

ALLIANZ SPOTLIGHT



PRIMAVERA 2020

IMPRESSUM

EDITORE

Allianz Suisse, Brand Management & Sponsoring
Richtiplatz 1, 8304 Wallisellen

CAPOREDATTORI

Seline Schneider, Manuel Ott

REDATTORI

Bernd de Wall, Roming Inauen, Manuel Ott,
Sarah Soland

PROGETTO GRAFICO

Elina Blomgren Frei

VERSIONE DIGITALE

Livia Hitz, Nora Koch

TRADUZIONE

Servizio traduzioni di Allianz Suisse

STAMPA

Vogt-Schild Druck AG

LINGUE

Tedesco, francese, italiano

VERSIONE WEB

allianz.ch/spotlight

CONTATTI

spotlight@allianz.ch

SWISS MADE

La rivista viene realizzata in Svizzera
con periodicità semestrale

FOTO DI COPERTINA

Clarisse Croset

Tutti i testi e le immagini sono protetti da copyright e non possono essere riprodotti o riutilizzati. Tutti i diritti riservati.

CORAGGIO SIGNIFICA CONNETTERE MONDI



Seline Schneider

Caporedattrice Spotlight

Oggi tutto è interconnesso. Facciamo shopping con un clic, comandiamo la nostra abitazione dallo smartphone e rimaniamo in contatto con gli amici in tutto il mondo attraverso i social media. La digitalizzazione semplifica la vita. Ma porta con sé anche sfide completamente nuove, come ad esempio i rischi informatici (pag. 12 – 13). Nel settore assicurativo tutto ciò ha ripercussioni sul comportamento dei clienti ma anche su processi e procedure all'interno dell'azienda. Per saperne di più e scoprire qual è il rapporto di Allianz con il digitale, leggete la nostra storia di copertina da pagina 6.

È sempre più rara, ma esiste ancora: l'autentica arte artigianale, come quella di Jvo Ruppenner (pag. 20-22), realizzatore dell'Allianz Cinema Corner, o del viticoltore Gabriel Andrey (pag. 14-15). Anche nella loro attività, i processi sono stati digitalizzati ma il cuore di tutto rimane sempre il lavoro manuale. Online e

offline si fondono e confondono rendendo i confini sempre più relativi. Per questo abbiamo bisogno di esperienze reali fatte con tutti i sensi. Ad esempio un tuffo nelle fredde acque della Limmat o un giro al cinema. A pagina 23 trovate il nostro calendario degli eventi 2020.

Personalmente quando voglio «staccare» dallo schermo mi piace ancora prendere in mano un buon libro. Di quelli che si possono sfogliare, in cui si fanno le orecchie alle pagine e che profumano del mondo di una volta. Proprio come il nostro Spotlight. Buon divertimento e buona lettura.

P.S. Questa edizione è stata realizzata in home office grazie alle tecnologie digitali durante la crisi del Corona-virus.

CI INTERESSA SAPERE

COSA VI INTERESSA

E cosa vi piace di Spotlight. Dateci il vostro feedback compilando il nostro breve sondaggio. Bastano solo 3 minuti. Grazie.



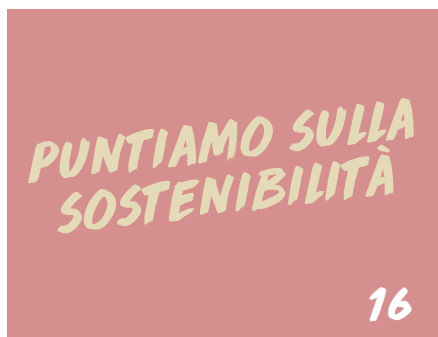
allianz.ch/
spotlight-sondaggio



6



14



16



20



25



29



30

SOMMARIO

STORIA DI COPERTINA, 6 - 11
Il meglio di due mondi
 Approfondiamo il tema della digitalizzazione e le sue conseguenze per Allianz.

IMPRESE, 12 - 13
Cyber Risk
 Il nostro esperto di Cyber Risk spiega quali sono i rischi in agguato su Internet.

IMPRESE, 14 - 15
«La mia professione mi dà tante libertà»
 Intervista a un cliente aziendale.

CURIOSITÀ, 16 - 17
Lo sapevate?
 Puntiamo sulla sostenibilità.

ALLIANZ INSIDE, 18
Le ultime novità dal mondo Allianz

PRODOTTI, 19
Le novità sui nostri prodotti

IL PERSONAGGIO, 20 - 22
«Più virtuale è il mondo, più grande diventa l'esigenza di esperienze autentiche.»
 A colloquio con lo scenografo Jvo Ruppanner su artigianato e spazi esperienziali.

EVENTI, 23
Calendario degli eventi
 Segnatevi in agenda i nostri grandi eventi di quest'anno.

PARTNERSHIP, 25
Mobility
 Desiderate provare il car-sharing? Assicuratevi subito un credito in regalo.

DIVERSITY, 27
Riconoscimenti
 Allianz riceve lo Swiss LGBTI Label.

CONCORSO, 28
Aumentate il budget per la prossima vacanza vincendo un buono viaggio!

L'OSPITE, 29
Io e l'assicurazione
 Chi l'avrebbe mai detto che un chihuahua... Alexandra Kruse ci racconta cose le è capitato.

SPOTLIGHT, 30
Marcel Hug
 L'atleta professionista su sedia a rotelle si sposta in tutto il mondo.

IL MEGLIO DI DUE MONDI

La trasformazione digitale è in pieno corso. Quali sono le conseguenze per il settore assicurativo e perché in alcuni comparti Allianz ha deciso di non abbandonare del tutto l'analogico? Scopritelo leggendo la nostra storia di copertina.

Testo: Seline Schneider

La digitalizzazione sta cambiando radicalmente il nostro mondo. Le tecnologie moderne sono ormai un elemento irrinunciabile della vita quotidiana e determinano il modo in cui comunichiamo, lavoriamo e viviamo. Tutto è interconnesso e accessibile da tutto il mondo. Molte cose diventano così più semplici. Ma nascono anche sfide e rischi completamente nuovi. L'enorme potenziale del mondo digitale, quindi, va sfruttato nel modo giusto senza perdere di vista i pericoli.

Digitalizzazione nel settore assicurativo

La digitalizzazione sta cambiando per sempre anche il mondo delle assicurazioni in tutti i settori. Da un lato insorgono nuovi rischi come ad esempio la protezione dei dati o le minacce informatiche. Dall'altro diventano disponibili nuovi metodi per l'individuazione dei rischi. Ma a cambiare sono anche i processi di trattamento dei dati e liquidazione dei sinistri. I canali di contatto digitali rendono il trattamento dei dati più rapido e semplice. I clienti non devono più prendere in mano la cornetta o andare in agenzia di persona per ogni minima cosa: anzi, i contratti si possono stipulare online e per notificare un sinistro basta un clic. Tutto questo risponde alle nuove esigenze dei clienti, che con la trasformazione digitale diventano sempre più importanti.

PARTNERSHIP DIGITALI

Allianz X è l'unità dedicata agli investimenti digitali del Gruppo Allianz. Investe in imprese digitali in espansione che fanno parte dei nostri ecosistemi con legami con l'assicurazione. [allianzx.com](https://www.allianzx.com)

Nuove esigenze dei clienti

Oggi i clienti vogliono essere trattati ancora di più nella loro individualità ricevendo offerte di prodotti e servizi personalizzate in base alle loro esigenze con tempi di stipulazione rapidi ed elevata trasparenza. Le cosiddette assicurazioni on-demand godono di grande popolarità. Il principio: una copertura rapida, semplice e su misura per le proprie esigenze con una durata contrattuale flessibile. Rapidità e semplicità che i clienti vogliono ritrovare anche negli strumenti per informarsi, dire la loro e dare un feedback diretto. In questo campo, le nuove tecnologie offrono possibilità completamente nuove. I siti web con funzioni chat, le app o i social media vengono oggi impiegati per interagire con i clienti.

Le forme di interazione digitali, però, non sostituiscono quelle analogiche: le

affiancano. Una combinazione tra canali di contatto diversi e l'alternanza durante un dialogo sono oggi lo standard. Non si distingue più tra online e offline: si utilizzano semplicemente i canali più adatti all'esigenza del momento. I processi, quindi, devono essere organizzati in modo da rispondere al meglio alle esigenze dei clienti in diversi momenti del cosiddetto customer journey: dal primo punto di contatto fino alla decisione di acquisto.

Non tutto è digitale quel che luccica

Anche se i canali di contatto digitali e le nuove tecnologie acquisiscono sempre più importanza, la consulenza personale continua a farla da padrona. Lo dimostrano anche gli ultimi dati. Oltre l'80% dei clienti Allianz stipula un'assicurazione rivolgendosi a un consulente. Più di due terzi dei clienti si informa su prodotti e servizi direttamente sul sito web di

un'azienda. Eppure, la maggior parte poi vuole ricevere anche una consulenza personale. Con noi avete la possibilità di venire seguiti di persona da un consulente anche se avete stipulato un prodotto assicurativo direttamente online. Queste soluzioni ibride sono sempre più popolari.

Anche tra i più giovani si nota sempre di più una controtendenza rispetto alla digitalizzazione. Spesso sono proprio i giovani ad apprezzare la consulenza personale per orientarsi rapidamente in un determinato mercato. Per comprendere ancora meglio le esigenze della «Generation Y», in collaborazione con SEF.NextGen organizziamo un format di eventi in cui i giovani riflettono su diversi temi del mondo delle imprese e generano nuove idee.

OFFLINE PER SCELTA

Oltre alla nostra strategia di digitalizzazione, in alcuni settori noi di Allianz abbiamo deciso di puntare sulle forme analogiche.

Quadro riassuntivo delle assicurazioni

Il nostro quadro riassuntivo delle assicurazioni personali è così apprezzato proprio perché vi giunge in forma cartacea. Su un solo foglio di carta trovate un riepilogo di tutte le assicurazioni che avete con noi.

Spotlight

La nostra rivista per i clienti viene ancora spedita per posta. Così, oltre alla fattura, avete anche qualcosa di bello da tenere in mano. Se preferite ricevere Spotlight in versione digitale, fatecelo sapere.

allianz.ch/spotlight-sondaggio

ANCHE SE I CANALI DI CONTATTO DIGITALI E LE NUOVE TECNOLOGIE ACQUISISCONO SEMPRE PIÙ IMPORTANZA, LA CONSULENZA PERSONALE CONTINUA A FARLA DA PADRONA.



ALLIANZ NEXTGEN BOARD

L'Allianz NextGen Board è costituito da partecipanti selezionati del SEF.NextGen Camp, all'interno del quale svolgono la funzione di giovani consiglieri di amministrazione, valutando criticamente i nostri progetti e le nostre idee.

LA DIGITALIZZAZIONE IN ALLIANZ

Nella nostra strategia di digitalizzazione ci basiamo fortemente sulle esigenze dei nostri clienti, tentando di rispondere a queste nel miglior modo possibile con un adeguamento continuo delle nostre soluzioni. In diversi settori attuiamo quindi una digitalizzazione progressiva.



Tool di consulenza tecnologici

Per ottimizzare il nostro processo di consulenza e poter rispondere adeguatamente alle nuove esigenze dei clienti, mettiamo a disposizione del nostro servizio esterno diversi tool all'avanguardia come ad esempio la nuova app per consulenti.

Nuova versione di sito web e portale clienti

Dalla scorsa estate, il nostro sito web **allianz.ch** risplende di una luce nuova: design rinnovato, linguaggio semplice e comprensibile, guide, funzione di ricerca, servizi online migliorati e molto altro. Potete calcolare online il premio delle nostre assicurazioni e, se lo desiderate, stipularle direttamente online.

Anche il portale clienti (ex myAllianz) ha cambiato volto. Adesso per effettuare il login basta il numero cliente: il codice di accesso vi viene spedito direttamente sul cellulare. Il vecchio processo di registrazione non è più necessario.

Gestione più semplice dei sinistri

Se avete un'assicurazione auto con noi e notificate un sinistro, adesso venite aggiornati in tempo reale sullo stato della pratica. Questi aggiornamenti vi vengono spediti via e-mail e vi tengono costantemente informati sulla liquidazione del sinistro.

Da fine 2019, i clienti privati hanno la possibilità di notificare i sinistri dell'assicurazione mobilia domestica comodamente online. Bastano pochi dati per aprire il sinistro ed eventualmente richiedere direttamente la riparazione. **allianz.ch/denuncia-di-sinistro**

Live-Chat

Già da fine 2016, sul nostro sito web avete la possibilità di chattare live con il servizio clienti. Avete domande su prodotti o servizi? Oppure desiderate sapere dove si trova l'agenzia più vicina? I nostri collaboratori vi forniscono un aiuto rapido e per voi non impegnativo, senza che dobbiate prendere in mano il telefono.

IL RISCHIO PIÙ GRANDE È QUELLO INFORMATICO

Un sondaggio mondiale Allianz ha rivelato che per la prima volta gli attacchi informatici sono in cima alla classifica dei rischi aziendali.

Testo: Bernd de Wall

La digitalizzazione avanza sempre più veloce. E questo fa aumentare il rischio di rimanere vittime di un cyber-attacco. In caso di furto di dati, infiltrazione di programmi dannosi nei sistemi informatici o blocco dei server per attacchi di cybercriminali, un'impresa rischia perdite milionarie, danni d'immagine e persino interruzioni delle attività capaci di compromet-

terne l'esistenza stessa. A confermare che la cyber-criminalità costituisce una minaccia seria è anche la 9ª edizione dell'«Allianz Risk Barometer», per cui sono stati intervistati oltre 2700 esperti di rischio in più di 100 paesi. Per la prima volta gli attacchi informatici sono risultati il rischio più temuto, scalzando quello che tradizionalmente era il rischio numero uno,

l'interruzione di esercizio, e questo non solo in Svizzera ma a livello globale. Al 3º posto seguono le preoccupazioni per i cambiamenti giuridici come ad es. guerre commerciali e protezionismo. A guadagnare il maggior numero di posizioni, al 7º posto, sono le conseguenze del cambiamento climatico, che preoccupano sempre di più anche l'economia.



Domande a Carlos Casian, esperto di rischio informatico di Allianz Suisse

C'è qualcosa che le aziende possono fare per proteggersi dai cyberattacchi?

A livello tecnico, un programma antivirus, un firewall e aggiornamenti software regolari sono imprescindibili. Un fattore decisivo è poi l'essere umano, come vediamo soprattutto negli attacchi di phishing. Le aziende devono informare e formare regolarmente i collaboratori sui pericoli informatici.

Spesso nei media si parla di casi spettacolari. Le aziende prendono il problema troppo alla leggera?

Molte sono coscienti del pericolo, ma spesso non abbastanza. Nel peggiore dei casi è in gioco la sopravvivenza stessa dell'azienda, ad esempio se l'attacco di un hacker blocca la produzione o l'operatività. Più l'economia diventa interconnessa, più i rischi aumentano. Per questo come azienda mi devo chiedere: a che rischio sono esposto? E riesco a sopportare finanziariamente le conseguenze di un attacco informatico? Una speciale cyber assicurazione aiuta a rendere controllabili questi rischi.

Ho subito un attacco hacker – cosa devo fare?

È una domanda che bisogna assolutamente porsi prima di rimanere vittime degli hacker. In ogni caso è consigliabile coinvolgere immediatamente i propri esperti IT e contattare l'assicurazione.

Qui trovate la nostra assicurazione Cyber Risk: allianz.ch/cyber-risk

«LA MIA PROFESSIONE MI DA TANTE LIBERTÀ»

Giunta ormai alla quinta generazione, la famiglia di viticoltori Andrey gestisce un vigneto sul Lago di Biemme. Abbiamo chiesto a Gabriel Andrey in che modo la digitalizzazione cambia il suo modo di lavorare e se nota le conseguenze del cambiamento climatico.

Intervista a cura di Sarah Soland

Signore Andrey, quella del viticoltore è una professione con una forte componente artigianale. Il suo modo di lavorare è cambiato ai tempi della digitalizzazione?

La digitalizzazione semplifica tante cose. La consulenza personale, però, rimane molto importante.

A cosa attribuisce valore nella produzione del suo vino?

I metodi di coltivazione sono cambiati tantissimo. Oggi seguiamo i ritmi della natura e promuoviamo la biodiversità. Abbiamo nidi artificiali per gli uccelli e superfici a verde



che rasiamo solo una volta all'anno. Non utilizziamo insetticidi né erbicidi. Se aumenta la biodiversità, abbiamo molti meno problemi con i parassiti. L'ambiente torna a regolarsi da solo. E anche il nostro vino deve essere naturale. La tecnologia moderna può sì ottimizzare il singolo vino, però gli fa perdere il suo carattere. Per questo interveniamo il meno possibile nella pigiatura.

Nota le conseguenze del cambiamento climatico?

Negli ultimi 10-15 anni è caduta più grandine. Non posso però dire se dipenda dal cambiamento climatico. In ogni caso siamo ben assicurati (sorride). Diventando sempre più caldo, in estate dobbiamo irrigare molto di più. In cambio, oggi l'uva matura più in fretta e ha un tenore di zucchero più alto e questo dà più aroma al vino. Però dobbiamo fare attenzione

a trovare il momento giusto per la raccolta, altrimenti il tenore di zucchero diventa eccessivo.

Cose le piace della sua professione?

Quella del viticoltore è una professione molto sfaccettata. Ci si occupa di biologia, microbiologia, meccanizzazione, vendita, marketing e molto altro. Ma soprattutto è ancora un vero lavoro artigianale: bisogna «sentire» l'uva con

il tatto e con l'olfatto! Spesso posso decidere da solo come organizzare il mio tempo. Questo mi dà grande libertà.

«I METODI DI COLTIVAZIONE SONO CAMBIATI TANTISSIMO.»

Personalmente, qual è il suo vino preferito?

Quando qui beviamo un bicchiere di vino insieme, generalmente è chasselas. È il vino con cui sono cresciuto. Da quando ero studente, però, sono anche un grande appassionato del pinot nero.

Anche voi volete assicurare al meglio la vostra azienda? Vi aiutiamo noi.

allianz.ch/imprenditori

PUNTIAMO SULLA SOSTENIBILITÀ. Da diversi anni, il Gruppo Allianz è leader di settore nel prestigioso Dow Jones Sustainability Index. ***WOW!*** La sede principale Allianz di Wallisellen ha un'impronta CO₂ neutrale. Controlliamo le imprese in cui investiamo tramite uno scoring della sostenibilità. ***PROPRIO COSÌ!*** Ogni collaboratore può dedicare un giorno all'anno per uno scopo di pubblica utilità. ***MAGNIFICO, NO?*** Allianz è stata la prima azienda a stringere una partnership con la Croce Rossa Svizzera. Ogni anno spegniamo tutte le nostre luci in occasione dell'Earth Hour. ***NON È UNO SCHERZO!*** Allianz si è posta l'obiettivo di acquistare solo elettricità verde in tutto il mondo a partire dal 2023. ***GO GREEN!*** Come membri fondatori della Fondazione Svizzera per il Clima, abbiamo contribuito a risparmiare 650 000 tonnellate di CO₂.



NOVITÀ DAL MONDO ALLIANZ

I premi fanno sempre piacere. E quest'anno noi ne abbiamo vinti ben tre. Per non parlare dei nuovi prodotti.

Testo: Bernd de Wall, Manuel Ott

Oro e argento

Siamo sempre attenti a cosa i clienti pensano di noi: quanto siete soddisfatti? Ci consigliereste ad altri? Secondo un sondaggio condotto su un campione rappresentativo (Net Promoter Score), in ambito assicurazione sulla vita siamo la compagnia di cui i clienti si dicono più soddisfatti. Anche nel ramo Cose (che comprende veicoli, viaggi, abitazione e protezione giuridica) siamo saliti al 2° posto. Grazie per averci votato!

L'assicuratore con più valore

Nella classifica dei 100 marchi con più valore al mondo, Allianz conquista il primo posto tra gli assicuratori. Un successo davvero prestigioso per il nostro marchio globale. Ringraziamo i nostri clienti per la fiducia! Il Best Global Brands Ranking viene compilato ogni anno da Interbrand, società di consulenza sui marchi.

Miglior rating

Grande solidità finanziaria, strategia convincente e dimostrazione di fiducia nei confronti dei clienti: l'agenzia di rating internazionale Standard & Poor's ha alzato di un gradino il rating di Allianz Suisse, da AA- a AA (outlook stabile). Ora abbiamo il miglior rating tra gli assicuratori diretti svizzeri.



Foto: Matt Scaring

Soglia d'entrata più bassa per la Mobilia domestica All Risk

Gli imprevisti fanno parte della vita, si sa: per questo c'è la nostra Mobilia domestica All Risk. Con questa copertura le vostre cose sono assicurate contro quasi ogni rischio: dalla borsetta preferita dimenticata in treno al prezioso vaso rovesciato dai bambini mentre giocano. Ora la nostra All Risk è disponibile già a partire da un valore della mobilia domestica di CHF 100.000.-.

allianz.ch/mobilia-domestica

Copertura estesa nella responsabilità civile privata

La nostra responsabilità civile privata non è limitata solo agli spostamenti con il monopattino elettrico (fino a 20 km/h) o la e-bike (fino a 25 km/h): adesso siete coperti anche quando usate i servizi di sharing.

allianz.ch/e-scooter

UN ARTISTA IN TUTTI I SENSI

Jvo Ruppanner è uno scenografo. In altre parole, trasforma degli spazi in luoghi esperienziali – anche per Allianz. In questa intervista ci racconta come fa e com'è cambiata la sua professione negli ultimi anni.

Intervista a cura di Rominga Inauen

Signor Ruppanner, perché ha scelto proprio questa professione?

Le arti figurative sono le mie compagne di una vita. Sono scultore di formazione e l'aspetto artistico nell'edilizia costruttiva mi ha sempre un po' deluso. Perché non costruire un edificio che sia bello, mi chiedevo. Per questo ho seguito anche una formazione da falegname e ho pensato anche a studiare architettura. Ma la vita è andata in un'altra direzione e mi sono messo in proprio.



Da dove viene la sua creatività?

Distinguo tra due forme di creatività. La prima consiste nel guardare le cose da un altro punto di vista. Questa è frutto di allenamento. La seconda è avere un proprio tesoretto di idee. Per me, il tesoro più grande è la natura. È da lei che nascono le forme e i colori. Che si tratti del profumo dei campi in fiore oppure dei raggi del sole che filtrano tra le nuvole. Naturalmente, anche la musica o la moda sono fonti di ispirazione. Ma il tesoro principale rimane la natura. E va riempito di continuo.

Lavora ancora in modo analogico oppure tante cose sono già digitalizzate?

Per noi, soprattutto l'inizio e il prodotto finale sono analogici. In mezzo, molte cose sono digitali. Quando disegno penso con la matita in mano e poi traduco i pensieri sulla carta. Il progetto è finito solo quando è costruito. E lì assume una dimensione materiale. In linea di principio, però, c'è una forte interazione tra analogico e digitale.

Nei prossimi anni le cose cambieranno?

Si va chiaramente verso una presenza ancora maggiore dell'analogico, o un'interazione

«PIÙ VIRTUALE È IL MONDO. PIÙ GRANDE DIVENTA L'ESIGENZA DI ESPERIENZE AUTENTICHE.»

tra analogico e digitale. L'essere umano ha cinque sensi che vogliono essere coinvolti. La digitalizzazione ne può raggiungere al massimo due. Più virtuale è il mondo, più grande diventa l'esigenza di esperienze autentiche. Per noi questo significa che gli incontri diretti diventano ancora più importanti.

Com'è cambiato il suo modo di lavorare negli ultimi 20 anni?

A quei tempi spedivo i bozzetti al cliente con il corriere. Quando ho acquistato il mio primo computer, nel 1997, all'improvviso potevamo spedire i disegni via e-mail. Molte cose sono diventate più semplici. In futuro, il modo di lavorare cambierà ancora. È solo una questione di tempo prima che diventi possibile disegnare e costruire con l'AR (Augmented Reality).

Per me la digitalizzazione è...

... per me non ha superato ancora la novità che fu la stampa nel XV secolo.

Tra le altre cose, lei è responsabile dell'Allianz Corner nell'Allianz Cinema. Qual è la differenza tra l'Allianz Cinema e altri eventi?

Il cinema open air ha location meravigliose che altrimenti sarebbero impossibili da vivere in questa misura. È veramente un'esperienza unica e straordinaria.



Foto: Lahrntz

Quali sono le sfide principali nella creazione dell'Allianz Corner?

La nostra ambizione è riprodurre il messaggio nel modo più fedele e completo. I visitatori devono provare una sensazione positiva e portarsela con sé. Le aspettative sono elevate, ci dobbiamo reinventare continuamente e sorprendere il pubblico.

Come ci riesce? Ci sono dei limiti?

Parlando ai sensi, suscitando emozioni e creando esperienze e informazioni. Naturalmente ci sono dei limiti. Non riusciremo mai a riprodurre al 100% la sensazione che si ha assistendo a un tramonto nel deserto. Ma vogliamo avvicinarci il più possibile.

Ci può descrivere cosa prova quando vede per la prima volta l'Allianz Corner finito?

(ride) Meglio che non glielo dica! A parte gli scherzi, quando è finito penso a cosa si sarebbe potuto fare diversamente. Ma poi guardo il risultato con un po' di distacco e sono soddisfatto.



SCHEDA

NOME

Jvo Ruppanner

ETÀ

56

PROFESSIONE

scenografo

HOBBY

kite surfing,
chitarra e scultura

FILM PREFERITO

Daunbailò di
Jim Jarmusch

DICHIARAZIONE DI CORAGGIO

avere coraggio
significa restare
fedeli a se stessi.

Vivete con noi il grande cinema in uno scenario mozzafiato.
allianzcinema.ch

CALENDARIO DEGLI EVENTI 2020

Il programma di quest'anno è ricchissimo. In estate e in autunno, poi, è la volta di meravigliosi film sul grande schermo, mentre in inverno è in programma una traversata della Limmat. Nel calendario degli eventi Allianz ce n'è per tutti i gusti!

GIUGNO – AGOSTO

22 GIUGNO – 29 AGOSTO

Allianz Cinema Nights,
inizio a Martigny, fine a Briga

27 GIUGNO

Allianz Family Cinema Day con
«Soul» della Disney, Svizzera romanda

9 LUGLIO – 30 AGOSTO

Allianz Cinema a Ginevra

16 LUGLIO – 16 AGOSTO

Allianz Cinema a Zurigo

30 LUGLIO – 25 AGOSTO

Allianz Cinema a Basilea

SETTEMBRE

31 AGOSTO – 4 SETTEMBRE

SEF.NextGen Summer Camp
in Montreux

6 SETTEMBRE

Giornata del cinema Allianz –
Svizzera e Liechtenstein

SETTEMBRE

19 SETTEMBRE

Allianz Family Cinema Day
con «Soul» della Disney, Ticino

OTTOBRE

3 OTTOBRE

Allianz Family Cinema Day con
«Soul» della Disney, Svizzera tedesca

NOVEMBRE

16 – 20 NOVEMBRE

SEF.NextGen Winter Camp, Basilea

21 NOVEMBRE

Swiss Paralympic Night a Berna –
Allianz Newcomer Award

DICEMBRE

6 DICEMBRE

Nuotata di San Nicolao, Zurigo

Trovate maggiori informazioni sui nostri eventi al sito allianz.ch/engagement

Allianz GIORNATA DEL CINEMA



5.-
A BIGLIETTO

DOMENICA

06.09.2020

ALLIANZ-GIORNATADELCINEMA.CH

In oltre 550 sale del cinema.



SRG SSR

PARTNERSHIP RINNOVATA

Allianz e Mobility hanno rinnovato la loro fruttuosa partnership e festeggiamo l'evento con una promozione esclusiva riservata ai clienti Allianz.

Testo: Seline Schneider

Mobility, pioniere nel campo dello sharing, offre un'alternativa conveniente e rispettosa dell'ambiente all'auto di proprietà. Completamente digitale e senza complicazioni. Oltre 3000 veicoli sono a disposizione in tutta la Svizzera – per andare in vacanza in montagna, al centro commerciale o a trovare i nonni. E per essere sempre assicurati al meglio, nel prezzo di ogni corsa è compresa un'assicurazione Allianz. Infatti, Allianz e Mobility sono unite da una partnership pluriennale che quest'anno è stata ancora una volta rinnovata. Ecco perché riserviamo ai clienti Allianz una straordinaria offerta di prova Mobility. Approfittatene subito!

mobility



Foto: mobility

20 FRANCHI DI CREDITO

I clienti Allianz che stipulano un abbonamento di prova Mobility ricevono in regalo 20 franchi di credito. Basta solo iscriversi su mobility.ch/try, immettere il codice **TEST20ALLIANZ** e premere l'acceleratore.

Offerta valida fino al 31.12.2020.*

* Offerta di Mobility. Non cumulabile con altre promozioni. Valida solo per i nuovi clienti Mobility.

CORAGGIO SIGNIFICA AIUTARE GLI ALTRI

NOI SIAMO CON VOI



Allianz Suisse è il primo partner aziendale della Croce Rossa Svizzera. Ci assumiamo responsabilità e ci impegniamo per progetti di pubblica utilità.



LA DIVERSITÀ DELLA VITA



Diversità e pari opportunità sono importanti per noi. All'inizio dell'anno siamo diventati la prima assicurazione a ricevere lo Swiss LGBTI Label.

Testo: Sarah Soland



Lo Swiss LGBTI Label è una conferma dell'apprezzamento di Allianz per i suoi collaboratori a prescindere dall'orientamento sessuale e dall'identità di genere. Severin Moser, CEO di Allianz Suisse, se ne rallegra: «Vogliamo vivere una cultura di apertura, di inclusione e di rispetto. È bello vedere che le attività degli ultimi anni nel campo della diversità stanno dando frutti.»



COSA SIGNIFICA LGBTI

La sigla inglese LGBTI significa lesbian, gay, bisexual, transsexual/transgender and intersexual. Identifica quindi le persone che non si conformano alla norma eterosessuale.

allianz.ch/diversity

CONCORSO

Volete aumentare il vostro budget per la prossima vacanza? Allora partecipate al nostro concorso: potete vincere buoni viaggio ACS.

Testo: Seline Schneider



Relax in spiaggia, un tour dei parchi nazionali americani o un viaggio alla scoperta delle grandi capitali? Il nostro partner ACS Reisen vi aspetta con splendide idee per le vacanze. Con oltre 100 anni di esperienza, questi professionisti della vacanza sono in grado di comporre il vostro personalissimo viaggio dei sogni. Rispondete alla domanda del nostro concorso, potete vincere uno dei 5 buoni viaggio in palio del valore di CHF 1000.– ciascuno.

Quando è stata fondata la ACS?
A) 1960 B) 1898 C) 1989

Inviare la risposta per e-mail a spotlight@allianz.ch o per posta ad Allianz Suisse, Spotlight, M BS, Casella postale, 8010 Zurigo.

Condizioni di partecipazione: possono partecipare tutti i clienti e le clienti Allianz Suisse che abbiano compiuto 18 anni. Il termine ultimo per l'invio della risposta è il 31.10.2020. I vincitori estratti saranno informati tramite raccomandata. Le vincite non possono essere convertite in denaro. È escluso il ricorso alle vie legali.

IO E L'ASSICURAZIONE

Alexandra Kruse è stilista e scrittrice. È intima di Rihanna e Tina Turner, che ha visto rispettivamente in pigiama e nel guardaroba privato. Scrive per le più prestigiose riviste di moda, e oggi anche per il nostro Spotlight.



Potete anche non crederci, se volete, ma fino a quel momento mai – dico mai! – un problema, neanche un filo fuori posto. E parliamo di sessioni fotografiche di altissimo livello, complicatissime: sul cucuzzolo di una montagna al levar del sole, sotto zero sulla neve, con Tina Turner in mise di seta e Rihanna «all leather», ieri a Milano, oggi a

Parigi. Fino a quel momento, quando ho pensato bene di portare sul set Hari, il mio chihuahua. Un momento che non dimenticherò mai: il set in una nuvola di luce rosa soffusa, con il lago di Zurigo proiettato sulle finestre della villa di turno, la modella languidamente adagiata sul tappeto persiano. Trucco e capelli perfetti, il vestito come cucitole addosso. Fu lì, proprio in quel «magico» momento che Hari ha vomitato tutto il contenuto del suo pur piccolo stomaco su vestito e tappeto persiano – immagino avesse furtivamente ingurgitato qualcosa del servizio catering. L'espressione dei presenti: non la dimenticherò mai. Come anche la comprensione dimostrata dalla mia assicurazione.

With Love & Light
Alexandra



Marcel Hug, sportivo professionista che gareggia su sedia a rotelle, si sposta in lungo e in largo non solo in Svizzera, ma in tutto il mondo. Per sapere come la tecnica lo agevola negli spostamenti, leggete questo articolo.

Testo: Rominga Inauen

COSÌ LONTANO EPPURE COSÌ VICINO

Dubai, Berlin, New York: quella di Marcel Hug è un'agenda davvero internazionale. Per alcune gare deve stare via solo un paio di giorni, ma per altre deve spostarsi anche per 3 settimane di seguito e anche per questo raramente viaggia da solo: ad accompagnarlo quando può è il suo allenatore. I contatti con la famiglia li tiene tramite smartphone e laptop: oltre a fargli sentire un po' più vicini i suoi cari, questi strumenti lo aiutano anche a realizzare la sua passione. Per fare un esempio, alcuni componenti della sedia a rotelle vengono creati con una stampante 3D. Anche le varie posizioni di seduta vengono fotografate con uno scanner, in modo da consentire un adattamento ottimale del sedile. Comunque, al di là di tutte le meraviglie della tecnica e della possibilità di visitare anche luoghi lontani, dopo ogni gara Marcel Hug è sempre contento di rientrare a casa e di entrare in modalità «offline». A Marcel Hug il nostro caloroso «in bocca al lupo».

allianz.ch/paralympics



Foto: Brigit Willmann

«UN 3°
PILASTRO È
LA SCELTA
GIUSTA PER
ME?»

Manuel di Küttigen

Per trovare la soluzione del 3° pilastro che fa per voi, vi consigliamo di fissare un appuntamento con un consulente.

Trovate altre domande sulla previdenza e le relative risposte nelle nostre guide alla pagina allianz.ch/previdenza-guida.

Il 3° pilastro è sempre la scelta giusta, indipendentemente dalla vostra situazione di vita e dalle domande che vi ponete.

Per i giovani: come posso finanziare la mia vita se mi succede qualcosa e non posso più lavorare?

Per una famiglia: come posso fare in modo che i miei cari siano protetti?

Per chi desidera acquistare un'abitazione di proprietà: come posso finanziare il mio sogno di comprare casa?

Per chi pianifica la pensione: come posso mantenere il mio tenore di vita abituale anche una volta in pensione? Il 3° pilastro è sempre la risposta giusta.

PER REALIZZARE UN SOGNO O PER LA PREVIDENZA PER LA VECCHIAIA siete voi a decidere quanto risparmiare e quando. Con la massima flessibilità grazie a Flex Saving. Scopritelo subito su allianz.ch/flex-saving

