dell'Università,” dice Guido Tabellini, rettore della Bocconi. “Grazie al finanziamento della Cattedra in Teoria del Rischio e all'attività del professor Marinacci, la Bocconi presidierà un campo di ricerca di frontiera e di impatto molto significativo”.

La teoria delle decisioni è un'area dell'economia all'intersezione tra psicologia e statistica e studia le scelte economiche in condizioni di incertezza. *“Non forniamo né soluzioni né percentuali,”* spiega Marinacci, *“ma formalizziamo modelli che chiariscono quali sono le alternative a disposizione dei decisori e come potrebbero gestirle. Poi devono essere loro a scegliere”.* Alcuni di questi modelli sono stati utilizzati in diversi campi: da quello ambientale (dove sono state utilizzate per formalizzare il tanto citato, ma concettualmente elusivo, principio di precauzione) alla finanza e assicurazioni (dove, in questi giorni di grande incertezza, possono contribuire alla spiegazione delle scelte di scambio degli intermediari finanziari, altrimenti difficili da spiegare con le tradizionali teorie del rischio), al risk management nelle istituzioni finanziarie e nelle banche centrali.

Grazie a una carriera internazionale e a un solido background di economia e di matematica applicata, Marinacci è una delle personalità più note nella teoria delle decisioni. Insieme a Itzhak Gilboa (Cattedra AXA all'HEC-Paris), Marinacci ha tenuto una invited lecture su questi temi al World Congress of the Econometric Society del 2010, uno dei più prestigiosi meeting

del mondo dell'economia. Marinacci è uno dei vincitori dei prestigiosi Advanced Grant dell'European Research Council. Marinacci svolge la sua attività di ricerca al Dipartimento di Scienze delle Decisioni dell'Università Bocconi. Il Dipartimento ha una buona tradizione nella teoria delle decisioni e vanta, nel corpo docente o tra gli alumni, molti dei maggiori specialisti del settore.

Un altro contributo di Marinacci riguarda il rilevante impatto delle emozioni sulle scelte individuali nelle società contemporanee. Tale nuovo approccio propone un modello di scelta che prevede due atteggiamenti nei riguardi delle scelte degli altri: invidia e orgoglio. *“Queste emozioni sociali non sono prese sistematicamente in considerazione dalla teoria economica e tuttavia svolgono un ruolo chiave nelle scelte individuali: quando le si inserisce nel modello che analizza le preferenze individuali, esse mostrano un impatto diretto sulle decisioni. Laddove l'atteggiamento prevalente è l'invidia, l'equilibrio sociale farà agio sul conformismo. Dove, invece, prevale l'orgoglio, la scena sarà conquistata dall'anticonformismo e dalla diversificazione dei consumi. Questo modello si applica non solo al livello individuale, ma anche su scala più ampia: le società in cui prevale l'orgoglio presentano ampie differenze nei consumi e nel reddito, mentre il conformismo nelle scelte di consumo è la regola nelle società caratterizzate dall'invidia”,* sostiene Marinacci.

Andrea Rossi, amministratore delegato di AXA Assicurazioni e sponsor della Cattedra, ha commentato: *“L'incertezza è divenuta la vera protagonista dei nostri tempi: ha impattato con forza il mondo in cui viviamo, generando un forte bisogno di soluzioni ai dubbi che affliggono la società. Abbiamo bisogno di risposte efficaci e autorevoli che ci aiutino a interpretare e capire che cosa sta succedendo, e a prevedere a che cosa andiamo incontro. Il settore privato deve giocare un ruolo chiave nel favorire il progresso della conoscenza in questo ambito, promuovendo la ricerca come investimento per il futuro, in linea con gli impegni nella responsabilità d'impresa. La ricerca sui rischi e la comprensione dei fenomeni che caratterizzano un mondo dinamico e complesso come il nostro fa parte delle sfide di un grande Gruppo come AXA. Crediamo infatti che la conoscenza sia il punto di partenza per poter fare bene il nostro mestiere: studiare i rischi nel lungo periodo per conoscerli e riuscire a gestirli, proteggendo così le persone in ogni fase e situazione della vita”.*

* *
*

Massimo Marinacci, titolare della Cattedra

Dal 1996, quando ha intrapreso la carriera accademica come assistente di economia politica all'Università di Toronto (Canada), ad oggi Marinacci ha pubblicato 48 articoli su riviste scientifiche internazionali, comprese le maggiori riviste di economia (*Econometrica, Review of Economic Studies, Games and Economic Behavior, Journal of Economic Theory, and Theoretical Economics*), finanza quantitativa e assicurazioni (*Mathematical Finance and Insurance: Mathematics and Economics*), e matematica applicata (*Annals of Probability and Mathematics of Operations Research*).

I suoi paper si distinguono per il numero di citazioni in letteratura. Fa parte del comitato editoriale di alcune riviste di rilievo (*Games and Economic Behavior, Journal of Economic Theory, Journal of the European Economic Association, Mathematics of Operations Research, and Theoretical Economics*) e ha tenuto seminari in molte istituzioni di ricerca internazionali.

Università commerciale Luigi Bocconi

Fondata nel 1902 e localizzata a Milano, nel cuore del business e della finanza italiana ed europea, l'Università Bocconi è ampiamente riconosciuta come la più importante università italiana per l'economia e il management. La missione dell'Università è costituita dall'insegnamento e dalla ricerca di più alto livello e dal taglio internazionale, grazie a un corpo docente altamente qualificato e motivato. Oggi la Bocconi è un'università di valore internazionale nel management, nell'economia e nel diritto e offre un'ampia gamma di programmi attraverso le sue cinque scuole – tra cui lauree triennali e biennali, PhD e Mba. La Bocconi vanta, ad oggi, circa 200 scuole partner in ogni continente e si avvale dell'energia del suo network di alumni, che conta oltre 80.000 laureati in tutto il mondo.
<http://www.unibocconi.it>

L'AXA Research Fund

Creato nel 2008, l'AXA Research Fund (AXA RF) è impegnato a sostenere la ricerca focalizzata sulla comprensione e prevenzione dei rischi che minacciano l'ambiente, la vita umana e la società. Al 1° Febbraio 2012, l'AXA Research Fund ha già investito 79 milioni in 291 progetti, implementati in 24 paesi da ricercatori di 43 nazionalità. L'Italia e i ricercatori italiani hanno beneficiato di 3,5 milioni di euro per diversi progetti di ricerca. I finanziamenti sono assegnati sulla base delle decisioni del Comitato Scientifico. Inoltre, sostenendo a livello mondiale la ricerca sui rischi in tre principali aree e aiutando i ricercatori a condividere le loro scoperte, il Fondo cerca di alimentare il dibattito pubblico e l'expertise di AXA con la conoscenza scientifica. Sostenendo la ricerca, AXA vuole contribuire a rendere la società più sicura e forte nel lungo periodo. Maggiori dettagli sull'AXA Research Fund, incluso la presentazione delle modalità di finanziamento, le linee-guida e le biografie dei membri del Comitato Scientifico, sono disponibili sul sito Internet www.axa-research.org

AXA in Italia

Il Gruppo AXA è presente in Italia con una logica multi-distributiva. AXA Assicurazioni (www.axa.it) opera sul territorio nazionale tramite una rete composta da circa 700 agenzie e distribuisce prodotti assicurativi fornendo un servizio di consulenza personalizzata volto alla protezione completa. AXA MPS (www.axa-mps.it), la compagnia di bancassicurazione nata nel 2007 dalla partnership strategica con il Gruppo Montepaschi, distribuisce soluzioni assicurative attraverso oltre 3000 sportelli in Italia e si propone quale piattaforma di servizi assicurativi a 360°. AXA è presente inoltre in Italia attraverso la compagnia diretta Quixa e le compagnie specializzate AXA Art (protezione patrimonio artistico-culturale), AXA Corporate Solutions (grandi aziende e gruppi), AXA Assistance (servizi di assistenza nei vari settori), nonché gestori quali AXA IM (asset management), AXA Private Equity (operazioni di private equity) e AXA REIM (gestioni immobiliari).

Contatti

AXA Research Fund Media Relations, Parigi

Guillaume Saintagne - +33 1 40 75 58 73 - guillaume.saintagne@axa.com

Ufficio Stampa Università Bocconi

Barbara Orlando, Responsabile, +39-02.5836.2330, +39-335.123.1716, barbara.orlando@unibocconi.it
Tomaso, Eridani, +39-02.5836.2324, +39-335-6352819, tomaso.eridani@unibocconi.it

AXA Media Relations, Italia

Paola Carbonara - +39 02 48 08 4575 paola.carbonara@axa.it

Gruppo AXA, Media Relations, Parigi

Hélène Caillet - +33 1 40 75 55 51 - helene.caillet@axa.com
Guillaume Borie - +33 1 40 75 49 98 - guillaume.borie@axa.com