

ALLIANZ

Autunno 2018

SPOTLIGHT



**CORAGGIO
SIGNIFICA
CONDIVIDERE**

Sharing economy: perché la condivisione è la nuova proprietà | Passione condivisa: intervista a tre sportivi apprendisti Allianz | 100 anni di assicurazione auto Allianz | «Truffa del CEO»: l'ultima tendenza degli hacker | Famiglia e previdenza

IMPRESSUM

Editore

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

Caporedazione

Seline Sauser

Redazione

Deborah Jeggli, Manuel Ott,
Thomas Jost, Bernd de Wall

Progetto grafico

Elina Blomgren

Versione digitale

Ladina Koch, Livia Hitz

Traduzione

Servizio traduzioni di
Allianz Suisse

Stampa

Vogt-Schild Druck AG

Versione web

allianz.ch/spotlight

Contatti

spotlight@allianz.ch,
058 358 86 23

Pubblicazione semestrale

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

CORAGGIO SIGNIFICA CONDIVIDERE

Scambiare opinioni, condividere il cibo, scambiare vestiti, subaffittare il proprio appartamento, fare car sharing... Oggi si condivide e si scambia quasi tutto. Perché? Perché possiamo. E perché lo vogliamo. Condividere è sexy. È consumare in modo intelligente per proteggere l'ambiente, consolidare la comunità e risparmiare denaro.

Denaro che amiamo un po' tutti ma che mette anche in evidenza il lato negativo di questo modello sociale in forte ascesa, in cui alcuni si sentono svantaggiati o addirittura sfruttati. Servono regole. Sono molte le sfide che attendono la *sharing economy*.

Ma a parte tutto questo, troviamo comunque che condividere sia bello: abbiamo perciò deciso di condividere (!) con voi le ultime novità dal mondo Allianz, chiedendo anche ad alcuni personaggi coraggiosi di raccontarci le loro storie personali. Per farlo ci vuole coraggio. E fiducia. Perché la fiducia, in fondo, è la base della condivisione. E così si chiude il cerchio.



Seline Sauser

Caporedattrice Spotlight
Allianz Suisse



BENI BISCHOF

Piccoli interventi, grande effetto. Beni Bischof rielabora la realtà con intelligenza, restituendoci un'immagine grottesca della società, in maniera puntuale, eloquente e di grande impatto visivo. Le opere dell'artista, che vive e lavora a San Gallo, includono disegni, dipinti, collage, sculture e magazine.

benibischof.ch

10 E L'ASSICURAZIONE



Ansia esistenziale,
Champagne

SOMMARIO



Previdenza, 6-9
L'avventura di vivere in famiglia
La previdenza giusta e i vantaggi Allianz per le famiglie

Brand attitude, 10
Avere coraggio significa agire
Ecco perché esortiamo ad avere coraggio.



Storia di copertina, 11-13
Sharing economy
Condividere ha sempre senso? Uno sguardo su un modello sociale in forte crescita ma controverso.

Novità sui prodotti, 14-15
Nuovi prodotti per condividere senza pensieri



Allianz Inside, 16-18
I coraggiosi
«Allianz mi offre un apprendistato flessibile e, al tempo stesso, una formazione solida»
Melanie, apprendista e bobbista

Partnership, 19
Carglass®

Mobilità, 20-21
Oggi come allora: 100 anni di assicurazione auto Allianz

Concorso, 22
In palio 6 scooter elettrici Micro

Il personaggio, 23-24
«Mi piace condividere, che si tratti di cibo o di successi»
Intervista al ristoratore vegano Mattias Winiger

Aziende, 25-26
«Truffa del CEO»
La nuova trappola degli hacker



Cinema, 27-29
Red Cross Night

Dietro le quinte dell'Allianz Cinema



Spotlight, 30
Bruno Correia
Un adrenalina-dipendente nella safety car

L'AVVENTURA DI VIVERE IN FAMIGLIA

Le sfide, per una famiglia, sono tante: organizzare la casa, gestire la quotidianità e le finanze. Per prepararsi a ogni evenienza, è fondamentale poter contare sulla previdenza giusta.

Avete bisogno di un passeggino o di una nuova auto? Volete costruire casa o state per andare a vivere insieme per la prima volta? Le esigenze cambiano con le fasi della vita. E questo vale anche quando si parla di famiglia e previdenza. Per questo Allianz offre diverse soluzioni previdenziali pensate per le specifiche esigenze delle famiglie.

Primo passo: l'analisi previdenziale

Il primo passo per una soluzione previdenziale adeguata è un'analisi puntuale della vostra situazione previdenziale e dei vostri desideri, obiettivi e bisogni. Come è assicurata la famiglia? Quali sono le priorità? Come vorreste investire? Vi offriamo un'analisi

previdenziale personalizzata che consente di individuare subito e con pochi dati eventuali lacune di copertura. I nostri consulenti risponderanno a tutte le vostre domande e vi aiuteranno nella scelta della protezione assicurativa più adatta a voi e alle vostre esigenze.

Tutelare partner e famiglia

Chi ha una famiglia ha una grande responsabilità: cosa accadrebbe se non poteste più lavorare per colpa di un infortunio? Come far sì che al partner o ai figli non manchi nulla in termini economici? Stipulare per tempo un'assicurazione di rischio è fondamentale. Un'assicurazione per incapacità di guadagno garantisce a voi e ai vostri





cari il necessario margine di manovra economico in caso di invalidità causata da infortunio o malattia; l'assicurazione per il caso decesso consente di tutelare adeguatamente i superstiti da eventuali lacune previdenziali lasciate da AVS e cassa pensioni.

Risparmiare e investire

Desiderate provvedere alla pensione, risparmiare per il futuro dei vostri figli o finanziare l'acquisto di una casa? Un'assicurazione sulla vita permette di accumulare un

capitale nel tempo. Scegliete tra una soluzione previdenziale vincolata (pilastro 3a) o libera (pilastro 3b). Vi assistiamo anche nel finanziamento dell'acquisto di un immobile a scopo abitativo o di investimento. Perché la vostra famiglia merita solo il meglio.

Vantaggi per famiglie

Come famiglie clienti Allianz non avete diritto solo a prodotti affidabili ma anche a numerosi servizi gratuiti come il servizio di ricerca di baby-sitter o le informazioni legali telefoniche, per esempio, o a una serie di vantaggi presso partner convenzionati. Il programma Allianz Plus Family

vi offre esperienze indimenticabili da vivere in famiglia. Inoltre, ogni anno ricevete un blocchetto di buoni con interessanti agevolazioni. E dalla seconda polizza usufruite di uno sconto famiglie.

Maggiori informazioni su allianz.ch/vantaggi-famiglie.

Family Blog

Le storie più belle iniziano nella vita di tutti i giorni: sul nostro blog dedicato alle famiglie trovate storie emozionanti sulla vita in famiglia.

Scopritelo subito su allianz.ch/blog-famiglie.

CORAGGIO SIGNIFICA ESSERCI GLI UNI PER GLI ALTRI

Essere una famiglia significa anche esserci gli uni per gli altri. E sostenersi a vicenda. A volte serve coraggio. Ma con il partner giusto al proprio fianco, tutto diventa un po' più semplice. Vogliamo che i nostri clienti siano coraggiosi e si godano appieno la vita in famiglia. Un impegno che ribadiamo nella nostra campagna autunnale sul tema famiglia e previdenza. La campagna integrata, con affissioni e pubblicità online, si ricollega alla grande campagna dello scorso anno e intende consolidare ulteriormente la nostra brand attitude «Avere coraggio significa agire».

allianz.ch/previdenza



CORAGGIO SIGNIFICA AGIRE

A prima vista, coraggio e assicurazioni hanno poco in comune. Qui vi spieghiamo perché crediamo comunque che sia meglio affrontare la vita con coraggio.

**SEGUITE IL
VOSTRO ISTINTO,**

al resto pensiamo noi.
[allianz.ch/coraggio-
significa-agire](https://allianz.ch/coraggio-significa-agire)

Crediamo che le storie più belle inizino con una buona dose di coraggio. Con la voglia di esplorare nuove possibilità. E di vivere la vita come un'avventura. Ecco perché vi invitiamo a essere coraggiosi e a cogliere le opportunità: «Avere coraggio significa agire».

E parliamo del coraggio di tutti i giorni: il nuovo lavoro, il viaggio improvvisato, la decisione di

metter su famiglia oppure no. E se qualcosa va storto siamo sempre al vostro fianco, per darvi la sicurezza che serve nei diversi ambiti della vita.

Solo chi osa può ottenere qualcosa. O perdere. E in tal caso, ci siamo noi, che viviamo e operiamo secondo questa filosofia. Se richiede coraggio? Eccome! Ma del resto il mondo appartiene a chi ha coraggio.



SHARING ECONOMY: UNA MEDAGLIA A DUE FACCE

È boom della *sharing economy*: auto, cibo, case – beni e servizi condivisi aumentano costantemente secondo il principio «usare anziché possedere». Ma questa nuova società che condivide è una maledizione o una benedizione? Chi ne beneficia? E dove ci porterà questa tendenza?

Condividere è *in*. Da un lato perché è più facile ed economico usare insieme ad altri cose che utilizziamo solo saltuariamente invece di possederle. Dall'altro perché è sociale, rinsalda i rapporti e offre nuove opportunità di contatto. La condivisione però è anche la cifra di un nuovo stile di vita: il consumo intelligente

per proteggere l'ambiente e risparmiare. La tendenza in sé non è nuova. In famiglia o tra amici condividere è sempre stata la regola. Ma tramite Internet e le moderne tecnologie di rete la condivisione ha raggiunto un'altra dimensione, ponendo nuove sfide all'economia dei consumi.

I motivi dello *sharing*: condivido determinate cose perché:



Fonte: Gottlieb Duttweiler Institute, «Sharity: Die Zukunft des Teilens» (Sharity: il futuro della condivisione)

1 = per niente d'accordo
7 = assolutamente d'accordo

Il potere di Internet

Internet ci permette di condividere tutto con tutti. Un clic sull'app e qualcuno viene a prendermi in macchina o mi presta la bici. Se l'auto o la casa non mi servono, posso metterle a disposizione degli altri su una piattaforma di *sharing*. Grazie a sistemi di valutazione, possiamo accedere in qualsiasi momento a informazioni sul prodotto, sull'offerente o sugli utenti. Grazie alle ultime tecnologie, tutto è interconnesso, il che rende estremamente semplice l'accesso alla condivisione. Secondo uno studio di PwC, oggi una persona su due in Svizzera usa servizi di *sharing* e una su quattro offre prodotti e servizi. Il modello remunerativo della *sharing economy* commercializza sempre di più le nostre vite, partendo da mercati di nicchia per creare mercati di massa. Esempi in tal senso sono l'*home sharing* e il *car sharing*: partiti come fenomeni marginali, questi modelli di *sharing* si sono affermati rapidamente.

Vantaggi per i consumatori

La *sharing economy* offre indubbi vantaggi ai consumatori. L'offerta di beni e servizi aumenta mentre i costi delle transazioni diminuiscono. Anche i prezzi finali sono spesso molto più bassi rispetto agli operatori tradizionali. Ma come sapere cosa riceviamo? La parola magica è *community communication*. Se un appartamento è mal tenuto o un conducente ha uno stile di guida un po' azzardato, i membri della community lo segnalano sulla piattaforma con valutazioni e commenti. Ma anche i fornitori

possono condividere le esperienze fatte con gli utenti, a garanzia di trasparenza e fiducia. È proprio questa autoregolamentazione, alla fin fine, ad assicurare una più efficace tutela dei consumatori.

L'altra faccia della medaglia

La *sharing economy* dà e toglie. Apre nuovi settori di business e ne distrugge altri. I modelli e i settori tradizionali vivono quindi una forte pressione, non da ultimo per l'assenza di regole. Rilevanti in tal senso sono gli effetti esterni negativi. Soprattutto quando l'uso collettivo di beni o servizi finisce per aggirare le norme esistenti in materia di ambiente, lavoro e costi sociali. Il *car sharing*, per esempio, produce rumore e sostanze nocive che non vengono compensate dagli utenti ma trasferite su tutta la collettività, per cui servono soluzioni urgenti.

Un altro problema è il ruolo di intermediario del gestore della piattaforma. Grandi operatori come Airbnb o Uber si limitano a mediare tra domanda e offerta senza rispondere di rischi e costi, per cui è necessaria un'assicurazione ad hoc.

Previsioni per il futuro

Condividere e scambiare sarà presto più normale che possedere. Questa la conclusione di uno studio del Gottlieb Duttweiler Institute.

Allianz offre già soluzioni assicurative per alcuni settori: la **copertura Premium per conducenti** per chi utilizza servizi di *car sharing* e ora anche un'**assicurazione home sharing**.

**CONDIVIDERE
È LA CIFRA DI
UN NUOVO
STILE DI VITA**

Da un lato cresce il numero di servizi di intermediazione per la condivisione di qualsiasi bene possibile, dall'altro entrano nel mercato dello *sharing* sempre più operatori tradizionali. La crescente interconnessione tra cose e persone ci porta spesso a condividere anche automaticamente e inconsapevolmente. Ma condividere ci rende migliori? La storica Luise Tremel è convinta del contrario. «La *sharing economy* ci rende più egoisti perché ci spinge a realizzare il massimo guadagno dalle cose che abbiamo ma a pretendere a poco prezzo le cose degli altri.» Rispetto alla crescente scarsità di risorse, alcuni aspetti di questa tendenza continuano comunque a rappresentare una via più intelligente, sociale e rapida per la sostenibilità. A chi in futuro voglia avere successo come offerente serviranno prodotti di qualità da utilizzare e scambiare più volte. La *sharing economy* offre nuove opportunità di business anche al settore assicurativo perché l'assicurazione sociale e di rischio di offerenti e utenti continua a essere un argomento importante.

mobility

Partnership con Mobility

Siamo inoltre partner strategico dell'operatore di *car sharing* Mobility, di cui assicuriamo l'intera flotta di auto nonché tutti gli scooter elettrici.

CORAGGIO SIGNIFICA TENTARE NUOVE STRADE



Condividere è di moda. Sempre più spesso si condivide anche l'abitazione. Poiché in questo caso cambiano anche le esigenze dei nostri clienti, quest'anno abbiamo lanciato due nuove soluzioni e aggiornato un prodotto esistente. Per garantirvi la massima protezione anche in futuro.

Assicurazione per le comunità abitative

Le comunità abitative hanno esigenze particolari in tema di assicurazione: chi paga se uno degli inquilini fa cadere la macchina fotografica di un altro? Cosa succede se l'appartamento subisce un danno o qualcuno trasloca?

A queste domande, tipiche dei nostri tempi, risponde Splitsurance, così che i danni tra gli inquilini di un alloggio condiviso non sono più un problema. Perché l'assicurazione Rc Splitsurance copre anche questi, diversamente dai prodotti tradizionali, e si fa interamente carico di eventuali danni all'immobile – senza franchigia.

Inoltre, Splitsurance assicura anche oggetti prettamente personali come smartphone, laptop o bici, qualunque sia la causa del danno. Se il locatore aumenta il canone, poi, il servizio gratuito di informazioni legali consente di verificare se abbia effettivamente diritto a farlo. E l'atmosfera in casa resta serena.

FACILE. FLESSIBILE. DIGITALE

Splitsurance è al 100% digitale e può essere pagata o disdetta mensilmente come Netflix o Spotify.

Da CHF 9.90 al mese. Provatela gratis per un mese su splitsurance.ch.

splitsurance
An Innovation of **Allianz** 

Home sharing in sicurezza

Chi affitta un appartamento tramite portali di *home sharing* come Airbnb, finora restava quasi sempre scoperto in caso di danni. Per questo, insieme alla start-up Airhosted, abbiamo sviluppato la prima assicurazione svizzera per l'*home sharing*.

Mentre Airhosted mette in contatto chi offre e chi cerca alloggi e assiste gli inquilini, noi assicuriamo i proprietari degli alloggi: la nostra assicurazione per l'*home sharing* copre i danni all'immobile che si verificano durante l'affitto, risolvendo molte delle incognite connesse a questa attività. Al momento l'assicurazione è disponibile solo per i clienti Airhosted.

Maggiori informazioni su airhosted.ch.

 **airhosted**
secured by **Allianz** 

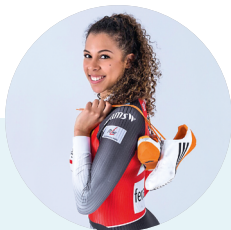
Droni ed e-bike

Anche l'assicurazione mobilia domestica ha una novità: da settembre è possibile assicurare con noi anche droni e bici elettriche. Per domande potete rivolgervi al vostro consulente.

allianz.ch/mobilia-domestica

Sono giovani, coraggiosi e hanno una fulgida carriera davanti. Tre sportivi apprendisti Allianz raccontano la loro comune passione per lo sport, gli obiettivi personali e il sostegno che ricevono dal loro datore di lavoro.

I CORAGGIOSI



MELANIE

20 anni, bobbista

Stai seguendo un apprendistato sportivo in Allianz. Qual è la particolarità di questa formazione?

La nostra formazione dura quattro anni invece dei tre standard. I primi due si svolgono alla UNITED school of sports per poi passare alla formazione pratica in azienda. Allianz mi offre la libertà di un apprendistato flessibile e, al tempo stesso, una formazione solida.

Cosa le piace di più della sua formazione?

Mi piace molto la varietà:

la routine settimanale cambia costantemente, per cui ogni giornata è sempre interessante.

L'anno scorso è passata dalla pallavolo al bob. Come mai?

L'istruttore di bob Christoph Langen mi ha notata alle prove di pallavolo perché i miei risultati, a quanto pare, erano perfetti per il bob. E in men che non si dica mi sono ritrovata nel canale di ghiaccio. Una scarica di adrenalina incredibile. Il «virus del bob» mi ha contagiata subito e ho lasciato

la pallavolo per questo sport. Il mio obiettivo sono le Olimpiadi invernali del 2022 a Pechino.

A cosa pensa quando scende a 140 km/h nel canale di ghiaccio?

Non so dire esattamente cosa mi passi per la testa. I minuti nel canale volano e non c'è tempo per pensare. Serve la massima concentrazione e sapere come affrontare ogni curva per scongiurare conseguenze fatali.



TIM

18 anni, giocatore di hockey su ghiaccio

Quest'anno ha vinto il campionato svizzero con i ZSC Lions. Cosa ha provato?

Non è stato solo il titolo, tutti i playoff sono stati speciali. All'inizio della stagione non avrei mai pensato di giocare nella prima squadra. Quando abbiamo vinto il titolo nazionale a Lugano è stato semplicemente incredibile. È un grande privilegio e sono molto grato di far parte di questa squadra. Stento ancora a credere di essere già campione professionista al mio primo anno.

Cosa succede negli spogliatoi dopo una partita come questa? Ci si scatena?

Ovviamente si festeggia e si fa un po' di baldoria. La squadra lavora sodo per tutta la stagione per questo momento. Chiaro che dietro una vittoria del genere ci siano tante emozioni. E prima o poi devono uscire (ride).

Cosa le insegna lo sport di utile per il suo lavoro e viceversa?

Un gioco di squadra come l'hockey su ghiaccio insegna a funzionare bene in gruppo, e questo aiuta anche nella quotidianità.

Anche la disciplina e l'ambizione sono importanti. Negli sport competitivi non vai lontano se non impari a resistere in certe situazioni. Questo serve anche per il lavoro, per migliorarsi.

È più per il rischio o per la sicurezza?

Bisogna soppesare bene le varie possibilità. Sono più per la sicurezza. Ma posso anche correre rischi se l'istinto mi spinge a farlo. Avere coraggio a volte paga e può essere la chiave per il successo.

«STENTO ANCORA A CREDERE
DI ESSERE GIÀ CAMPIONE
PROFESSIONISTA AL MIO
PRIMO ANNO»



JAMIE-LEE

20 anni, calciatrice

Cosa significa lo sport per lei?

Il calcio mi accompagna praticamente da sempre. Lo sport ti fa dimenticare tutto per un momento e ti godi solo il gioco.

Il suo più grande traguardo a oggi? E l'obiettivo ancora da raggiungere?

Il mio successo sportivo più importante è stato vincere il campionato con la squadra femminile U21 dell'FCZ. Il mio sogno sarebbe poter vivere della

mia passione, un giorno. Un obiettivo difficilissimo visto che il calcio femminile non è ben pagato. Per questo tengo aperta una seconda opzione con la formazione in Allianz.

Perché secondo lei il calcio femminile non gode della giusta considerazione?

Nel calcio femminile manca soprattutto la forza fisica perché per natura siamo meno forti e più lente degli uomini. Il gioco è più tecnico e più tattico. La velocità

che manca toglie anche un po' di stimoli al pubblico.

Qual è la cosa più coraggiosa che ha mai fatto?

Per via della stagione sportiva posso andare in vacanza solo in certi periodi. Visto che nessun altro era libero, a 16 anni sono andata da sola per due settimane in Portogallo. Non è stato facile, ma emozionante sicuramente sì. Se fossi più coraggiosa forse mi trasferirei all'estero.



CARRIERA IN ALLIANZ

Nel 2018, 20 apprendisti di commercio e IT hanno concluso con successo l'apprendistato presso la Direzione Allianz Suisse di Wallisellen. **Tim Hotz è stato il migliore dell'anno con un punteggio di 5.4.** Congratulazioni a tutti e a tutte per la fine dell'apprendistato.

Maggiori informazioni su [allianz.ch/formazione](https://www.allianz.ch/formazione).



QUANDO IL CRISTALLO FA CRIC!

Parabrezza rotto o danneggiato? Il nostro partner Carglass® ripara o sostituisce rapidamente i vetri rotti dell'auto – per i clienti Allianz senza franchigia.

Un tonfo improvviso sul parabrezza. Era un sasso? Indipendentemente dalla causa, sarebbe comodo poter avere qualcuno disponibile a riparare il vetro sul posto. Meglio ancora se gratis. Nessun problema, grazie alla nostra collaborazione pluriennale con Carglass®, l'azienda specializzata nella riparazione dei vetri dell'auto. Basta segnalare il danno online o telefonicamente e scegliere il luogo della riparazione: a casa, in ufficio o presso una filiale Carglass®. A seconda

del danno, il vetro viene riparato o sostituito. E tutto in tempi rapidissimi: solo 30 minuti circa per la riparazione e massimo 2 ore per un vetro nuovo. E se fate riparare il vetro rotto da Carglass® anziché da un'altra officina vi regaliamo la franchigia. In più, fate qualcosa di buono per l'ambiente, perché la riparazione ripristina la normale tenuta del vetro senza doverlo smaltire. Come prendere i proverbiali 3 piccioni con una fava.



Rapida, gratuita e sostenibile

Riparazione dei danni ai vetri con Carglass®

Hotline 24 ore su 24:

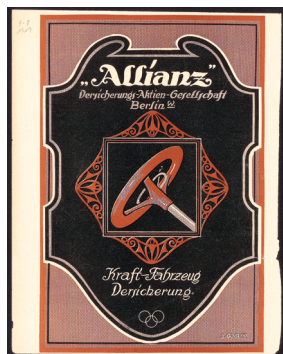
0800 818 018

allianz.ch/denuncia-di-sinistro

LA MOBILITÀ CAMBIA: 100 ANNI DI

La mobilità cambia in fretta, oggi come una volta. E Allianz ha un ruolo molto importante. Breve excursus su un secolo di storia della mobilità.

1918



1918: «L'auto è solo un fenomeno temporaneo. Io credo nel cavallo.» Come si ingannava l'imperatore Guglielmo di Germania. L'auto diveniva un fenomeno di massa: già nel 1918 le automobili in circolazione sulle strade tedesche erano 60 000. E di conseguenza aumentava anche il numero di incidenti. Da qui la nascita dell'assicurazione auto Allianz.

1920



Anni '20: Allianz ha la giusta intuizione per il mercato futuro della mobilità. Già a pochi anni dalla sua fondazione si afferma come il maggiore assicuratore automobilistico della Germania. La raccolta premi passa da 2,5 milioni di marchi nel 1919 a più di 1 miliardo appena tre anni dopo.

1950



Anni '50: il miracolo economico genera una forte crescita e l'assicurazione VM conosce un boom inaspettato. Tra il 1950 e il 1960, il numero di polizze passa da 660 000 a più di 2,5 milioni. Anche la pubblicità fa storia: quasi ogni bambino conosce ancora oggi lo slogan creato nel 1957 «Per fortuna c'è Allianz».

ASSICURAZIONE AUTO ALLIANZ

1970



Anni '70: oggi un fatto acquisito, allora tema caldo. L'introduzione dell'obbligo di indossare la cintura di sicurezza avrebbe limitato il piacere di viaggiare in auto per uomini e donne. Accende il dibattito il libro «Gurt oder Tod» (Cintura o morte) di Max Denner, fondatore della ricerca sugli incidenti del Centro Tecnologico Allianz. Immagini scioccanti di incidenti reali scuotono l'opinione pubblica.

1980



Anni '80: airbag, ABS, cinture di sicurezza – i veicoli diventano sempre più sicuri. Questo grazie anche ai risultati dei crash test condotti quasi settimanalmente dal Centro Tecnologico Allianz su ogni marca e modello.

Presente e futuro



Presente e futuro: mobilità elettrica, sistemi per la guida assistita, auto a guida autonoma – il progresso tecnologico va veloce. Auto che sono «computer in movimento», sempre più sicure e interconnesse. Allianz è in prima linea nelle nuove tendenze della mobilità con prodotti innovativi o come partner della Formula E, per esempio. Cosa ci porterà il futuro? Staremo a vedere. Ma l'assicurazione auto non sarà un «fenomeno temporaneo». Nemmeno nel 2118.

Maggiori informazioni su allianz.ch/mobilita.

IN PALIO 6 SCOOTER ELETTRICI DI MICRO

Andare a piedi è *passé*: con gli scooter elettrici Micro a spasso nel quartiere fino a 20 km/h.

Il peso ridotto e le dimensioni contenute ne fanno la soluzione ideale per la città. Il Micro Condor, inoltre, è il primo e-scooter con omologazione stradale svizzera. Volete vivere anche voi il futuro della mobilità urbana?

Partecipate al nostro concorso: in palio 6 Micro Condor X3.

Maggiori informazioni su microscooter.ch.



**Quale mezzo di trasporto copre ora la nostra assicurazione
mobilia domestica?**

- A) Bici elettriche B) Auto a guida autonoma C) Pattini motorizzati

Inviare la risposta via mail a spotlight@allianz.ch o per posta a Allianz Suisse, Spotlight, MBS, Casella postale, 8010 Zurigo.

Condizioni di partecipazione: possono partecipare tutti i clienti Allianz Suisse che abbiano compiuto 18 anni. Il termine ultimo per l'invio è il 30.04.2019. I vincitori estratti saranno informati tramite raccomandata. Le vincite non possono essere convertite in denaro. È escluso il ricorso alle vie legali.

Impossibile etichettarlo. Mattias Winiger è ristoratore, *straight edger* ed ex collaboratore Allianz. Nell'intervista, il 33enne di Zurigo spiega quanto coraggio serva per vivere tanti ruoli e perché è vegano da 14 anni.

TUTTO FUORCHÉ BANALE



Mangia vegano da 14 anni ed è convinto di questo stile alimentare. Come ci si è avvicinato?

A 15 anni sono entrato in contatto per la prima volta con il movimento *hardcore*, una sottocultura del punk. In quel mondo il veganismo è una costante dagli anni '80. Molti sceglievano lo *straight edge*, ossia l'astensione da alcol, droghe e prodotti animali per sfuggire al condizionamento

sociale. E così sono diventato vegano. Ancora oggi, lo stile di vita vegano per me è un modo per fare qualcosa di buono per l'ambiente e la società.

Dopo diversi anni in Allianz ha avviato un'attività autonoma con il concept gastronomico «roots». Un grande passo?

Fare qualcosa nel settore della gastronomia è sempre

stato un mio sogno. I vegani devono essere più creativi in cucina. Volevo condividere con la gente le mie ricette e la varietà della cucina vegana e nel 2015, insieme a due amici, ho aperto «roots», un *juice and coffee bar* con piatti sani e vegani. Il salto in un settore del tutto nuovo era rischioso ma siamo sempre stati convinti della nostra idea e ci abbiamo messo tutti noi stessi.

Ha trovato utile l'esperienza maturata in un grande gruppo?

Gli anni in Allianz mi hanno insegnato molto, soprattutto sul lavoro di squadra. Ma credo che qualunque lavoro insegni sempre qualcosa per la vita.

Qual è la cosa più coraggiosa che ha mai fatto?

Lasciare roots lo scorso anno è stata una dura prova di coraggio. È sempre difficile

lasciare qualcosa che amiamo e in cui abbiamo investito tutto. Per me però era necessario perché le condizioni non erano più ideali. Ho già tante nuove idee, non posso rivelare ancora granché ma resterò sicuramente nel settore della gastronomia.

Cosa pensa di tendenze come il *food sharing*, per esempio?

Le mode vanno e vengono. Credo però che avremo un

approccio sempre più consapevole al cibo perché impariamo di più ogni anno che passa. La tendenza alla condivisione, soprattutto in ambito alimentare, è molto sostenibile e si spera duri a lungo. Personalmente, mi piace condividere, che si tratti di cibo, soldi o successi. L'uomo, da solo, non è felice.



Botta e risposta

Dolce o salato?

Entrambi.

Mare o montagna?

Mare.

Attività o relax?

Attività.

Vino o birra?

Entrambi.

Rischio o sicurezza?

Rischio.

Tracciati brevi o lunghi?

Lunghi.

Città o campagna?

Città.

Caso o destino?

Il caso è destino.

**VOLETE AVVIARE
ANCHE VOI
UN'ATTIVITÀ
AUTONOMA?**

Noi siamo con voi,
allianz.ch/imprenditori

LA TRUFFA DEL CEO: IL CAPO CHIAMA SEMPRE DUE VOLTE



Gli attacchi informatici sono sempre più frequenti e i metodi sempre più sofisticati. La nuova trappola dei criminali è la «truffa del CEO».

Chi non si sentirebbe lusingato: ricevo una mail personale e riservata del capo che, dice, ha pensato proprio a me per un'importante operazione finanziaria. Mi dice che apprezza la mia discrezione – e la segretezza, che in questo caso è d'obbligo – e che ha sentito che sono bravissimo con la contabilità. Per cui ha deciso di affidarmi questa importante missione. Che onore! I soldi vanno versati su un conto estero (immagino che avrà le sue buone ragioni). L'indirizzo mail è proprio quello del capo. Provvedo quindi immediatamente al bonifico di una grossa somma di denaro che, purtroppo, svanisce nel nulla. Perché a scrivermi non era il mio capo!

SE LA FRODE RIESCE, I CONTI VENGONO PRONTAMENTE SVUOTATI

I pericoli della rete

Questo scenario non è finzione ma, purtroppo, realtà. La cosiddetta «truffa del CEO» o «attacco fake president» colpisce ogni giorno, anche in Svizzera. Il mondo è sempre più interconnesso per via della crescente digitalizzazione e in parallelo aumenta anche il rischio per privati e aziende di cadere vittima di attacchi informatici. I metodi degli hacker diventano sempre più raffinati, come dimostra la storia di cui sopra. I criminali penetrano nell'intranet aziendale, studiano il flusso di mail e individuano la vittima. Quindi, tramite un account mail falso, le inviano l'ordine di effettuare un bonifico urgente da parte del «falso capo». Quasi sempre i versamenti avvengono su conti esteri che, se la frode riesce, vengono prontamente svuotati. I danni che ne derivano sono a nove zeri.

Protezione mirata

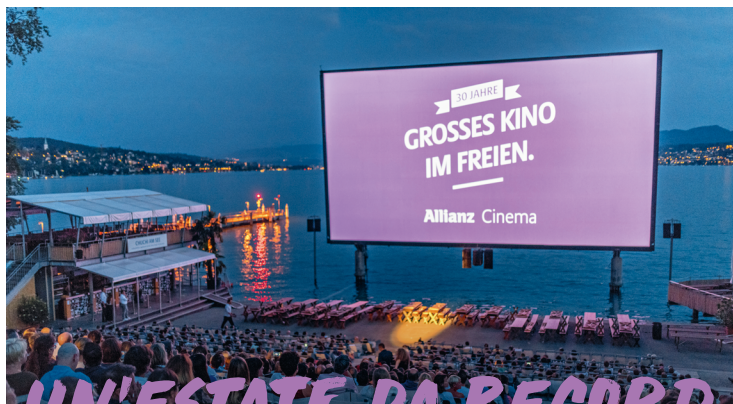
Per questo è così importante proteggersi contro i nuovi rischi. L'assicurazione Cyber Risk di Allianz è una delle soluzioni leader sul mercato. Il prodotto è pensato espressamente per le esigenze delle piccole e medie imprese (Pmi). La copertura comprende, per esempio, i moduli di assicurazione Rc contro pretese di terzi, danni subiti dal contraente, interruzione di esercizio e protezione giuridica. E ora anche «Cyber Crime and Social Engineering», che copre i danni derivanti da disposizioni e fatture falsificate. Casomai il «capo» dovesse chiamare una seconda volta...

Maggiori informazioni su allianz.ch/rischi-informatici.

COMPETENZE SPECIALISTICHE PER LE IMPRESE

Sul nostro blog per le aziende «Business Insights», broker e dirigenti aziendali possono trovare news, interviste, studi di settore e consigli dal settore assicurativo su temi come l'interruzione d'esercizio, i rischi legati alle esportazioni o la giusta protezione contro i rischi informatici. Si tratta di informazioni e consigli utili e pratici.

Per maggiori informazioni: allianz.ch/guida-business.



UN'ESTATE DA RECORD, DUE PREMIÈRE E UN ANNIVERSARIO

Quella trascorsa non è stata una stagione di cinema all'aperto come le altre. Le temperature e il numero di spettatori hanno battuto ogni record e il cinema sullo Zürichhorn ha festeggiato i 30 anni di attività. Senza dimenticare le due premiere: la Red Cross Night e la prima edizione dell'Allianz Cinema di Ginevra.

Un tram con la livrea dell'Allianz Cinema annunciava già da tempo il grande evento quando il 19 luglio 2018 il cinema sul Lago di Zurigo ha aperto le sue porte per la 30ª volta a oltre 53 000 persone nelle 31 serate di programmazione all'aperto.

Il 23 luglio evento all'insegna della beneficenza sullo Zürichhorn: insieme alla Croce Rossa Svizzera del Canton Zurigo, Allianz ha lanciato la prima Red Cross Night all'Allianz Cinema. Già durante la prevendita dei biglietti era possibile fare una donazione alla Croce Rossa, così come la sera stessa della proiezione. Anche le

miniprove di coraggio dell'Allianz Corner quella sera sono state dedicate al volontariato, agli aiuti e alle donazioni. Tutto assolutamente su base volontaria, si intende. Allianz ha donato una parte del ricavato della vendita dei biglietti, perché avere coraggio significa anche aiutare con il cuore. La prima Red Cross Night ha raccolto quasi CHF 6 000. L'importo è stato destinato al centro di consulenza SOS che aiuta anche le mamme in difficoltà, in tema con il film in programma, «Tully», in cui la star hollywoodiana Charlize Theron interpreta una madre sull'orlo di un esaurimento.

Anche l'Allianz Cinema di Ginevra ha festeggiato la sua prima volta: l'ex Ciné du Lac al Port-Noir sulle rive del Lago di Ginevra fa parte da quest'anno dei cinema estivi Allianz. L'Allianz Cinema di Basilea non ha avuto alcuna premiere ma ha in compenso stabilito un nuovo record con ben 47 000 spettatori in 25 serate. Il 2 settembre anche la Giornata del Cinema Allianz ha registrato cifre da record con 250 000 spettatori e più di 2 400 proiezioni in oltre 500 sale.

Maggiori informazioni sull'impegno di Allianz nel mondo del cinema su allianz.ch/cultura.



L'UOMO DEL CINEMA

Quella appena conclusa è stata una splendida estate di cinema all'aperto, condita da azione, tensione, storie d'amore e drammatiche – nei film come nella vita. Daniel Frischknecht Knörr, COO svizzero di Cinerent, ricorda con noi i più bei momenti di questa stagione.

Le temperature calano e si passa di nuovo più tempo al chiuso. Questo vale anche per il cinema. Cosa fa d'inverno una società che organizza eventi cinematografici all'aperto?

Per Daniel Frischknecht Knörr, COO di Cinerent Svizzera, la fine di una stagione segna l'inizio di un'altra. «C'è moltissimo da fare tutto l'anno. Pensiamo a migliorare, lavoriamo

a nuove idee per la prossima stagione e curiamo i rapporti con partner e sponsor, un aspetto importante e impegnativo del nostro lavoro.»

«SERVONO FLESSIBILITÀ E IMPROVVI- SAZIONE»

Frischknecht lavora da 10 anni in Cinerent, organizzatrice dell'Allianz Cinema di Zurigo e Basilea. Nonostante una carriera già ricca di momenti memorabili, il momento più emozionante per lui resta sempre la serata inaugurale di Basilea. «Quando si alza il sipario e sento la musica per la prima volta mi ricordo di quando vidi questo schermo da giovane e il *jingle* del cinema all'aperto mi entrò subito dentro.» A stimolarlo è anche la passione per il cinema e i film. Per il 39enne di Basilea i film sono un bel modo per evadere dalla realtà e fare il pieno di emozioni. Che dicerto non gli mancano: vede 80-100 film all'anno, alcuni per interesse personale e la gran parte per lavoro, per preparare il programma dell'Allianz Cinema.

Allianz Cinema: emozione pura

Allianz è stata per la terza volta *title sponsor* del grande cinema all'aperto. Frischknecht è convinto che il nome funzioni.

«L'Allianz Cinema è già un marchio consolidato per il pubblico. Il che non è ovvio, se si pensa che la manifestazione ha già avuto un altro nome per 16 anni.» Anche il numero di spettatori dell'Allianz Cinema, stabile o addirittura in crescita, parla da sé. E questo dipende dall'esperienza generale. «Il nostro pubblico ama la location magnifica, l'atmosfera e l'ottima offerta gastronomica.»

Chi non semina non raccoglie

Dietro una manifestazione come questa c'è molto lavoro e una grande organizzazione. Solo per il montaggio servono una settimana a Basilea e due a Zurigo. Ogni sera lavorano tra le 40 e le 80 persone. E tra loro di solito c'è anche Daniel Frischknecht Knörr, in perenne allerta. Perché non tutto va sempre secondo i piani. A Basilea si è dovuta cancellare

una serata perché un problema tecnico ha impedito di issare lo schermo e a Zurigo un evento è stato annullato per il maltempo. «Flessibilità e improvvisazione» sono il suo segreto. «La maggior parte delle volte il pubblico non si accorge di niente, a meno che non vengano proiettati i sottotitoli sbagliati, come è già successo», aggiunge sogghignando.

Il periodo che precede l'inizio della stagione è sempre intenso. Coordinamento, richieste, ultime modifiche, seguire partner e ospiti, la pressione e il ritmo sono piuttosto elevati. Ma Frischknecht è comunque convinto di aver trovato il lavoro dei suoi sogni. Lo divertono soprattutto la varietà e il confronto con persone diverse. E il fatto di poter vedere ogni anno il risultato del proprio lavoro. Solo la presenza costante e l'impossibilità di sapere giorno per giorno se andrà tutto bene possono essere un po' stressanti. Ma in compenso poi arriva l'inverno, con una breve pausa prima di rimettersi al lavoro per preparare la stagione seguente.

Ex pilota da corsa, star di YouTube e pilota ufficiale di safety car in Formula E, Bruno Correia ama l'avventura e l'adrenalina. Il suo lavoro, però, è garantire la sicurezza.



SAFETY FIRST – ALWAYS!

Insegnante, rompiscopo e responsabile della sicurezza: Bruno Correia è tutte queste cose in una e la sua vita si divide tra un ruolo e l'altro. L'abbiamo incontrato quando si è calato ancora in un nuovo ruolo per Allianz: quello di autista Uber a Zurigo per un giorno. Alla guida della safety car ufficiale BMWi8 ha accompagnato a destinazione clienti Uber a dir poco sorpresi. «Era molto buffo vedere le facce della gente. È stato divertente per tutti.» E il video, da non perdere, ha conquistato molti clic su YouTube: youtu.be/AAG32hW6EBQ.

A volte Bruno cede il volante agli altri, ai suoi allievi e alle sue allieve, per esempio. L'ex pilota da corsa e istruttore professionista desidera trasmettere le sue conoscenze alla nuova generazione e sostenere i giovani. «Guidare

con rispetto e seguire con responsabilità le regole della circolazione stradale è molto importante per me», spiega.

È vero che nella Formula E queste regole non valgono. La sicurezza però è fondamentale anche ad oltre 220 km/h e sui dieci circuiti che ospitano le gare in tutto il mondo è nelle mani di Bruno. Come in occasione dell'E-Prix di Zurigo l'estate scorsa. «Quello che abbiamo fatto resterà negli annali, è stato incredibile.» Per reggere questa importante

responsabilità negli oltre 20 weekend di gara, il 40enne portoghese allena corpo e mente anche fuori dalle piste. Siamo rimasti colpiti dalla sua grande versatilità, sicurezza e, soprattutto, dal suo *humor*.

**«L'E-PRIX
DI ZURIGO
È STATO
INCREDIBILE»**

**In ogni zurighese
si nasconde una volontaria.**

Aiutate anche voi.



«Regalare il mio tempo arricchisce anche me.» Ana Cristina Helbling, volontaria di Allianz Suisse, ha aiutato Ezatullah a conoscere la quotidianità svizzera.
Per le persone bisognose della vostra regione. Conto 80-2495-0, www.srk-zuerich.ch

In collaborazione con



Schweizerisches Rotes Kreuz
Kanton Zürich



Fatture premi e documenti relativi alle polizze (tranne per le polizze vita e di protezione giuridica) ora disponibili anche in formato digitale per i clienti privati.

Basta registrarsi su allianz.ch/paperless.

allianz.ch

Seguiteci su: [allianz.ch](https://www.allianz.ch)



Allianz 