

Italian AXA Forum 2012

Il valore e la sfida della diversità di genere per il settore finanziario e assicurativo

Roma, 3 ottobre 2012 - Si è svolto oggi a Roma, presso il Tempio di Adriano, l'**Italian AXA Forum 2012**, appuntamento annuale di riflessione su temi di frontiera organizzato da AXA Assicurazioni e AXA MPS in collaborazione con ANIA.

L'Italian AXA Forum, evento di confronto aperto sul ruolo che il settore assicurativo riveste nel creare valore nella società come mitigatore di rischi di medio-lungo periodo, ha scelto quest'anno di concentrarsi sulla diversità di genere. Un tema "caldo", in una fase complessa di trasformazioni socio-istituzionali e regolamentari come quella attuale, che pone sfide importanti anche al settore finanziario e assicurativo, sia in termini di percezione della clientela e di legislazione, che di sfida tra gli stessi operatori nel valorizzare la diversità di genere al loro interno, nelle posizioni apicali e nei board.

La società è cambiata profondamente: le donne, sino a metà del secolo scorso solo amministratrici dell'economia domestica, sono diventate percettrici di reddito e ora sempre di più consumatrici esigenti di prodotti e servizi, con un reddito passato dal 2002 al 2007 da 3 a 9,8 trilioni di dollari (con la previsione di arrivare a 15 nel 2014)¹.

Nel rapporto con il denaro, emergono peculiarità tutte al femminile, supportate da evidenze e spiegazioni scientifiche, legate anche a fattori emotivi e di fiducia, come dimostra l'analisi del **Prof. Luigi Guiso, Cattedra AXA in Finanza e Assicurazione per le famiglie presso l'EIEF**. *"Dalla letteratura accademica emergono peculiarità nelle scelte di allocazione del portafoglio, nella domanda di assicurazione e altre decisioni strategiche in finanza da parte di uomini e donne. Una delle determinanti fondamentali è una diversa attitudine al rischio. Stabilire che esistono differenze sistematiche tra i generi nell'attitudine al rischio e tracciarne l'origine aiuta il settore a capire le differenze di scelta e comportamento finanziario tra uomini e donne"*, ha spiegato il Prof. Guiso nel corso del suo intervento.

Secondo evidenze presentate nella ricerca, le donne risultano più avverse al rischio degli uomini: mentre il 30% degli uomini si caratterizza per scegliere investimenti che danno rendimenti elevati esponendosi ad elevato rischio, solo il 22% delle donne sceglie questo profilo. Le donne invece scelgono il profilo meno rischioso nel 26% dei casi, mentre la quota è solo del 16% tra gli uomini².

Peculiarità nel rapporto con il denaro e la finanza che si riscontrano anche nel vissuto reale delle donne, ma anche un nuovo protagonismo al femminile nel mondo finanziario. È quanto emerge dai risultati della ricerca di Episteme per l'Italian AXA Forum 2012 dal titolo "La percezione delle donne su rischio, protezione, assicurazione e i nuovi modelli di consumo e scelta finanziaria in Italia". *"Ciò a cui assistiamo – ha sottolineato Monica Fabris, Presidente di Episteme – è il duplice passaggio da donna amministratrice a percettrice di reddito e consumatrice finanziaria esigente e un'evoluzione della rappresentazione consolidata di donna come "oggetto di protezione" a soggetto attivo responsabile della protezione, verso se stessa e verso gli altri"*.

Secondo Episteme, nel vissuto femminile attuale si osserva una generale crescita della propensione al rischio, attivata per rispondere alla crisi in atto. **Rischio, dunque, sempre più concepito come possibilità di realizzare progetti di vita**: se nel 2008 solo il 43% delle

¹ Fonte: Boston Consulting Group, Women Want More, 2008.

² Fonte: Luigi Guiso, Paola Sapienza e Luigi Zingales (2012), "Time varying risk aversion", EIEF, mimeo.

donne sentiva di riuscire a mettersi in affari da sola, nel 2012 la cifra è salita al 60,4%. In un contesto fortemente mutato, saper vedere il rischio ed esserne predisposti determina anche una maggiore apertura al tema della protezione: oggi il 74,6% delle donne sostiene la funzione protettiva dell'assicurazione, rispetto al 51,9% del 2008.

Il tema della diversità di genere è oggi al centro di importanti novità sul fronte legislativo, con effetti dirimpenti in termini di mercato: innanzitutto **la legge italiana sulla diversità di genere per i consigli di amministrazione delle società quotate o a controllo pubblico** che obbliga le società in Italia, dal 12 Agosto 2012, a nominare almeno un quinto dei consiglieri di amministrazione scegliendoli dal genere "meno rappresentato".

Come analizzato da **Tommaso Arenare e Salvatore De Rienzo, partners di Egon Zehnder International**, la nuova legge induce ad una riflessione sul valore della diversità in termini di merito, di miglioramento della performance, nonché di capacità di rispecchiare in maniera più adeguata un mercato che cambia.

Secondo i risultati ad oggi, per quanto preliminari, si assiste ad un rapidissimo passaggio da circa il 7% a circa il 10% della percentuale di donne in consigli di amministrazione di società quotate³. Nello specifico del settore assicurativo in Italia, in termini di presenza femminile nei board, questa appare sostanzialmente allineata a livello europeo. Ma le assicurazioni presentano anche la percentuale più bassa tra i vari settori merceologici in Europa.

*"La sfida di genere, per i prossimi anni – hanno dichiarato **Tommaso Arenare e Salvatore De Rienzo, partner di Egon Zehnder International** - si vincerà grazie alla valorizzazione del talento femminile anche nei ruoli esecutivi, sulla base di ciò che sta accadendo oggi per i ruoli non esecutivi, dove la diversità di genere favorisce la valorizzazione del merito, una migliore governance, apertura internazionale, una maggiore diversità anche di età, esperienza e provenienza geografica. Per le imprese assicurative questa è una sfida cruciale che richiederà impegno e attenzione e produrrà risultati importanti per chi saprà coglierla appieno".*

Vi sono poi novità che impattano ancora più direttamente il settore assicurativo, come **la Direttiva di genere**, che introduce il pricing unisex a livello di Unione Europea.

Nello specifico delle assicurazioni, ad oggi soltanto una parte dei prodotti tiene conto del genere come fattore determinante del prezzo, e tale differenziazione varia notevolmente sia per prodotto, sia per direzione dell'impatto tra i due sessi. Sul complessivo panorama assicurativo italiano, nel 2010, il 20% dei premi assicurativi è stato differenziato per genere, con una percentuale in aumento rispetto al 2009.

Non c'è dubbio che la direttiva avrà effetti per il settore e per i consumatori. Secondo **Alessandra Gambini, Risk and Consulting Services Lob Leader for Italy, Towers Watson**, *"in conseguenza dell'entrata in vigore della Direttiva di genere, nel breve periodo ci aspettiamo di riscontrare una tendenza all'aumento dei prezzi in ragione dell'incertezza tariffaria, soprattutto per quegli assicurati che oggi usufruiscono dei premi meno cari. Nel medio e lungo periodo, tuttavia, è facile immaginare che la nuova normativa costituirà un'importante opportunità per il settore, fungendo da acceleratore dell'innovazione, anche a vantaggio del cliente finale".*

L'Italian AXA Forum ha fatto, poi, da sfondo, a un confronto aperto sulle prospettive di una finanza diversa di fronte a una società che cambia e sulla sfida per gli operatori nel valorizzare la diversità di genere al loro interno. A discuterne, alcune figure chiave del mondo finanziario italiano ed europeo: **Maria Cannata, Direttore generale del Debito Pubblico al Ministero delle Finanze, Denis Duverne, Deputy CEO di AXA, Maria Bianca Farina, Vicepresidente**

³ Elaborazione del Corriere della Sera (Maria Silvia Sacchi, "Quote rosa in anticipo, già al 10%", su CorriereEconomia del 16 luglio 2012) su fonte Banca d'Italia e Università Bocconi.

dell'Ania e CEO del Gruppo assicurativo Poste Vita, Alessandro Profumo, Presidente di Banca Monte dei Paschi di Siena e Paola Sapienza, Professoressa, Northwestern University e Consigliere indipendente del gruppo assicurativo Generali.

Il dibattito è stato seguito dalle riflessioni conclusive di **Andrea Rossi, Amministratore Delegato di AXA Assicurazioni** e **Frédéric de Courtois, Amministratore Delegato di AXA MPS**.

*“Prendere in considerazione i temi legati al genere e alla diversità è di importanza fondamentale per l'industria assicurativa – ha dichiarato **Denis Duverne, Deputy CEO del Gruppo AXA**. Sono convinto che il rafforzamento della diversità in ambito professionale consentirà agli assicuratori di rispondere al meglio ai bisogni e alle aspettative dei clienti e a creare una cultura di lungo periodo verso i vari stakeholder. In AXA siamo fortemente impegnati nel raggiungimento di un equilibrio di genere a livello di Gruppo e nell'aumento del livello di partecipazione delle donne ad ogni livello”.*

*“Le donne rappresentano un serbatoio di risorse ancora inutilizzate, un potenziale di crescita che non deve essere sprecato – ha sottolineato **Andrea Rossi, Amministratore Delegato di AXA Assicurazioni**. Oggi è necessario uno sforzo collettivo, da parte sia del pubblico che del privato, in termini di opportunità da offrire alle donne, ma anche di inclusione a livello occupazionale. Ci vogliono visione e volontà di azione anche nel privato, cui va fatta seguire una execution rigorosa. Ad esempio, in AXA Assicurazioni, abbiamo voluto dare il nostro contributo a un'inclusività in chiave di genere: ad oggi il 25% dei membri del nostro comitato esecutivo è rappresentato da donne e abbiamo target ancora più ambiziosi per il futuro, grazie a processi di identificazione e accompagnamento dei talenti”.*

*“Il nostro settore non presenta problemi di accesso alla carriera delle donne ma un rallentamento nelle fasi di progressione nella carriera - ha dichiarato **Frédéric de Courtois, Amministratore Delegato di AXA MPS**. Secondo dati di settore, nelle assicurazioni la proporzione per l'inquadramento da funzionario è di 1 donna su 4 uomini e le dirigenti donne rappresentano solo il 12%. Se vogliamo aiutare le donne e noi stessi, allora introduciamo target, obiettivi. La scelta va fatta sul merito, non sul genere, e la chiave è darsi degli obiettivi e misurarli, anche in termini di accesso delle persone giuste nei posti giusti. In più, si deve approfondire la riflessione sul contributo specifico delle donne al lavoro di squadra nelle nostre aziende: hanno spesso un approccio manageriale e un punto di vista diverso e originale”.*

AXA in Italia ha scelto di leggere il fenomeno della diversità di genere da numerose angolazioni, con un serie di contributi e analisi che sono confluiti nel terzo numero, presentato in anteprima oggi, degli **Italian AXA Paper**, la serie di pubblicazioni di AXA In Italia su rischi emergenti e trend del futuro, dal titolo “Le sfide della diversità”. Protagoniste d'eccezione del nuovo paper, attraverso le interviste della giornalista Fiorina Capozzi, 15 autorevoli donne leader del mondo istituzionale, economico, accademico e del terzo settore, che hanno voluto condividere il loro punto di vista e la loro personale esperienza su temi quali il rapporto con il denaro, le novità regolamentari di genere e la propria esperienza di leader al femminile.

Per maggiori informazioni: http://www.axa.it/studi_e_ricerche/italian_axa_paper.aspx o http://www.axa-mps.it/UfficioStampa/convegni_ricerche/Pagine/ItalianAXAPaper.aspx

Il Gruppo AXA in Italia

La presenza di AXA in Italia si basa su una strategia di multi-distribuzione: Il Gruppo è presente in Italia attraverso AXA Assicurazioni (agenti e broker), AXA MPS (banche e promotori finanziari), la joint venture nata nel 2007 tra i Gruppi AXA e Montepaschi, Quixa (la compagnia diretta), e le compagnie specializzate AXA Art (protezione patrimonio artistico-culturale pubblico e privato), AXA Corporate Solutions (grandi aziende e gruppi), AXA MATRIX Risk Consultants (loss prevention), AXA Assistance (servizi di assistenza nei vari settori), AXA IM (asset management), AXA Tech (specializzata nei servizi di gestione delle infrastrutture IT e telecomunicazioni) e AXA REIM (gestioni immobiliari).

I promotori dell'Italian AXA Forum 2012:

AXA Assicurazioni

AXA Assicurazioni opera capillarmente sul territorio nazionale tramite una rete composta da 700 agenzie e circa 1200 collaboratori. Distribuisce attraverso il canale agenziale prodotti assicurativi dedicati alla persona, alla famiglia e all'impresa; fornisce le soluzioni più adeguate per ogni esigenza di protezione del patrimonio e dei beni accompagnando i clienti in ogni fase della loro vita. Attraverso il suo servizio di consulenza personalizzata volto alla protezione completa, propone forme innovative di previdenza, di risparmio e di investimento.

Sito internet: www.axa.it

AXA MPS

Il Gruppo AXA MPS nasce ad ottobre 2007 dalla partnership di lungo periodo tra i gruppi AXA e Montepaschi. AXA MPS unisce in sé la competenza storica ed il tradizionale radicamento sul territorio del Gruppo Montepaschi con la leadership internazionale di AXA nella protezione. Le Compagnie AXA MPS Vita (vita e previdenza), AXA MPS Financial (compagnia vita di diritto irlandese) e AXA MPS Danni (P&C) occupano una posizione di rilievo nel mercato assicurativo italiano e offrono, attraverso la rete Montepaschi e attraverso altre partnership bancassicurative, ampie soluzioni per qualsiasi esigenza previdenziale ed assicurativa, di risparmio, di investimento e di protezione.

Sito internet: www.axa-mps.it

Per ulteriori informazioni:

Media Relations AXA Assicurazioni e AXA MPS

Isabella Falautano, Responsabile

Communication & Public affairs

Tel. 06 50870257

corporate.communication@axa-mps.it

Eleonora Mecarelli – addetta stampa

Tel 06.50870257

eleonora.mecarelli@axa-mps.it

Ufficio Stampa

Emanuela Locci - Tel. 02 77336248

Mobile: 348 3113193

emanuela.locci@publicisconsultants.it