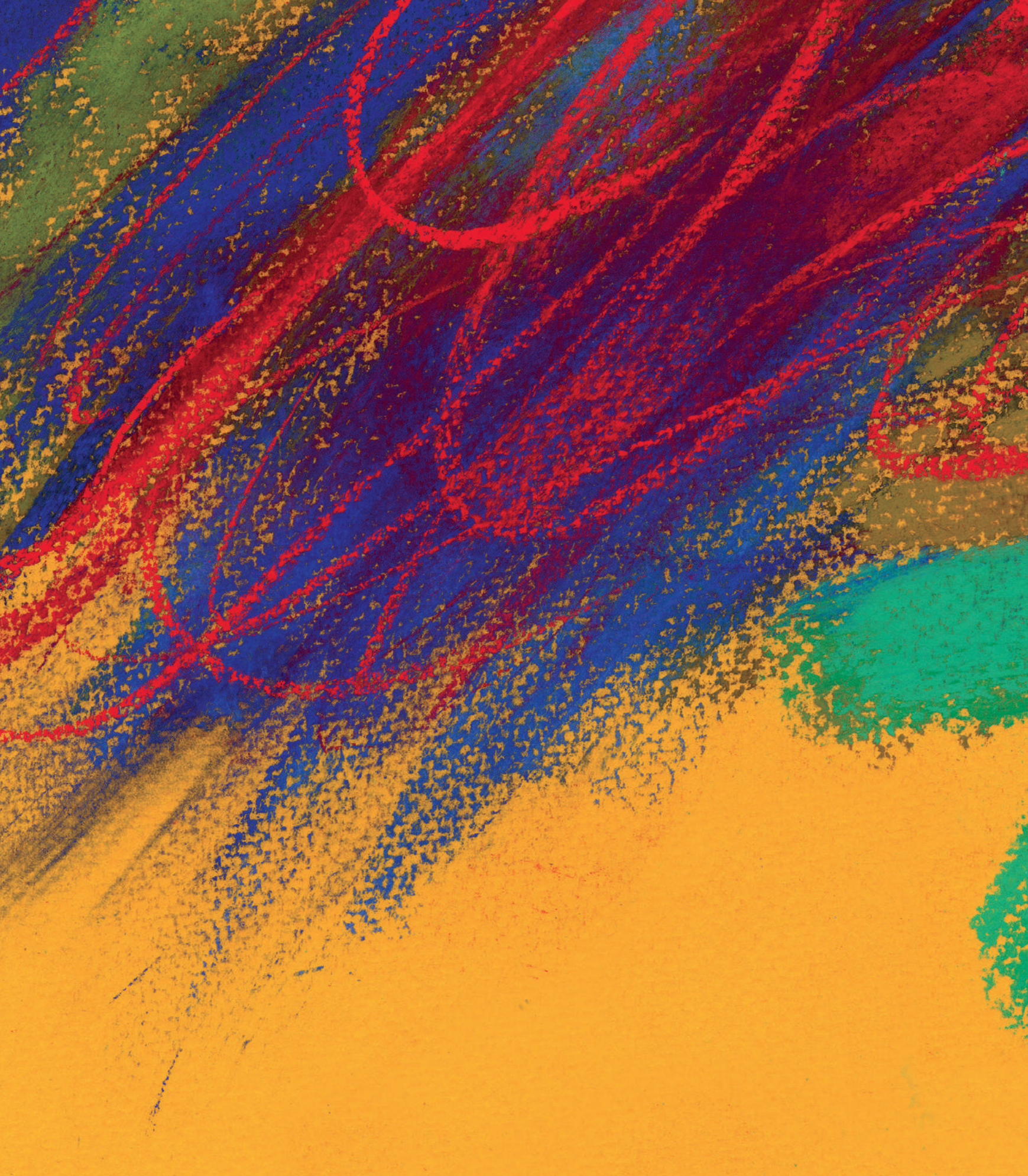


CREIAMO UNA COMUNITÀ DI VALORI. PIÙ SOLIDALI INSIEME



Consorzio
Assicurativo
Etico
Solidale

BILANCIO
DEL BENE COMUNE
2025



Bilancio del Bene Comune 2025

Coordinamento a cura di Paolo Gorini ed Elena Peverada in collaborazione con i lavoratori e le lavoratrici del Consorzio CAES e le consulenti EBC

Illustrazione in copertina: Vittoriano Ferioli - www.vittorianoferioli.it

Progetto grafico: Altra Economia Società Cooperativa - Impresa Sociale - www.altreconomia.it



INDICE

Editoriale

LA MUTUALITÀ NEL TEMPO DELLA CONCENTRAZIONE 4

A cura di Alessandro Messina

• Informazioni generali	7
• Breve storia dell'impresa	8
• Purpose, mission, vision e valori	8
• Elenco attività statutarie. Oggetto sociale	10
<i>Focus: l'assicurazione etica</i>	11
• Governance	12
• Nota metodologica	13
• Mappa degli stakeholder	14

TEMA A | FORNITORI 15

TEMA B | SOCI E PARTNER FINANZIARI 24

TEMA C | COLLABORATORI 31

TEMA D | CLIENTI E CONCORRENTI 42

TEMA E | CONTESTO SOCIALE 59

• Obiettivi di miglioramento	80
• Tabella di riconciliazione	81
• Relazione del revisore al Bilancio Sociale	84

Editoriale

La mutualità nel tempo della concentrazione

A cura di Alessandro Messina,
Vicepresidente Consorzio CAES



Quando CAES ha compiuto trent'anni, lo scorso anno, la tentazione sarebbe stata quella di guardarsi alle spalle e celebrare il cammino percorso. Sarebbe stato comprensibile.

Trent'anni rappresentano un traguardo raro per una realtà cooperativa che opera in un settore dominato da grandi gruppi finanziari, logiche commerciali aggressive e crescenti concentrazioni di mercato.

Eppure, il significato più profondo di questo anniversario non stava nel passato, ma nella capacità di continuare a esistere e crescere in un contesto che sembra andare nella direzione opposta rispetto ai valori che hanno ispirato la nascita di CAES.

Negli ultimi decenni il mondo assicurativo è profondamente cambiato. Le compagnie hanno assunto un ruolo sempre più centrale nella gestione del risparmio e dei patrimoni finanziari. Gli intrecci tra banche e assicurazioni si sono rafforzati. La bancassicurazione è diventata il principale canale distributivo. Le fusioni e le acquisizioni hanno progressivamente ridotto il numero degli operatori e aumentato il peso dei grandi gruppi. Oggi una quota crescente della ricchezza nazionale è amministrata da pochi soggetti che controllano contemporaneamente credito, risparmio gestito, assicurazioni e reti distributive.

Le recenti operazioni che coinvolgono Intesa Sanpaolo, Monte dei Paschi di Siena, Generali e Unipol confermano questa tendenza. Al di là degli esiti societari, il segnale è chiaro: il sistema finanziario italiano si muove verso assetti sempre più concentrati, nei quali il controllo delle reti distributive e dei flussi di risparmio assume un valore strategico crescente. Non è un fenomeno nuovo, ma sta raggiungendo dimensioni che pochi anni fa sarebbero sembrate impensabili.

In questo scenario il rischio non è soltanto una riduzione della concorrenza. È anche una progressiva erosione dell'inclusività.

Quando la dimensione finanziaria prevale sulla funzione mutualistica, cresce la tendenza a selezionare i clienti più redditizi, a standardizzare i prodotti, a trasferire sui cittadini una quota crescente dei rischi sociali e ambientali. Si allarga la distanza tra chi può permettersi protezioni adeguate e chi ne resta escluso. In un Paese che già oggi assicura molto il risparmio e troppo poco le persone, le famiglie, i territori e le comunità, questo rischio non può essere sottovalutato.

Anche il mondo cooperativo e dell'economia sociale attraversa una fase complessa.

In alcuni casi subisce pressioni economiche, normative e culturali che ne riducono gli spazi di autonomia. In altri insegue le logiche del mercato dominante, adattandosi ai suoi linguaggi e alle sue priorità fino a smarrire parte della propria funzione trasformativa. I più spregiudicati interpreti non rinunciano a farsi mosca cocchiera di un capitale finanziario che meno cooperativo di così non potrebbe essere. La sfida oggi non riguarda soltanto la sopravvivenza delle organizzazioni fondate sulla democrazia economica, ma la capacità di preservarne il senso.

Per questo la storia di CAES mantiene una straordinaria attualità. Fin dalla sua nascita, abbiamo dimostrato che è possibile fare intermediazione assicurativa senza separare efficienza economica e responsabilità sociale. Ha costruito un modello che considera il cliente una persona e non soltanto un contratto, che valuta le conseguenze degli investimenti e delle scelte assicurative, che utilizza il mercato senza accettarne passivamente tutte le regole. I risultati di questo bilancio sociale confermano che tale impostazione non appartiene al passato. Al contrario.

CAES continua a crescere, amplia la propria base sociale, rafforza la propria presenza sul mercato e consolida la propria sostenibilità economica. Nonostante le dimensioni relativamente contenute rispetto ai grandi operatori, continua a dimostrare che esiste uno spazio concreto per un approccio diverso all'assicurazione. Questa crescita non rappresenta soltanto un successo organizzativo. È anche una risposta culturale. Dimostra che esistono cittadini, organizzazioni del terzo settore, cooperative, imprese sociali e amministrazioni che non considerano irrilevante il modo in cui vengono impiegati i propri premi assicurativi. Dimostra che la domanda di coerenza, trasparenza e responsabilità non è una nicchia residuale, ma una componente stabile della società italiana.

In un tempo segnato da guerre, crisi climatiche, fragilità sociali e concentrazione del potere economico, il valore di CAES non consiste soltanto nei servizi che offre. Consiste nella testimonianza concreta che

un'altra economia è possibile anche in un settore, come quello assicurativo, che molti considerano impermeabile al cambiamento. Trent'anni dopo la sua nascita, questa intuizione non appare indebolita. Al contrario, appare più necessaria che mai.

Per questo il bilancio sociale che segue non racconta soltanto i risultati di un anno. Racconta la continuità di un progetto collettivo che ha saputo attraversare trasformazioni profonde senza rinunciare alla propria identità. E che continua a dimostrare, con la forza dei fatti, che mutualità, cooperazione e responsabilità sociale possono ancora rappresentare una prospettiva credibile per il futuro.

Roberto Merone



Qui e a pagina 9 due momenti allo stand di CAES durante l'edizione 2026 della fiera Fa' la cosa giusta!, a Milano

Informazioni generali

Nome dell'azienda:

Consorzio CAES Italia SCS

Codice fiscale/Partita IVA:

05378850969

Settore:

Intermediazione assicurativa

Numero collaboratori

(equivalente al tempo pieno): 9,99

Fatturato specifico (provvigioni):

903.193 euro

Utile: 52.070 euro

Filiali/aziende collegate: ///

Sede: Milano, Via Gavirate 14

Sito: www.consorziocaes.org

Anno di riferimento: 2025

Persone di riferimento

per il Bilancio del Bene Comune:

Paolo Gorini e Elena Peverada

Gruppo territoriale EBC

di riferimento:

Lombardia (in costituzione)

Consulenti EBC coinvolti:

Lidia Di Vece, Stella Catto,

Maria Fabiana Laruccia



Breve storia dell'impresa

Sul finire degli anni '80, un gruppo di persone di Limbiate (VA) apre una riflessione sulla coerenza tra valori dichiarati ed agire quotidiano, a partire dal proprio lavoro. Alcune delle persone coinvolte nella discussione lavorano in campo assicurativo, ed è così che nasce l'idea di una assicurazione etica, che prende corpo nel 1995, quando un agente del gruppo decide di trasformare la sua agenzia assicurativa in cooperativa di consumatori, **dando vita a CAES, Cooperativa Assicurativa Etico Solidale, come struttura operativa di coordinamento di un gruppo locale di consumatori.**

La necessità da parte dell'agente di tutelare in misura maggiore gli interessi dei suoi clienti-soci, consumatori con un aumentato grado di consapevolezza, si traduce da subito nell'esigenza di trattare direttamente con le compagnie assicurative per ottenere modifiche tecnico-normative che garantiscano condizioni migliori sia in termini di prezzi e coperture che di chiarezza e trasparenza comunicativa, ovvero la capacità di scrivere polizze "ad hoc" da proporre alle compagnie assicuratrici più sensibili ai concetti di eticità. **La finanza etica, il commercio equo e la cooperazione sociale di Milano e del territorio locale, aderiscono pienamente al progetto CAES,** contribuendo in modo determinante ad una crescita politica ed economica che determinerà il passaggio da progetto territoriale a nazionale nel 1998.

CAES diventa così un'agenzia assicurativa plurimandataria, indirizzata prevalentemente alla fornitura di servizi per il Terzo Settore, con lo scopo di organizzare e orientare la domanda verso le compagnie assicuratrici disposte a confrontarsi e fare propri i principi della finanza etica.

Cambierà forma giuridica, da cooperativa a consorzio di cooperative (nel 2001), e da Consorzio CAES a Consorzio CAES Italia (nel 2006).



PURPOSE, MISSION, VISION E VALORI

Purpose

CAES qualifica le proprie polizze assicurative affinché siano strumenti sociali per la sicurezza e la prevenzione dei singoli (persona) e del gruppo (cooperativa, associazione o azienda), ponendosi come modello di sostenibilità alternativo e sentendosi parte della rete dell'altra economia.

Mission

CAES intende organizzare un'impresa che persegua, mediante la solidale

partecipazione della base sociale e di tutto il gruppo sociale che ad essa fa riferimento, scopi sociali economici, culturali ed educativi, eticamente orientati. Il consorzio si propone la promozione e la diffusione della cultura della solidarietà, promuovendo la collaborazione innanzi tutto fra le cooperative socie e fra queste e gli enti locali, imprese ed associazioni, attività di servizio con particolare riguardo a settori di popolazione sottoposti al rischio di marginalità.



Vision

CAES non ha scopo di lucro. Il consorzio si pone come obiettivo il perseguimento dell'interesse generale della comunità rispetto alla promozione umana e all'integrazione sociale dei cittadini attraverso lo svolgimento di attività varie ai sensi della legge 8 novembre 1991 n. 381. In particolare, CAES si propone di attivare un processo di etica assicurativa con l'obiettivo di promuovere e di consolidare, attraverso la creazione di un movimento di consumatori assicurativi consapevoli, un'assicurazione

eticamente orientata per riportare l'istituto della assicurazione nell'alveo che le è proprio di garanzia contro i rischi, depurandolo dai vizi di un sistema improntato esclusivamente alla tutela del profitto della compagnia assicuratrice.

Valori

Mutualità, solidarietà, democraticità, equilibrio delle responsabilità rispetto ai ruoli, spirito comunitario, legame con il territorio, equilibrato rapporto con lo Stato e le istituzioni pubbliche.

Elenco attività statutarie. Oggetto sociale

a) svolgere intermediazione assicurativa, assumendo mandati di agenzia con o senza rappresentanza, presentando o proponendo prodotti assicurativi e riassicurativi, prestando assistenza e consulenza finalizzate a tale attività e alla conclusione dei contratti, nonché alla gestione e/o all'esecuzione dei contratti in caso di sinistro; l'attività potrà essere svolta a favore dei propri soci e dei soci di organizzazioni, associazioni e cooperative socie, senza alcun fine speculativo, ovvero a favore dei non soci. Il consorzio potrà gestire, in proprio ovvero a mezzo di mandatarî, agenzie e subagenzie;

b) studiare la disciplina delle assicurazioni, progettare e/o rielaborare modelli di tutela del rischio e fornire servizi che garantiscano una effettiva destinazione sociale della tutela assicurativa;

c) promuovere la sensibilizzazione ai valori sociali ed alla cultura della cooperazione sociale attraverso la realizzazione di attività quali convegni, seminari, corsi, giornate di studio, rivolte alle cooperative socie, alle basi sociali delle cooperative socie, a comunità territoriali, istituzioni, enti ed ogni altro soggetto sociale;

d) sensibilizzare sui problemi della giustizia, dello sviluppo, dell'ambiente, della pace, della solidarietà e della mondialità anche aderendo a tutte le campagne ritenute in sintonia con i valori del consorzio;

e) progettare, pubblicare e divulgare articoli, quaderni e libri relativi alle diverse aree di intervento e ricerca;

f) istituire attività formative o corsi di formazione

o altre iniziative finalizzate all'istruzione, formazione e informazione sulle tematiche oggetto dell'attività sociale rivolte alle cooperative aderenti, alle istituzioni interessate nonché verso docenti e discenti di scuole pubbliche e private di ogni ordine e grado, anche attraverso la ricerca di finanziamenti promossi da enti pubblici e privati;

g) esercitare attività di commercio in tutte le forme consentite e, in particolare la commercializzazione di prodotti provenienti dai Paesi del sud del mondo e da produzioni biologiche di cooperative sociali italiane, curandone tutte le iniziative di divulgazione ed informazioni in materia;

h) favorire lo sviluppo e la produttività sociale dell'attività lavorativa del consorzio, promuovendo il mercato interno, commercializzandone i prodotti e offrendo a terzi (ivi compresi enti pubblici e privati direttamente o tramite gare d'appalto, licitazioni, ecc.) prodotti e servizi;

i) realizzare, anche inserendo al lavoro ex art. 4 legge 381/91 persone svantaggiate, servizi di supporto e di consulenza tecnico amministrativa, attività commerciale ed offrire quant'altro necessario, ivi compreso il sostegno finanziario, alle cooperative consorziate per migliorare la loro efficacia operativa;

j) contribuire nel modo più efficace alla conduzione sia tecnica che economica delle attività e degli interventi assunti, prestando la dovuta assistenza ai propri soci nei rapporti con gli enti pubblici o privati in ordine ai servizi

affidati per l'esecuzione con esclusione delle attività professionali;

k) il consorzio, inoltre, per stimolare e favorire lo spirito di previdenza e di risparmio dei soci, può istituire una sezione di attività, disciplinata da apposito regolamento, per la raccolta di prestiti limitata ai soli soci ed effettuata esclusivamente ai fini del perseguimento dell'oggetto sociale e nei limiti di legge.

È pertanto tassativamente vietata la raccolta di risparmio tra il pubblico, sotto ogni forma;

l) integrare e coordinare in modo permanente

o per motivi di necessità contingenti, al fine di conseguire efficacemente gli obiettivi menzionati, la propria attività con quella di altri enti cooperativi, promuovendo strutture consortili allargate ed aderendo ad organizzazioni di associazionismo cooperativo, ad associazioni temporanee di impresa ed a qualsiasi altro tipo di società che la legge preveda nel corso dell'esistenza del consorzio;

m) provvedere, in collaborazione con i soci, alla elaborazione di progetti e preventivi di interventi afferenti qualsivoglia tipo di attività rientrante nelle aree di attività sopra indicate.

Focus L'ASSICURAZIONE ETICA

L'eticità, nei prodotti assicurativi proposti da CAES, si definisce soprattutto in:

- estensione della copertura assicurativa per tutte le attività del cliente, per quanto concerne cooperative ed associazioni (non sono polizze "aperte", nelle quali le coperture vengono integrate solo a posteriori, per esempio a fronte di un sinistro, con conseguente aumento del premio)
- premi da pagare uguali per tutti (non secondo logiche di clientelismo)
- chiarezza e trasparenza delle condizioni contrattuali e delle informazioni fornite al cliente in sede di preventivo
- semplificazione della gestione assicurativa specie in relazione a:
 - oggetto della copertura
 - massimali assicurati
 - durata del contratto
 - costruzione del premio
 - modalità concordate di pagamento
 - gestione dei sinistri
 - normative adeguate alle attività indicate nello Statuto
- orientamento al cliente, che viene seguito fin dall'identificazione della migliore soluzione assicurativa secondo i suoi bisogni e rappresentato presso le compagnie assicurative senza costi aggiuntivi
- distribuzione onesta nella massima semplicità comunicativa (rinuncia alla rete di vendita a provvigione)
- costi equi in rapporto alla qualità ed alla mutualità dello strumento di garanzia
- agevolazioni economiche ai clienti concesse in funzione dei loro comportamenti socialmente responsabili, in sostituzione dello sconto commerciale, uno strumento soggettivo che crea iniquità e favoritismi

Governance

Composizione degli organi (con nominativi dei soggetti con cariche istituzionali, inclusa data di prima nomina, periodo di carica)

FORTUNATI GIANNI

Presidente

Data atto di nomina: 27/05/2025

Data di prima iscrizione: 02/08/2013

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

Carica: **presidente**

del Consiglio di Amministrazione

Data atto di nomina: 28/06/2022

Data iscrizione: 04/08/2022

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

MESSINA ALESSANDRO

Vicepresidente

Data atto di nomina: 27/05/2025

Data di prima iscrizione: 13/04/2022

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

Carica: **vice-presidente del Consiglio di Amministrazione**

Data atto di nomina: 28/06/2022

Data iscrizione: 04/08/2022

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

RAITANO PIETRO RAFFAELE

Consigliere

Data atto di nomina: 27/05/2025

Data di prima iscrizione: 23/08/2016

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

GORINI PAOLO

Consigliere

Data atto di nomina: 27/05/2025

Data di prima iscrizione: 09/07/2019

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

DI LORENZO LUCA

Consigliere

Data atto di nomina: 27/05/2025

Data di prima iscrizione: 11/07/2023

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

GUBERTI DANILO GIOVANNI

Carica: revisore unico

Data atto di nomina: 27/05/2025

Data di prima iscrizione: 02/08/2013

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2027

NOTA METODOLOGICA

Dal 2022 abbiamo deciso di utilizzare lo strumento della matrice e del manuale dell'Economia del Bene Comune 5.0 per la redazione del nostro Bilancio Sociale.

Poichè la revisione dei punteggi viene eseguita ogni due anni, per l'edizione del 2025 abbiamo soltanto aggiornato le informazioni, gli indicatori e gli obiettivi di miglioramento.

La tabella di riconciliazione, al termine del documento, permette di identificare la sezione e la pagina del Bilancio del Bene Comune dove ogni richiesta del DM 189/19 è stata rendicontata.

CHE COS'È UN BILANCIO DEL BENE COMUNE?

Un Bilancio del Bene Comune è uno strumento rendicontativo, strategico e trasformativo in grado di fornire un quadro completo dello stato dell'arte dell'impresa rispetto alla sua contribuzione al bene comune, guidando l'impresa nell'analisi e nella valutazione della qualità dell'applicazione dei valori fondamentali dell'Economia del Bene Comune (Dignità Umana, Solidarietà e Giustizia Sociale, Sostenibilità ambientale, Trasparenza e Co-determinazione democratica) nella relazione con tutti i gruppi di stakeholder: fornitori (sezione A), soci e partner finanziari (sezione B), collaboratori (sezione C), clienti e utenti (sezione D) e contesto sociale (sezione E).

Per ogni tema affrontato, il Bilancio del Bene Comune presenta:

- una descrizione narrativa dello stato attuale dell'azienda, evidenziando le principali politiche e azioni
- una serie di indicatori probanti, ove possibile quantitativi, a supporto di quanto descritto in forma narrativa
- i possibili punti di miglioramento verso cui l'impresa desidera tendere

IL PROCESSO DI SVILUPPO DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE

Per questa quarta edizione del Bilancio del Bene Comune si è partiti dalla traccia metodologica utilizzata nei bilanci precedenti, con un aggiornamento delle informazioni e degli indicatori a cura del referente del Bilancio coinvolgendo le diverse funzioni.

Laddove ritenuto sensato sono riportati i dati relativi al triennio 2023-2025, in modo da rappresentare il trend che caratterizza un determinato aspetto.

IL PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Il perimetro di questo bilancio è il Consorzio CAES e la sua attività di intermediazione assicurativa.

Il periodo di riferimento è il 2025.

Mappa degli stakeholder

Riportiamo qui graficamente gli stakeholder di CAES, che verranno descritti in dettaglio all'interno dei temi citati:



Uno scatto dell'incontro di CAES organizzato durante l'edizione 2025 di Tuttaun'altra cosa a Padova

Tema A

FORNITORI

A1

Condizioni di lavoro dignitose
lungo tutta la filiera

A2

Solidarietà e giustizia
sociale lungo la filiera

A3

Sostenibilità ambientale
lungo la filiera

A4

Trasparenza e condivisione
delle decisioni lungo la filiera

CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE LUNGO TUTTA LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

A1.1 - Condizioni di lavoro e impatto sociale lungo la filiera

CAES è un'agenzia assicurativa che svolge attività di intermediazione a distanza. I beni e i servizi che acquistiamo sono quindi funzionali alla gestione di un ufficio fisico e di un'infrastruttura tecnologica avanzata completa di un sistema operativo gestionale di nostra proprietà.

Nei criteri di scelta dei fornitori, viene privilegiato l'allineamento ai valori di CAES, ad esempio l'appartenenza al Terzo Settore. In altri casi, vi sono fornitori scelti indirettamente in quanto ce ne avvaliamo perché sono stati raccomandati dai nostri fornitori qualificati.

La nostra politica degli acquisti in generale non considera solo il prezzo, ma si privilegia la fiducia che si instaura con i fornitori, considerando tale requisito indispensabile per garantire piena attuazione delle reciproche aspettative. Possiamo distinguere i fornitori nelle seguenti categorie:

- **fornitori soci di CAES;**
- **fornitori qualificati.** Questa categoria comprende in senso più generale i fornitori che risultano essere coerenti con i nostri valori, o perché li abbiamo conosciuti direttamente (sono cooperative sociali, imprese sociali, società benefit/B-corp, imprese operanti nell'Economia Solidale o nell'Economia di Comunità, professionisti che storicamente seguono ed assistono il non profit ed associazioni) o perché abbiamo riconosciuto la bontà del bene/servizio che offrono, senza scegliere il fornitore specifico.

In questo secondo caso, li abbiamo identificati come **fornitori qualificati*** e, al fine di poterli indicare

come tali, abbiamo però fatto un supplemento di indagine nei loro confronti. Abbiamo quindi inserito in questa categoria solo coloro che rispettano criteri di sostenibilità aziendale e/o dispongono di eventuali certificazioni in merito. La scelta di questi fornitori ha l'obiettivo di ricreare un circuito di mutualità all'interno dell'economia solidale e del mondo cooperativo a cui apparteniamo;

- **fornitori occasionali;**
- **altra tipologia fornitori.**

Dai **fornitori soci** acquistiamo coperture assicurative (Assimoco SPA, la nostra compagnia di riferimento anche nell'attività ordinaria), caffetteria per ufficio e omaggi (Giuste Terre SCS - ex Chico Mendes SCS - bottega del mondo) e il servizio di tenuta paghe e contabilità (Urbana, cooperativa sociale). Dai **fornitori qualificati e qualificati*** acquistiamo servizi e assistenza software, apparecchiature hardware e relativi servizi di manutenzione, energia elettrica, servizi notarili, servizi legali, servizi di revisione contabile, servizi assicurativi (sotto forma di collaborazione tra intermediari del settore), servizi promozionali, servizi di consulenza pubblicitaria, servizi di rappresentanza, consulenza R&S, servizi di pulizia e materiale di consumo.

Dai **fornitori occasionali** acquistiamo servizi assicurativi (sotto forma di collaborazione tra intermediari del settore), carburante (per l'autovettura aziendale) e abbiamo acquistato cellulari aziendali.

Gli acquisti sostenuti avvalendosi di **fornitori di altra tipologia** sono invece, in ordine di importanza i seguenti: spese d'affitto e condominiali (relativamente ai nostri uffici), acquisto di buoni pasto e buoni per premi produzione a favore dei dipendenti, consulenza in ambito sicurezza, telefonia e servizi di segreteria telefonica, arredamenti per l'ufficio e per l'adeguamento allo smart working, formazione professionale, spese postali e servizio corriere, spese di cancelleria per l'ufficio, servizio di medico del lavoro, canone per utilizzo programma di contabilità, noleggi per manifestazione fieristica, consulenza

privacy e GDPR, servizio di manutenzione dell'auto-vettura, manutenzioni ordinarie negli uffici, servizio di tenuta paghe e contabilità e omaggi. Per valutare i rischi sociali lungo la filiera, abbiamo indagato i principali fornitori di CAES e ci siamo focalizzati sui fornitori soci, qualificati e qualificati*, analizzandone i bilanci sociali e le certificazioni. Da questa analisi si desume che per queste categorie di fornitori si è in grado nella maggior parte dei casi di fornire la presenza di certificazioni o, in alternativa, di politiche e procedure atte ad individuare un'attenzione sociale o ambientale.

Nel corso del 2025 abbiamo dato seguito all'obiettivo di miglioramento relativo ad una maggiore conoscenza dei nostri fornitori con l'invio del questionario, col quale abbiamo indagato l'allineamento ai valori ECONGOOD. Abbiamo individuato otto fornitori, che rappresentano il 45% delle forniture, e a questi, nel novembre del 2025, abbiamo inviato il questionario. Il 75% dei questionari sono stati restituiti e, dalla loro analisi, emerge che più dell'80% si reputa molto soddisfatto della relazione con CAES. Abbiamo interrogato i fornitori anche sui temi riguardanti la dignità umana, la giustizia sociale, la sostenibilità ambientale, la trasparenza e la co-determinazione delle decisioni.

A seguito di questa analisi abbiamo rivalutato positivamente il fornitore di apparecchiature hardware e relativi servizi di manutenzione, portandolo dalla categoria "Altra tipologia" alla categoria "Fornitori qualificati".



Nel 2025 il 65,7% del volume di acquisti deriva da fornitori qualificati e soci, mentre i fornitori occasionali rappresentano il 4,1% del volume di acquisti.

L'aumento degli acquisti da fornitori occasionali è stato superiore a quello dei fornitori qualificati* per la necessità di acquisire, una tantum, beni e/o servizi che non erano a disposizione dei fornitori abituali.

69,18%

Percentuale di volume di acquisti da fornitori con certificazioni e/o pratiche in ambito dignità umana e condizioni di lavoro dignitose (calcolata sul volume di acquisto da fornitori qualificati e soci)

A1.2 - Violazione della dignità umana lungo la filiera

Non rileviamo situazioni di violazione della dignità umana: la maggior parte dei nostri fornitori principali ha oltretutto una particolare attenzione verso queste tematiche, trattandosi di società benefit, cooperative sociali, enti del terzo settore in genere o professionisti che collaborano storicamente con il non profit.

Sul volume di acquisto da fornitori qualificati e soci non ci sono beni e servizi che rappresentano un rischio per la violazione della dignità umana. In tale ambito infatti l'83% dei fornitori intervistati ha attuato misure aggiuntive rispetto a quanto stabilisce la norma.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura.
Obiettivo trasversale a tutto il Tema A
Da raggiungere entro l° semestre 2025.
Nel 2024 l'obiettivo era stato riconsiderato, tenendo conto della tipologia di fornitori di CAES e delle relazioni instaurate e instaurabili.

AZIONI

1. Redazione di un questionario per i fornitori (attuali e nuovi) che vada ad indagare le loro scelte di sostenibilità in tema di dignità umana in funzione della rivalutazione dell'obiettivo si sono individuate le seguenti azioni:
 - Individuazione di criteri di scelta e qualifica dei fornitori (es. check list di qualifica);
 - Individuazione dei fornitori significativi sui quali ha senso fare un'analisi e un approfondimento;
 - Raccolta informazioni attraverso un questionario;
 - Valutazione delle informazioni raccolte.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Sono stati identificati i seguenti criteri:
 - consideriamo i fornitori con il maggior volume d'affari e quelli che ci vendono beni e/o servizi che costituiscono un input rispetto alla nostra creazione di valore.
 - privilegiamo il confronto diretto (compilando il questionario insieme ai fornitori selezionati).

Il questionario è stato inviato a otto fornitori, coprendo più del 45% del volume degli acquisti.

Obiettivo realizzato.

A2

SOLIDARIETÀ E GIUSTIZIA SOCIALE LUNGO LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

A2.1 - Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti

CAES parte dal presupposto che il prezzo giusto sia quello giusto per tutti, pertanto, anche nella relazione con i propri fornitori (ed in particolar modo con quelli principali) vuole garantire una relazione commerciale equa. Riteniamo che essa

sia il presupposto per un rapporto duraturo, tant'è che, se entriamo in analisi della durata delle relazioni commerciali con i nostri principali fornitori, vediamo che si tratta di un tempo piuttosto lungo. Le condizioni di prezzo e pagamento sono differenziate in base al fornitore.

Con alcuni fornitori strategici il pagamento è anticipato, al fine di assicurare continuità nel servizio e soddisfazione reciproca. In questi casi, le attività fornite vengono concordate insieme nella modalità e nelle tempistiche, trattandosi di sviluppi che necessitano di una progettazione e di una realizzazione a cui entrambi dobbiamo partecipare (il fornitore e CAES).

Negli altri casi in cui esiste una relazione di lungo corso con i fornitori, tendenzialmente accettiamo le loro condizioni dal punto di vista del prezzo e delle tempistiche: le riteniamo equilibrate e basate su una relazione di fiducia e perché il nostro obiettivo è mantenere la relazione. Generalmente paghiamo a ricevimento fattura o a 30 giorni dalla data di fattura, senza alcun ritardo.

Merita un cenno particolare la relazione con la nostra compagnia di riferimento. **Assimoco** è il nostro fornitore di servizi assicurativi e quindi da questa compagnia acquistiamo le assicurazioni per la nostra attività. Allo stesso tempo esso è anche un attore fondamentale della nostra filiera, essendo la "fabbrica prodotti" ossia il soggetto che crea le polizze che successivamente noi distribuiamo.

Sotto questo aspetto, Assimoco è però più che una semplice compagnia con cui abbiamo sottoscritto un mandato ma un vero e proprio partner in quanto, insieme a questa azienda, co-progettiamo i prodotti assicurativi che distribuiamo.

Tra CAES ed Assimoco esiste quindi un rapporto privilegiato che si è consolidato nel tempo grazie ad una conoscenza reciproca approfondita che ci ha portato nel 2020 a realizzare il progetto Eticapro di cui, insieme a Banca Etica, siamo i tre partner promotori con l'obiettivo

di individuare le migliori soluzioni assicurative per il Terzo Settore e per i consumatori responsabili. La durata media della relazione commerciale, considerando tutte le categorie di fornitori, nel 2025 è superiore 7 anni, ma per diversi fornitori la relazione è superiore ai 10 anni, se non ventennale.

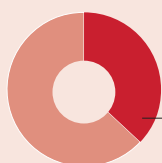
Stima in termini economici della distribuzione della creazione di valore lungo la filiera nel 2025

TOTALE ACQUISTI € 340.107,21

(al lordo di iva che per noi è indetraibile)

FATTURATO € 903.193

Il dato riportato si riferisce alle provvigioni attive (come da bilancio civilistico) conseguite nell'esercizio 2025, ritenuto il dato più significativo e in grado di rappresentare il fatturato di CAES in senso stretto



37,66%

Valore distribuito ai fornitori sul fatturato

A2.2 - Influenza positiva su solidarietà, equità e giustizia sociale lungo l'intera filiera

CAES da sempre comunica ai propri fornitori (parliamo anche qui dei fornitori principali con cui abbiamo una relazione importante e diretta) quello che fa: le proprie scelte e ciò che mette in pratica. Dal questionario che abbiamo somministrato nel 2025 ai fornitori principali (si veda tema A1.1) è emerso che un terzo di questi (33,3%) scelgono i loro fornitori tra quelli che applicano misure atte a migliorare la dignità umana dei propri lavoratori ed un altro 17% sceglie la maggior parte dei fornitori considerando tale criterio.

69,18%

Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un marchio o certificazione che consideri la solidarietà e l'equità tra i propri criteri (calcolata sul volume di acquisto da fornitori qualificati e soci)

A2.3 - Abuso del potere di mercato nei confronti dei fornitori

Con alcuni fornitori, tra quelli per noi più importanti, potremmo esercitare un certo potere di mercato dovuto alle peculiarità che ci caratterizzano e che ci rendono unici oppure al fatto che siamo i loro principali clienti in termini di fatturato. Nonostante questo, non abbiamo mai esercitato abusi di potere nei loro confronti.

Non abbiamo mai pensato di porci in questi termini e, di conseguenza, non abbiamo mai ricevuto feedback negativi per questo motivo.

Con Assimoco, in alcuni casi - nell'ambito del rapporto di filiera che ci lega - abbiamo fatto leva per poter chiedere migliori condizioni contrattuali o maggiori vantaggi a favore dei nostri clienti assicurati.

Dal questionario erogato ai fornitori risulta che l'83% di questi è molto soddisfatto delle condizioni contrattuali stipulate ed agite con CAES e da ciò deduciamo che non vi sia la percezione da parte loro di condizioni contrattuali inadeguate.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura.
2. Valutare la soddisfazione dei fornitori rispetto alle condizioni di pagamento ed alla relazione commerciale instaurata.

3. Sviluppare buone pratiche lungo l'intera filiera per evitare che si presentino rischi e criticità in ambito di equità e giustizia sociale (ad esempio, assenza di salario dignitoso, condizioni lavorative sfavorevoli per i propri dipendenti, evasione fiscale, assenza di politiche di prevenzione alla corruzione).

AZIONI

1. Redazione di un questionario per i fornitori (attuali e nuovi) che vada ad indagare le loro scelte di sostenibilità in tema di equità.
2. Redazione di uno strumento di indagine sulla soddisfazione dei fornitori.
3. Redazione di una lettera di intenti (patto di filiera) con i fornitori principali in cui ci si impegna reciprocamente a garantire condizioni eque nella propria filiera.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Si veda quanto riportato nel tema A1.2.
2. L'obiettivo si inserisce nel quadro generale della relazione con i fornitori e sarà la fase finale del percorso di valutazione e di approfondimento così come riportato nel tema A1.2.
3. I dati e le informazioni derivanti dal questionario sono ritenuti sufficienti. Tuttavia si intende inviare una comunicazione in risposta nella quale si ribadiscono i principi che guidano la scelta dei fornitori di CAES e l'eventualità di scegliere fornitori alternativi qualora questi principi venissero disattesi.
Entro il 2026.

A3

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE LUNGO LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

A3.1 - Impatti ambientali lungo la filiera

La scelta dei fornitori per CAES si basa sempre su criteri etici e di sostenibilità, in quanto essi fanno

parte del DNA dell'impresa. Si prediligono quindi prodotti e servizi con basso impatto ambientale o che lo riducono.

Da sempre CAES si pone come obiettivo la riduzione del proprio impatto ambientale complessivo e la nostra modalità di lavoro (intermediazione assicurativa a distanza) ci ha consentito di farlo, digitalizzando la nostra operatività. Da qualche anno, rispetto alla fornitura di energia elettrica, abbiamo fatto una scelta ben precisa decidendo di rifornirci solo di energia proveniente da fonti rinnovabili al 100%. Abbiamo infatti scelto come fornitore la cooperativa Ènostra, di cui siamo diventati soci.

La nostra azienda eroga servizi e l'attività svolta è prevalentemente quella di ufficio: il tema delle "materie prime" riguarda pertanto essenzialmente le apparecchiature hardware e software utilizzate, il materiale di cancelleria e la carta. Se grazie alla digitalizzazione, l'uso di carta così come l'utilizzo del servizio di spedizioni tende sempre più a diminuire nel tempo (il nostro obiettivo è quello di arrivare alla completa digitalizzazione dell'attività), l'adozione di apparecchiature elettroniche ed informatiche sempre più performanti è un elemento di rilievo (e quindi potrebbe costituire un potenziale rischio di impatto negativo).

Sotto questo aspetto, rileviamo che:

- Il nostro fornitore per software e server è una società benefit e quindi integra il concetto di sostenibilità nel proprio modo di lavorare. Nello specifico, riduce il proprio impatto ambientale operando da remoto, con processi di digitalizzazione avanzati, tramite uno smart working molto spinto per i collaboratori ed alimentando le proprie apparecchiature informatiche con sistemi di energia rinnovabile.

Questa azienda sviluppa il nostro sito internet

pubblico www.consorziocaes.org – ed il sistema operativo ad esso collegato, curandone tutte le implementazioni. Entrambi gli strumenti hanno già un buon sistema di caching (processo che permette di memorizzare temporaneamente dati o file in modo da potervi accedere più velocemente) che incide sulle prestazioni ambientali. Al momento, questo fornitore sta lavorando per aggiornare e potenziare il nostro sistema operativo e il sito pubblico. I lavori di implementazione si sono svolti nel 2025 e dureranno anche nel 2026. **In questa attività si sta tenendo conto di alcuni aspetti che impattano anche dal punto di vista ambientale: tra questi, il miglioramento dell'insieme di software e**

applicazioni interconnesse che compongono il progetto informatico complessivo ed i sistemi di staticizzazione.

- Al nostro fornitore per hardware abbiamo dato indicazione di procurarci materiale certificato secondo il registro EPEAT o in base alla certificazione TCO certified.

51%

Percentuale di fornitori in possesso di certificazioni o marchi ambientali (calcolata sul volume di acquisto da fornitori qualificati e soci)

Focus LE CERTIFICAZIONI

Cos'è la certificazione EPEAT?

EPEAT (Electronic Product Environmental Assessment Tool), l'etichetta globale gestita dal Global Electronics Council, aiuta a identificare dispositivi elettronici che soddisfano elevati standard ambientali. EPEAT misura l'impatto sociale e ambientale dei prodotti dalla loro estrazione fino al fine vita, promuovendo un cambiamento su scala globale, un prodotto alla volta.

I prodotti EPEAT vengono classificati in tre livelli: Bronze, Silver e Gold, basati su criteri di sostenibilità che includono l'uso di materiali, il consumo energetico, le emissioni, l'efficienza energetica e le pratiche di smaltimento. Questi criteri vengono definiti da leader globali del settore e sviluppati attraverso un processo consensuale volontario. La classificazione agevola l'innovazione e la competizione salutare tra i marchi partecipanti, con EPEAT Gold che rappresenta il livello più elevato di leadership nella sostenibilità elettronica.

<https://globalelectronicscouncil.org/it/epeat-registry/>

Che cos'è TCO Certified?

È sinonimo di acquisti IT ambientalmente e socialmente responsabili.

È una certificazione di sostenibilità globale e completa sviluppata da TCO Development.

Affronta le questioni di sostenibilità connesse ai prodotti IT e alle loro catene

di approvvigionamento e aiuta le aziende a fare scelte responsabili, ridurre i rischi

e soddisfare gli obblighi normativi. I criteri coprono quattro aree chiave: clima, sostanze,

circularità e catena di approvvigionamento. Tutti i criteri sono obbligatori, il che significa

che tutti i prodotti devono soddisfare tutti i criteri per la loro categoria di prodotti da certificare secondo TCO Certified.

A3.2 - Impatti ambientali negativi lungo la filiera

L'impatto negativo ambientale legato alla nostra catena di fornitura riguarda essenzialmente due fronti:

- L'approvvigionamento di PC, stampanti ed altre apparecchiature elettroniche, che è poi necessario smaltire come RAEE. Segnaliamo però che, trattandosi di beni/tecnologie non obsolete al momento dello smaltimento, vengono donati a Enti del Terzo Settore/Associazioni che ne possono avere bisogno;
- L'utilizzo di toner e il loro successivo smaltimento. Anche su questo fronte si evidenzia comunque la scelta di acquistare toner rigenerati. Anche per il 2025 non ci sono beni e servizi acquistati che si ritiene abbiano un impatto eccessivo sull'ambiente.

Nel 2025 abbiamo iniziato ad analizzare il tema dell'uso dell'Intelligenza Artificiale nella nostra attività economica. Se da un lato, abbiamo verificato che l'utilizzo dell'AI in alcuni ambiti potrebbe snellire alcune procedure operative, dall'altro sappiamo che essa ha degli impatti ambientali enormi, almeno allo stato attuale. Al momento possiamo dire di essere in una fase di studio, in valutazione dei costi (anche ambientali) e delle opportunità.

I nostri fornitori hanno dichiarato che rispettano la normativa in materia ambientale (per il 67% degli intervistati) o addirittura attuano misure migliorative rispetto alla norma (per il 33%).

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura.
2. Migliorare l'impatto ecologico delle apparecchiature tecnologiche acquistate.

AZIONI

1. Redazione di un questionario per i fornitori (attuali e nuovi) che vada ad indagare le loro

scelte di sostenibilità in ambito ambientale (presenza di certificazioni di carattere ambientale o in alternativa di pratiche ambientali implementate).

2. Valutare con il fornitore hardware l'acquisto di prodotti/soluzioni più sostenibili degli attuali.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Si veda quanto già riportato per il tema A1.2
2. Una valutazione è stata fatta e si è deciso che in caso di prossimi acquisti hardware terremo conto dei seguenti aspetti:
 - acquisto di strumenti (ad esempio notebook) con prestazioni minimali per massimizzare la durata dei dispositivi;
 - eventuale presenza sui prodotti di criteri ambientali specifici (ad esempio, secondo il registro EPEAT o in base alla certificazione TCO certified).

Realizzato e definita una politica relativa agli acquisti.

- 2.1 Approfondiremo l'esistenza di strumenti che ci aiutino a misurare l'impatto ecologico dei nostri processi di digitalizzazione attraverso:
 - l'individuazione di buone pratiche da altre imprese;
 - la valutazione di eventuali studi scientifici in materia.(Obiettivo valido anche per i temi D3 ed E3).

A4

TRASPARENZA E CONDIVISIONE DELLE DECISIONI LUNGO LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

A4.1 - Trasparenza verso i fornitori e diritto ad essere coinvolti

I nostri fornitori-chiave vengono sempre coinvolti nelle nostre attività decisionali - in funzione del loro ruolo. **Prevediamo una loro partecipazio-**

ne attiva e li coinvolgiamo nelle scelte in modo che vi sia una reciproca soddisfazione nella partnership instaurata. In un'ottica di cooperazione, facciamo attività di co-progettazione.

Un esempio può essere il progetto **Eticapro** che, ricordiamo, coinvolge come promotori, oltre a noi, anche Assimoco e Banca Etica. Oltre a questi due partner, abbiamo cercato di coinvolgere nel progetto tutti i nostri fornitori-chiave per creare delle nuove sinergie a favore del Terzo Settore. Quando Eticapro è nato, vi era la necessità da parte di Assimoco di elaborare degli strumenti di formazione valoriale per la propria rete distributiva (altre agenzie che hanno aderito al progetto e quindi sono stati autorizzati successivamente ad intermediare i prodotti assicurativi della gamma Eticapro). Noi abbiamo coinvolto Altra Economia Soc. Coop. - Impresa Sociale (nostro consulente in comunicazione) che ha strutturato un percorso di formazione valoriale specifico sull'economia solidale a beneficio di tutti.

Con i fornitori-chiave vi è un costante aggiornamento sullo stato di avanzamento delle nostre attività: pensiamo a Perora SRL, il nostro fornitore di software e server, con cui realizziamo gli sviluppi del nostro sistema operativo. In base al progetto che vogliamo portare a termine stabiliamo un calendario e realizziamo i confronti operativi necessari a raggiungere il risultato desiderato. Il suo è un supporto fianco a fianco.

Con il fornitore **Altra Economia Soc. Coop. - Impresa Sociale** vi è invece un allineamento costante rispetto alle nostre strategie di comunicazione, che per il 2025, come per l'anno precedente, sono state orientate allo sviluppo di nuovi strumenti specifici di comunicazione (si veda il tema D1).

A4.2 - Influenza positiva sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo la filiera

Possiamo ribadire quanto già indicato rispetto al

tema A2.2, ossia che i fornitori sono stati scelti a priori sulla base di una comunanza di valori e che quindi non abbiamo mai chiesto loro di condividere con noi le proprie scelte di trasparenza e partecipazione. Ritornando però al tema della contaminazione, anche in questi casi, così come noi li interpelliamo nelle nostre scelte, è capitato di essere coinvolti nei loro processi decisionali, soprattutto da parte di chi ci considera un partner meritevole: in tali situazioni abbiamo la capacità di incidere e di influenzare le loro decisioni.

Dal questionario erogato ai fornitori è emerso che l'83% rispetta la normativa in materia di trasparenza e co-determinazione delle decisioni e che il 50% sceglie i propri fornitori in parte anche tenendo conto di questa caratteristica.

37%

Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un marchio che tenga conto della trasparenza e della condivisione delle decisioni (calcolata sul volume di acquisto da fornitori qualificati e soci). In linea con il 2024.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura.

AZIONI

1. Redazione di un questionario per i fornitori (attuali e nuovi) che vada ad indagare le loro scelte di sostenibilità in ambito di trasparenza.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Si veda quanto riportato nel tema A1.2

Tema B

SOCI E PARTNER FINANZIARI

B1

Finanziamento etico dell'impresa

B2

Approccio equo e solidale
all'utilizzo degli utili

B3

Investimenti socio-ambientali
e impiego degli utili

B4

Proprietà e condivisione
delle decisioni

FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

B1.1 - Autonomia finanziaria attraverso l'autofinanziamento

La nostra situazione finanziaria attuale può essere sintetizzata come segue:

- il rapporto tra i mezzi propri e le risorse complessive ammonta al **43,71% per l'anno 2025**;
- il margine di struttura è coperto interamente dal capitale proprio;
- come per il 2024, **abbiamo attività finanziarie pari a 360.000 €** - investite tramite Etica SGR - che potenzialmente potrebbero essere svincolate nel breve periodo. Si tratta di attività che danno garanzia di stabilità;
- **deteniamo fondi di ammortamento alimentati annualmente con circa 40.000 €** di nuovi ammortamenti. Questi, sommati al patrimonio, ci danno una buona disponibilità di risorse.

I rischi finanziari che potrebbero verificarsi nella nostra attività sono i seguenti:

- 1)** rischio di credito, relativo a mancati incassi da parte dei clienti. Questa situazione è molto limitata, perché abbiamo solo una piccola % di clienti da cui recuperare i premi: si tratta di quei clienti che ci hanno comunicato di avere problemi di liquidità importanti. In questi casi - si tratta sempre di clienti fidelizzati - abbiamo deciso di farci carico temporaneamente dei loro premi (ossia, incassare il premio in Assimoco e versargli il relativo importo nella decade, senza aver ricevuto il pagamento dal cliente).
- 2)** rischio di liquidità, che si verificherebbe se utilizzassimo il capitale a breve termine e/o la liquidità corrente per fare degli investimenti importanti. Ciò potrebbe generare problemi finanziari nell'imme-

diato. Anche in questo caso il rischio appare minimo: il margine di struttura, cioè la differenza tra il capitale proprio (580.349 €) e gli investimenti (330.358 € + 103.409 € + 6.405 €) è pari a 140.177 €. Gli utili conseguiti ed accantonati negli esercizi precedenti e l'aver fatto ricorso a fonti di finanziamento di medio/lungo periodo garantiscono un equilibrio finanziario.

3) rischio legato all'andamento dell'attività caratteristica. Qualora generassimo perdite consistenti e in maniera ripetuta, potremmo erodere tutti i fondi già costituiti senza che questo determini il fallimento della società. Negli ultimi 10 anni abbiamo sempre prodotto un utile accantonato a riserve non distribuibili per il 97%; l'incremento del capitale proprio fa sì che questo rischio sia molto ridotto.

I potenziali rischi finanziari, connessi con l'andamento del consorzio e tenuto conto della sua evoluzione, sono tenuti sotto controllo attraverso analisi periodiche di gestione e con strumenti creati appositamente (file di verifica della liquidità corrente).

Non è possibile un confronto nel settore (agenzie di assicurazione) perché la struttura organizzativa di CAES è diversa da quelle che sono mappate nelle statistiche. Normalmente le agenzie tradizionali sono società di persone o ditte individuali in cui l'agente alla fine dell'anno trattiene gli utili come guadagno personale.

Nel nostro caso l'agente ha ceduto la sua "licenza all'esercizio dell'attività" e le sue competenze a CAES, il quale, come consorzio di cooperative sociali, ha di conseguenza potuto iscriversi nel RUI. Ad oggi non conosciamo altre imprese/organizzazioni che svolgono l'attività di intermediazione assicurativa con queste peculiarità.

Mezzi propri (capitale sociale, riserve, utile non distribuito) Anno 2025

Capitale sociale	€ 28.500	4,91%
Fondo riserva ordinaria	€ 499.779	86,12%
Riserva di rivalutazione	€ 0	0%
Utile/perdita portato prima dell'esercizio	€ 52.070	8,97%
TOTALE	€ 580.349	100%

Percentuale di mezzi propri su risorse complessive

ANNO 2023	37,53%
ANNO 2024	42,93%
ANNO 2025	43,71%

→ Quota media di mezzi propri del settore (%):
dato non disponibile

B1.2 - Fonti di finanziamento esterne orientate al bene comune

Al momento abbiamo attive due forme di finanziamento: un mutuo strutturale con Banca Etica che va in estinzione ed un finanziamento erogato da Nissan Finanziaria per l'utilizzo dell'auto aziendale ibrida.

22,29% Percentuali di finanziamenti da parte di Banca Etica sul totale finanziamenti in corso

Relazione tra mezzi propri e mezzi di terzi - Anno 2025

Capitale proprio	€ 580.349	43,71%
Capitale esterno	€ 747.232	56,29%
TOTALE PASSIVO	€ 1.327.581	100,00%

56,29%

Percentuale di mezzi di terzi sulle risorse complessive:

Ammontare dei mezzi di terzi, per tipologia

Passività bancarie (fido utilizzato)	€ 69.574	6,64 %
Fondi di ammortamento immateriali	€ 218.866	20,90 %
Fondi di ammortamento materiali	€ 79.886	7,60 %
Fondo tfr	€ 216.328	20,58 %
Debiti verso dipendenti	€ 21.979	2,10 %
Debiti verso i fornitori	€ 31.983	3,33 %
Debiti diversi	€ 239.041	22,80 %
Debiti erario e Inps	€ 28.326	2,70 %
Fondo rischi	€ 140.000	0
TOTALE	€ 1.045.983	100%

B1.3 - Approccio etico dei finanziatori esterni

A tutti i nostri partner finanziari può essere dato un rating molto positivo in relazione all'orientamento etico della nostra attività.

Nello specifico, Etica SGR è l'unica società di gestione del risparmio che colloca fondi di investimento di finanza etica al 100%, Banca Etica è l'unica banca etica italiana, Assimoco è la prima compagnia italiana ad avere acquisito il titolo di B-Corp e società benefit, Nissan Finanziaria di per sé non ha caratteristiche di sostenibilità, ma grazie a questo finanziamento è stato possibile acquistare un'auto ibrida rispondendo al nostro bisogno di una maggior sostenibilità ambientale.

Nome del partner	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario	Volume 2025
Etica SGR	SGR	Investimento in fondi	€ 360.000
Banca Popolare Etica	Banca	Mutuo	€ 63.108
Nissan Finanz. - RCI Banque SA Succ. sale Italiana	Società di leasing	Finanziamento per acquisto auto	€ 4.824
Assimoco SPA	Compagnia assicurativa	Assicurazioni	€ 215.242

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

B2

APPROCCIO EQUO E SOLIDALE ALL'UTILIZZO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

B2.1 - Impiego degli utili solidale e orientato al bene comune

Grazie agli investimenti in tecnologia effettuati negli anni precedenti, i lavoratori possono godere di condizioni lavorative più efficienti anche in smart working.

Anche la scelta di investire i nostri risparmi in fondi di Etica SGR rappresenta un'attenzione al tema ESG, così come la scelta di diventare soci di Banca Etica e di Ènostra.

Gli investimenti complessivi sono realizzati mediante l'utilizzo delle riserve di utili. I rischi, di conseguenza, sono coperti grazie all'invio a riserva degli utili di esercizio.

CAES, essendo consorzio di cooperative sociali, non distribuisce utili. I soci di CAES sono tutti persone giuridiche e pertanto non possono effettuare prelievi (possibilità concessa solo alle persone fisiche).

Flusso di cassa netto da attività operative nel 2025

TOTALE RICAVI	€ 1.116.036
Ricavi non caratteristici	€ 23.771
Ricavi caratteristici	€ 1.092.265

Investimenti strategici/utli per il futuro aziendale effettuati

Elenco	Volume 2025	Investimento ecologico
Spese sito e software gestionale	€ 12.600	
Acquisto accessori hardware	€ 1.244	
Tot. INVESTIMENTI STRATEGICI EFFETTUATI	€ 13.844	

ANNO 2025

Utile	€ 52.070
Utili accantonati come riserve	€ 499.779
Ammontare totale delle immobilizzazioni al netto degli ammortamenti	€ 135.014
Fatturato	€ 1.092.978

B2.2 - Distribuzione iniqua degli utili

Negli ultimi anni non si è mai verificata una riduzione di posti di lavoro nella nostra organizzazione. Nell'anno 2025 abbiamo assunto 2 nuove figure professionali ed 1 è stata licenziata.

Abbiamo un'unica sede operativa e non è stato valutato nessun tipo di chiusura. CAES non distribuisce utili a nessuna tipologia di soci.

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

B3

INVESTIMENTI SOCIO-AMBIENTALI E IMPIEGO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

B3.1 - Qualità ambientale degli investimenti

Già dal 2023 le nostre strategie di investimento hanno avuto una connotazione ecologica in quanto legate principalmente all'obiettivo della digitalizzazione: mirano infatti all'eliminazione di carta, stampe e spedizioni (non solo per noi ma anche per i nostri clienti; si tratta quindi di un impatto/beneficio diffuso). Resta da misurare l'effettivo impatto ecologico del processo di digitalizzazione (si veda obiettivo di cui al Tema A3).

Anche gli investimenti relativi allo smart-working per i lavoratori permettono di ridurre il nostro impatto ambientale in quanto evitano la produzione di CO₂ derivante dagli spostamenti, soprattutto per chi abita lontano dalla sede lavorativa. A seguito degli investimenti effettuati, lo smart-working è stato normato in un apposito paragrafo all'interno del Regolamento interno aziendale (di cui si parla nello specifico all'interno del tema C).

Spesa effettuata per il miglioramento ambientale

€ 11.244 } **100%**
VOLUME 2025 } % investimenti ecologici sul totale degli investimenti effettuati

B3.2 - Investimenti orientati al bene comune

Finanziamento solidale di progetti socio/ambientali (progettiditerzi): **nel 2025 sono stati erogati € 5.888 come contributo per il Progetto RCA ETICAR**

(si veda spiegazione nel Tema D4.1) in quanto l'andamento tecnico del portafoglio di riferimento (il rapporto S/P triennale di riferimento, cioè rapporto tra i sinistri pagati e le polizze incassate) è stato positivo. Ricordiamo che il contributo ETICAR rappresenta la quota di sovrapprovvigioni a cui CAES rinuncia a favore del sostegno all'economia solidale. **Queste risorse sono state donate all'associazione RIES che a sua volta le ha utilizzate per sostenere:**

- i costi strutturali dell'associazione (segreteria, comunicazione, incontri);
- alcune azioni/campagne come quella della ex-GKN (crowdfunding/azionariato popolare);
- i Quaderni della Decrescita (quadernidelladecrescita.it)
- lo sviluppo della piattaforma dell'Osservatorio OEST (www.oest.it).

Per quanto riguarda gli investimenti in fondi a impatto socio/ambientale si precisa che non sono stati effettuati ulteriori investimenti in ETICA SGR e il saldo al 2025 ammonta a 360.000 €.

B3.3 - Dipendenza da risorse con impatto ambientale rilevante

Non dipendiamo da fonti energetiche impattanti, né abbiamo strutture che da un punto di vista ambientale rappresentano una criticità. La nostra non è un'attività energivora e l'energia elettrica consumata proviene esclusivamente da fonti rinnovabili.

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

ETIPROPRIETÀ E CONDIVISIONE DELLE DECISIONI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

B4.1 - Struttura della proprietà orientata al bene comune

CAES è un consorzio di cooperative sociali. L'art. 8 della Legge 381/1991 stabilisce che i consorzi di questo tipo debbano avere una base sociale formata in misura non inferiore al 70% da cooperative sociali. I nostri soci, pertanto, sono in prevalenza cooperative sociali. Si tratta di:



• **Urbana Coop. Soc.** con sede in Milano (MI). Si occupa di consulenza contabile e fiscale, prevalentemente a favore di enti no profit.
www.urbanacoop.it



• **Lo Scoiattolo Coop. Soc.** con sede in Monzuno (BO). È impegnata nella lotta all'emarginazione sociale. Al suo interno vi è ARESS (Assicurazioni Reti Etico Solidali e Sociali), un'agenzia assicurativa che lavora prevalentemente con la compagnia Assimoco. www.scoiattolo.org



• **SIR Solidarietà in Rete Consorzio Sociale Coop. Soc.** con sede in Milano (MI). È a sua volta un consorzio di cooperative sociali.
www.consorziosir.it



• **Naturcoop Coop. Soc.** con sede in Somma Lombardo (VA). Si occupa di gestione del verde, pulizie e sanificazioni, igiene urbana e sentieristica.
www.naturcoop.it



• **Giuste Terre Coop. Soc.** già Chico Mendes Coop. Soc. con sede in Milano (MI). Gestisce un circuito di botteghe del commercio equo in Lombardia. www.giusteterre.it/



• **Pangea Niente Troppo Coop. Soc.** con sede in Roma (RM). Gestisce un circuito di botteghe del commercio equo in Lazio. commercioequo.org



• **Assimoco SPA società benefit e certificata B-Corp** (la prima compagnia assicurativa certificata in Italia ed al momento una delle pochissime) con sede in Milano (MI). È la compagnia assicurativa con cui lavoriamo in via quasi esclusiva.
www.assimoco.it/assimoco/home.html



• **Sisifo SRL** società benefit con sede in Bassano del Grappa (VI). Si occupa di consulenza aziendale in materia di sostenibilità. sisifo.eu

Gli attuali soci sono stati tutti invitati ad esserlo direttamente dalla nostra Direzione, per questioni di fiducia, conoscenza e amicizia. I soci che abbiamo oggi sono tutti soci consumatori (ad eccezione di Assimoco che è socio partner) ma non sono soci attivi: non entrano nel merito delle scelte strategiche aziendali di CAES ma le delegano al CDA. Non tutti i consiglieri sono espressione dei soci. Anche il CDA è stato un Consiglio invitato (ora ci sono 5 consiglieri di cui 2 sono rappresentanti dei soci e 2 sono lavoratori in CAES).

La rendicontazione nei confronti dei soci avviene solo nell'assemblea di approvazione del bilancio perché in corso d'anno lavoriamo solo con i consiglieri.

Esiste un ruolo attivo di partecipazione nei confronti dei singoli soci. Si tratta di una relazione bidirezionale nel senso che ci si rivolge ai soci per ottenere alcuni servizi e dall'altra parte si cerca

di promuoverli e di portare avanti le loro istanze in ambito di relazione o di rispondere alle loro specifiche esigenze. La nostra compagine sociale è aperta nel senso che nuovi soggetti giuridici eventualmente interessati potrebbero fare richiesta di ammissione (esiste, da questo punto di vista, il principio della porta aperta).

B4.2 - Scalata ostile

Dati gli attuali assetto societario ed impostazione non ci sono al momento possibilità di scalate ostili. CAES è una cooperativa sociale e, pertanto, ogni socio ha diritto ad esprimere un solo voto, a prescindere dal numero di azioni possedute e questo impedisce scalate della società.

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema, data la struttura giuridica di CAES.



Il materiale promozionale utilizzato durante l'edizione 2026 della fiera Fa' la cosa giusta!, Milano

Tema C

COLLABORATORI

C1

La dignità umana sul luogo di lavoro

C2

Welfare aziendale, retribuzione
organizzazione del Lavoro

C3

Promozione di una cultura
e di un comportamento
ecosostenibile dei lavoratori

C4

Condivisione delle decisioni
e trasparenza nell'organizzazione

C1

LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

C1.1 - Cultura organizzativa orientata ai lavoratori

Da molti anni si cerca di costruire CAES **come un'organizzazione di comunità, in cui tutti condividano una linea comune e conoscano bene le attività dell'organizzazione stessa.**

Questo ha portato al fatto che in CAES vi sia un buon ambiente di lavoro percepito dai lavoratori. Le misure ed i processi già avviati negli anni precedenti per una cultura organizzativa orientata alla

valorizzazione dei lavoratori sono sintetizzate nel Regolamento interno del Consorzio CAES, uno strumento attraverso il quale si è contribuito a costruire e concretizzare la "comunità dei lavoratori".

Il Regolamento interno migliora le condizioni lavorative dei dipendenti di CAES rispetto a quanto stabilito nel CCNL delle Cooperative Sociali. A tal proposito il Premio di anzianità, previsto dal nuovo Regolamento interno, è stato corrisposto come strumento per riconoscere l'esperienza e le competenze dei lavoratori. Generalmente tutti i lavoratori hanno lo stesso livello retributivo e non vi sono forme di remunerazione relative alla maggior esperienza e professionalità di ciascuno, se non la suddetta anzianità di servizio.

Descrizione	CCNL Cooperative Sociali	REGOLAMENTO INTERNO DI CAES
Orario di Lavoro	38 ore settimanali	37,5 ore settimanali
Ferie/ ex-festività/R.O.L.	26 giorni lavorativi annui	34 giorni lavorativi annui
Semi-festività	/	Sono previste 5 giornate di semi-festività con orario ridotto
Malattia e infortunio	Come previste a norma di legge e CCNL	• Integrazioni previste per i dipendenti con più di 8 anni di anzianità • Copertura assicurativa per tutti i dipendenti per Infortuni professionali ed extraprofessionali (con garanzie Caso Morte, Invalidità Permanente e Rimborso Spese Mediche)
Maternità	Corresponsione dell'indennità a carico INPS	Integrazione dell'indennità conto INPS fino a concorrenza del 60% della retribuzione di fatto per i primi 3 mesi di maternità facoltativa
Scatti anzianità aziendali e Premio Anzianità	5 scatti biennali	Sono riconosciuti ulteriori 10 scatti biennali + aumenti salariali per anzianità superiori ai 15 e 25 anni
Rimborsi spese	/	• Erogazione di buoni pasto sul nr. di giorni mensilmente lavorati • Rimborso parziale delle spese di viaggio (casa-ufficio e viceversa) sostenute in base al Regolamento interno vigente
Smart working/ lavoro agile	/	Lo smart working è fruibile in una misura minima di 5 giorni al mese. Sono previste condizioni di maggior favore nei confronti dei lavoratori che hanno figli sotto i 12 anni e di quelli che si trovano in situazione di salute fragile o che vivono fuori Milano

Nel 2025 sono stati erogati complessivamente a favore dei dipendenti **buoni pasto, rimborsi spese viaggio e premi di produzione per un importo complessivo di 53.371,00 €, pari a 4.852 €** in media cadauno.

Segnaliamo che, a partire dal 2023, è stata introdotta contrattualmente anche **l'assistenza sanitaria integrativa con un contributo a carico dell'impresa di 240 € annui a lavoratore** (l'importo minimo di contributo stabilito dal CCNL delle cooperative sociali è pari a 60 € annui).

Da un punto di vista organizzativo, vi è uno scambio di competenze tra il personale. Gli eventuali nuovi assunti seguono un percorso formativo e di affiancamento e anche nei periodi successivi vi è supporto e continuo confronto tra i lavoratori.

In caso di errori commessi su una mansione specifica, questi vengono gestiti direttamente tra colleghi, evitando tensioni ed eventuali conflitti.

Si cerca di affrontarli proponendo dei suggerimenti per evitare che tali errori si verifichino ancora. In caso invece di conflitti veri e propri (che in qualche caso si sono verificati) e che possono riguardare, ad esempio, comportamenti non graditi o scontri tra opinioni diverse, si è sempre cercato di affrontarli ponendosi in un atteggiamento di attenzione ai problemi dell'altro e mettendosi nei suoi panni: generalmente questo tipo di sensibilità c'è, sia da parte del management che dei colleghi che riescono a dare un contributo nell'affrontare eventuali criticità tramite un confronto collettivo.

Ogni lavoratore è autonomo per quanto riguarda le sue mansioni operative (ognuno di noi ha un ruolo ben preciso, definito da un apposito mansionario che abbiamo strutturato diversi anni fa e del quale tutti i lavoratori sono a conoscenza).

Il tema della soddisfazione sul luogo di lavoro è affrontato nel tema C4.

La maggior parte dei dipendenti di CAES è iscritta nel Registro Unico degli Intermediari Assicurativi in

qualità di collaboratore e per questo motivo deve adempiere ad obblighi di formazione professionale annuale obbligatoria. Nel 2025, ciascuno di essi ha svolto 30 ore di formazione professionale. I temi della formazione obbligatoria riguardano essenzialmente la normativa assicurativa e le caratteristiche dei prodotti offerti.

ANNO 2025

10% Tasso di turnover del personale

7,6 ANNI Durata media del rapporto di lavoro con l'impresa

0 Numero di candidature (spontanee /a fronte di un annuncio di lavoro) mentre

28 a fronte di un annuncio di lavoro

17 ORE COMPLESSIVE

Formazione professionale (oltre agli obblighi di formazione professionale prevista per gli intermediari assicurativi)

Il tasso di *turnover* del personale è positivo perchè c'è stato un incremento del personale per ridurre i carichi di lavoro individuali e migliorare la produzione delle polizze sia in termini di velocità di erogazione, sia in termini di qualità delle stesse.

Numero e frequenza delle indagini sulla soddisfazione sul luogo di lavoro, sul clima e sulla cultura organizzativa: nessuna indagine ma confronto diretto periodico

Nel 2026 verrà erogato un questionario ai lavoratori al fine di valutare lo stress correlato, la salute e la sicurezza. L'obiettivo è di raccogliere le singole indicazioni da parte dei lavoratori, azione necessaria per le successive azioni di miglioramento.

C1.2 - Promozione della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro

Il principale problema di salute per i lavoratori è correlato allo stress. Capitano infatti periodi in cui

il personale è sottoposto a pressione da un punto di vista emotivo, dovuta essenzialmente ai carichi di lavoro. Per far fronte a tale situazione si è provveduto ad ampliare l'organico dei lavoratori.

In azienda, si tenta inoltre di dare supporto a queste situazioni tramite la flessibilità nella gestione dell'orario di lavoro, la conciliazione vita-lavoro, il supporto dei colleghi in caso di assenze o carichi di lavoro eccessivi e lo smart working.

Tutti i lavoratori periodicamente partecipano ai corsi ed ai relativi aggiornamenti per quanto riguarda la sicurezza sui luoghi di lavoro, come da normativa prevista. Inoltre, vengono effettuate tutte le opportune visite periodiche da parte del nostro medico del lavoro.

Nel Regolamento interno, come già citato, sono presenti sia l'accesso ai servizi di mutua sanitaria integrativa (prestati attraverso Insieme Salute SMS) con molte più opportunità rispetto al minimo stabilito dalla legge, sia l'accesso, in caso di infortunio (sia sul luogo di lavoro che nella propria vita privata), ad una polizza assicurativa.

ANNO 2025	
Indice di malattia	8,33%
Numero di giorni in cui i lavoratori sono stati presenti sul lavoro sebbene fossero malati	ND
Media giorni di malattia all'anno per collaboratore	0,09*
Numero di infortuni sul lavoro annuo	0
Gravità infortuni sul lavoro dell'anno	0
Effettivo utilizzo dei benefit nell'ambito della salute e della prevenzione: programmi e numero di ore per lavoratore	ND
* nel calcolo non sono state considerate le gravi malattie	

C1.3 - Diversità e pari opportunità

Nell'assunzione di nuovo personale non si tiene

conto di aspetti che potrebbero discriminare i candidati. Nell'ambiente aziendale **non si percepisce nessun aspetto discriminatorio**. Viene inoltre **garantita la pari opportunità** rispetto ai ruoli ed alle gerarchie: non si sono mai verificati nella storia di CAES problemi di questo tipo. La promozione dei talenti avviene in funzione delle capacità e delle opportunità di crescita di ciascuno.

I benefit collegati alla parità di genere si esprimono essenzialmente nella flessibilità dell'orario lavorativo e nella possibilità di fruire di smart-working o di permessi retribuiti (situazioni previste nel Regolamento interno): queste opportunità consentono una miglior gestione della propria vita lavorativa (ne hanno potuto fruire tutti i lavoratori in base alle specifiche richieste).

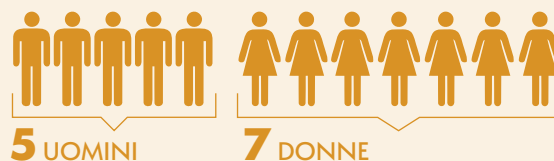
9,99

Nr dipendenti FTE (full time equivalente) 2025

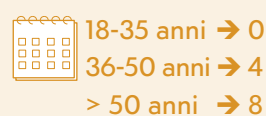
	2023	2024	2025
N. Dipendenti	11	11	12
N. Dipendenti FTE	9,17	9,99	9,99

ANNO 2025

GENERE



FASCIA D'ETÀ



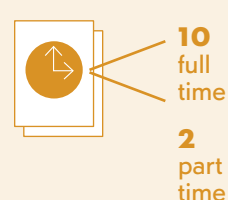
LIVELLO DI ISTRUZIONE



NAZIONALITÀ

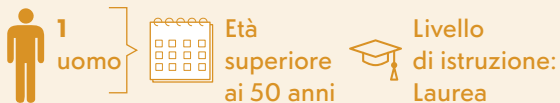


TIPO DI CONTRATTO

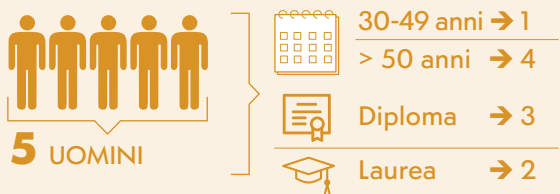


ANNO 2025

COLLABORATORI ESTERNI

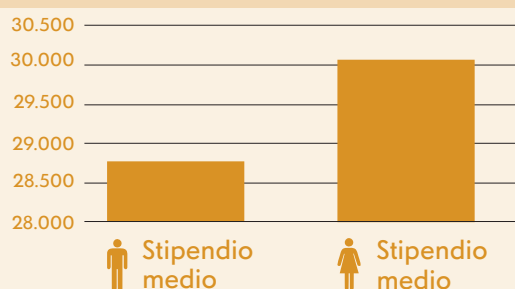


MEMBRI DEL CDA



15 ore di congedo parentale usufruite da parte di due lavoratori

DIFFERENZA RETRIBUTIVA TRA GENERI - ANNO 2025



Come si evince dalla tabella il genere femminile non è penalizzato in termini medi di retribuzione rispetto al genere maschile.

Le differenze di retribuzione sono dovute non da un diverso trattamento retributivo quanto da una differenziazione dei rimborsi spese viaggio che, rispondendo ad un principio di equità, sono parametrati all'effettiva spesa individuale di ciascun lavoratore.

C1.4 - Condizioni di lavoro inadeguate

Non si rilevano aspetti negativi in questo ambito.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Migliorare la prevenzione e la gestione dei conflitti nell'azienda.
2. Migliorare la qualità del lavoro in termini di ottimizzazione dei carichi lavorativi.
3. Migliorare la qualità del lavoro puntando più su attività di concetto (in un'ottica di crescita

professionale dei lavoratori) e meno su lavori ripetitivi.

AZIONI

1. Percorso formativo specifico sull'ascolto empatico finalizzato al miglioramento della costruzione della comunità dei lavoratori.
2. Ampliamento del team di lavoro di CAES e ridefinizione dei carichi lavorativi (attraverso la riformulazione dell'organigramma) e somministrazione di un questionario su stress lavoro correlato, salute e sicurezza.
3. Snellire e semplificare i processi operativi in accordo con Assimoco per consentire lo sviluppo di attività più concettuali.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Si sta proseguendo con le consuete riunioni periodiche.
Il percorso formativo è attualmente in stand by in quanto si preferisce dare priorità alla condivisione della visione e dei valori, al coinvolgimento dei collaboratori con un percorso specifico, come primo passo di un percorso più ampio di coinvolgimento.
2. È stato ampliato il team e riformulato l'organigramma a fine 2025.
Realizzato.
In ogni caso, vi è un'attenzione costante sul tema, in funzione delle necessità dell'organizzazione e degli obiettivi di sviluppo che si è prefissata.
3. Analisi continuativa dei processi lavorativi in corso: ogni qualvolta emergono criticità ci si confronta con la compagnia per migliorare. La situazione in generale è sotto controllo e costantemente monitorato (si veda valutazione del rischio stress lavoro-correlato).
Continuativo e a regime.

C2

WELFARE AZIENDALE, RETRIBUZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

C2.1 - Strutturazione della retribuzione

Si richiama quanto già evidenziato al punto precedente.

I lavoratori hanno partecipato alla determinazione del proprio stipendio sulla base di quanto definito nel Regolamento interno (si veda sempre il tema C1.1). La situazione specifica di ciascuno (anni di anzianità di servizio, spese sostenute nel tragitto casa-lavoro) va ad incidere sul livello retributivo. In questo caso si parla di codeterminazione della retribuzione da parte dei lavoratori perché, pur non essendo essi stessi soci della cooperativa, sono parte attiva dell'organizzazione e partecipano alla predisposizione del regolamento stesso.

I livelli retributivi sono generalmente uguali per tutti. Le differenze esistenti riguardano unicamente i quadri presenti in organico. Come già indicato in precedenza, la professionalità viene misurata esclusivamente in base all'anzianità di servizio. Per questo motivo, nel nostro Regolamento interno vengono stabiliti degli aumenti salariali mensili dopo i 15 ed i 25 anni di servizio, oltre agli scatti biennali in più rispetto a quanto stabilito dal CCNL di riferimento. Ulteriori benefici economici vengono riconosciuti sotto forma di premio di produzione alla fine di ciascun anno, come si descriverà meglio nel tema D1.1.

ANNO 2025

€ 12.530 Retribuzione annua minima

€ 69.094 Retribuzione annua massima

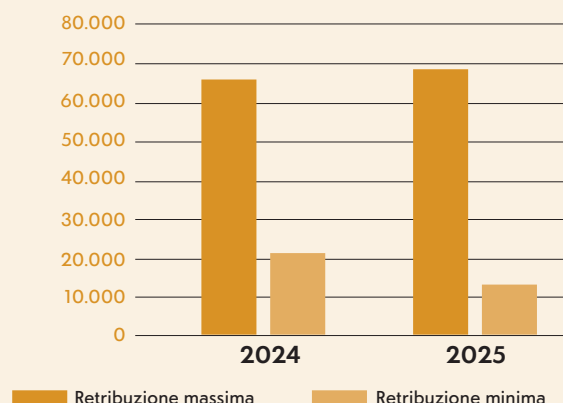
1:5,51

Forbice salariale
interna all'organizzazione

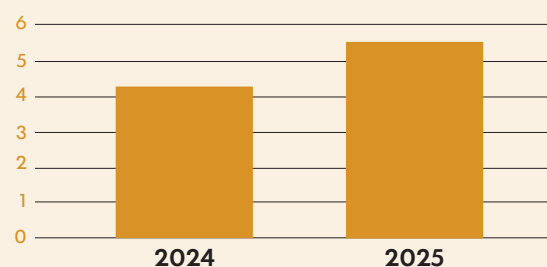
€ 31.304 Retribuzione media

€ 28.130 Retribuzione mediana

DIFFERENZE RETRIBUTIVE ANNO 2024 - 2025



FORBICE SALARIALE (1:X) X=RETRIBUZIONE MASSIMA / RETRIBUZIONE MINIMA



Il peggioramento della forbice salariale è dipeso dal fatto che un lavoratore ha optato per un lavoro part-time, con conseguente riduzione della sua retribuzione

C2.2 - Organizzazione dell'orario di lavoro

Le ore di lavoro di ciascun dipendente sono 37,5 settimanali, ripartite su 5 giorni lavorativi, salvo i casi in cui singolarmente si sia concordato con la Direzione un regime di lavoro part-time e salva la possibilità di trasferte nei fine-settimana. CAES non retribuisce straordinari, salvo specifico accordo con il singolo lavoratore.

Vi è una **flessibilità assoluta** rispetto all'orario di lavoro (ognuno si può auto-gestire come meglio crede in funzione della distanza dall'ufficio o dei propri ritmi famigliari) salvo il rispetto dell'orario di apertura al pubblico per quanto riguarda la ricezione delle telefonate.

I lavoratori non timbrano il cartellino ma compilano da sé il foglio firma giornaliero con base mensile: ciò è sinonimo di concessione della massima fiducia nei loro confronti e nella loro capacità di auto-organizzare il proprio tempo lavoro.

C2.3 - Organizzazione del rapporto di lavoro e conciliazione vita-lavoro

I modelli di lavoro proposti in CAES sono il full time ed il part time, il lavoro in ufficio, il lavoro fuori sede (in caso di trasferta) e lo smart working. La presenza in sede viene richiesta a rotazione, in modo tale che, fra colleghi, ci si possa vedere periodicamente. Le misure adottate all'interno dell'organizzazione per garantire la conciliazione vita-lavoro sono espresse nel Regolamento interno descritto al tema C1.1. Nello specifico, si tratta di flessibilità dell'orario lavorativo, possibilità di fruire di smart-working e di un nr. di giorni di ferie/permessi retribuiti superiore alla media di settore (questo fa sì che i lavoratori si organizzino per fruire di almeno un giorno mensile di ferie). Il nostro Regolamento interno prevede che ogni lavoratore debba effettuare almeno 5 giornate al mese di smart working. In sede di confronto nel gruppo di lavoro abbiamo invece deciso di superare tale limite, effettuando un numero maggiore di giornate di smart working per garantire una migliore qualità della vita.

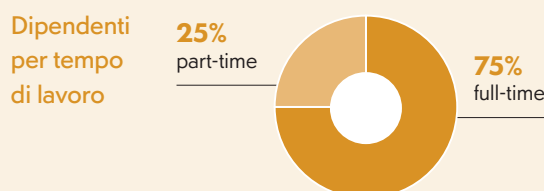
C2.4 - Contratti di lavoro ingiusti

L'organizzazione garantisce a tutti i lavoratori una retribuzione dignitosa sufficiente per vivere. Le ore lavorate da ciascuno sono tendenzialmente le stes-

se per tutti. Esse non vengono quindi considerate come metro di calcolo per determinare avanzamenti di carriera o valutare l'impegno sul lavoro. CAES non ha mai assunto personale a tempo determinato se non per quanto consentito dalla normativa rispetto al periodo di prova. Successivamente a questo periodo, tutti i lavoratori in periodo di prova sono stati confermati a tempo indeterminato.

La giusta durata di un contratto è il tempo indeterminato. Significa che si crea un rapporto stabile e di fiducia tra l'azienda ed il lavoratore che porta anche a migliori risultati sotto l'aspetto professionale.

DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO: 100% TEMPO INDETERMINATO - ANNO 2025



VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Creare un maggior coinvolgimento e consapevolezza dei lavoratori intorno ai valori, alla visione e alla mission di CAES.

AZIONI

1. Si prevede di avviare:
 - Percorso iniziale di condivisione dei valori fondanti.
 - Percorso più ampio a partire da quello iniziale che porterà alla stesura di un Codice Etico, come output del processo.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Si prosegue con le nostre riunioni periodiche operative e creando situazioni in cui è possibile un confronto, tra la raccolta di feedback e l'aggiornamento sull'andamento dell'attività di CAES.
Si prevede di realizzare un primo workshop con focus sulla condivisione tra i collaboratori dei valori fondanti di CAES e su

cosa significhi per esempio essere "lavoratori di CAES".

Farà seguito un percorso più ampio con la finalità di arrivare all'elaborazione di un Codice Etico.

Percorso da avviare entro il 2026.

C3

PROMOZIONE DI UNA CULTURA E DI UN COMPORTAMENTO ECOSOSTENIBILE DEI LAVORATORI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

C3.1 - Alimentazione in orario di lavoro

Per CAES l'attenzione al consumo del cibo - come di qualsiasi altra risorsa - (cosiddetto consumo critico) è una priorità.

Tutti i prodotti di caffetteria offerti ai dipendenti (caffè, the, cioccolata calda, cappuccino) vengono acquistati da una bottega del commercio equo e solidale.

Tuttavia, non vengono adottate misure di orientamento nei confronti dei dipendenti: ognuno è lasciato libero di fare le proprie scelte di consumo. CAES non dispone di una mensa ma vi è un angolo adibito alle necessità più comuni: un frigo/freezer, un forno elettrico per consentire ai lavoratori di scaldare il proprio cibo, una macchinetta del caffè, un erogatore di acqua pubblica con addolcitore.

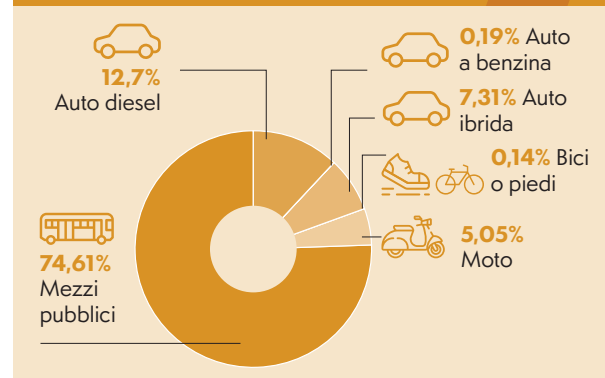
C3.2 - Mobilità verso il luogo di lavoro

I lavoratori utilizzano svariati mezzi di trasporto per raggiungere il posto di lavoro, in funzione del luogo di residenza di ciascuno: dalla propria automobile, ai mezzi pubblici (metropolitana, autobus e treni) alla bicicletta. Solo una persona utilizza l'auto ibrida aziendale. Oltre a quanto agito, non esistono pos-

sibilità per i lavoratori di percorrere il tragitto che li porta al lavoro in maniera più rispettosa dell'ambiente: chi vive in zone più periferiche necessita per forza di cose di utilizzare l'automobile, almeno per una determinata parte di tragitto.

CAES supporta la mobilità di tutti i lavoratori a prescindere dal mezzo di trasporto utilizzato, attraverso il rimborso delle spese casa-ufficio sostenute. Non vi è quindi un discrimine tra mobilità tradizionale o sostenibile. Non vi sono criteri specifici che l'organizzazione segue per promuovere la mobilità sostenibile in caso di viaggi di lavoro. Si predilige il treno se la destinazione è facilmente raggiungibile con questo mezzo (ad esempio i centri-città); in caso contrario ci si sposta anche in auto.

MOBILITÀ - MEZZI DI TRASPORTO UTILIZZATI DAI LAVORATORI - ANNO 2025



C3.3 - Cultura organizzativa basata sulla consapevolezza di un approccio ecologico

CAES presta da sempre una particolare attenzione al tema del rispetto dell'ambiente.

A livello aziendale non viene promossa una cultura ambientale specifica nei confronti dei lavoratori, ma la sensibilità espressa dall'azienda (rispetto alla predisposizione di bidoni per la raccolta differenziata, rotolo lavabile di stoffa per asciugarsi le mani, erogatore d'acqua pubblica, e prodotti di caffetteria di provenienza equo-solidale) vie-

ne comunque percepita da parte degli stessi. Chi lavora in CAES entra in contatto con l'attenzione all'ambiente e all'ecologia, anche indirettamente: la nostra stessa offerta di prodotti ai clienti include aspetti di sensibilità su questo tema.

C3.4 - Sprechi e pratiche dannose per l'ambiente

Non ci sono pratiche dannose per l'ambiente né sprechi di risorse, come da descrizione presente in altri temi.

VERSO IL BENE COMUNE

Non riteniamo ci siano aspetti da migliorare su questo tema.

C4

CONDIVISIONE DELLE DECISIONI E TRASPARENZA NELL'ORGANIZZAZIONE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

C4.1 - Trasparenza nell'organizzazione

In CAES c'è la massima trasparenza nella condivisione delle informazioni, che avviene durante le riunioni periodiche di staff.

I dati aziendali, da quelli relativi ai prodotti ai verbali della Società ai bilanci, vengono visionati solo da chi ne ha specifico interesse in quanto esistono regole stringenti in ossequio della legge sulla privacy. Tuttavia, i dati finanziari relativi all'andamento dell'organizzazione (ad esempio, portafoglio e produzione del periodo contingente), vengono generalmente condivisi durante le suddette riunioni.

100%

Grado di trasparenza dei dati critici e fondamentali - Anno 2025

C4.2 - Legittimazione del management

I membri del CDA di CAES sono generalmente stati invitati ad esserlo dalla Direzione. Solo un paio di essi sono diretta rappresentanza dei soci di CAES. I lavoratori di CAES possono potenzialmente dare dei feedback al management (nel senso di poterli contattare direttamente) ma di solito questo non avviene. Il rapporto tra management e lavoratori è mediato dalla Direzione: i lavoratori di solito vengono coinvolti, sull'aspetto decisionale, solo nelle riunioni di staff.

Esistono però alcune occasioni, di solito rispetto a specifici progetti, in cui vi è una collaborazione diretta tra il singolo lavoratore ed il consigliere. In altri casi, è stato chiesto ai lavoratori di partecipare alle riunioni del CDA, soprattutto quando hanno potuto portare un proprio contributo alle tematiche affrontate in Consiglio.

C4.3 - Coinvolgimento dei lavoratori

I lavoratori vengono coinvolti in tutte le decisioni aziendali. Periodicamente, in base alle necessità, viene convocata una riunione di staff. In questa sede vengono espressi i pareri di tutti: dalle questioni più operative per cui serve un confronto agli aspetti più strategici che riguardano l'azienda. Su questi ultimi, in particolare, generalmente i lavoratori vengono informati prima rispetto al CDA di quanto la Direzione ha intenzione di fare. Sulle questioni più rilevanti di solito viene richiesto un parere ai lavoratori (vi è un'abitudine di confronto di natura informale da parte della Direzione; non c'è uno strumento formalizzato), che in molti casi viene tenuto in considerazione nella decisione finale; il tentativo di coinvolgere i lavoratori è importante ma, al momento, il tipo di coinvolgimento attuato è quello della **consultazione** e **del dialogo**.

Mentre il CDA decide solo in merito alle scelte

strategiche, gli aspetti più operativi vengono invece decisi durante le riunioni di staff: sono i lavoratori a segnalare, ad esempio, se è opportuno rivedere/revisionare un prodotto assicurativo. Le scelte partono e sono elaborate, quindi, dal basso: i lavoratori non votano (non esiste un metodo definito) ma, di volta in volta, si affrontano le situazioni cercando il **consenso comune**, pur nella complessità di questa modalità di confronto.

Sono state valutate alcune ipotesi di **coinvolgimento dei lavoratori a livello politico, con l'obiettivo che vi sia una rappresentanza dei lavoratori all'interno del CDA**. La prima opzione, analizzata nel 2025 e poi superata, vedeva la creazione di un'associazione dei lavoratori di CAES che potesse diventare socia del Consorzio. In questo modo, l'associazione avrebbe potuto designare un membro dei lavoratori in Consiglio. In alternativa all'associazione dei lavoratori, è stata valutata positivamente una proposta più semplice da gestire a livello burocratico, ossia la **modifica dello Statuto di CAES in modo che esso preveda la partecipazione di "diritto" di un rappresentante dei lavoratori all'interno del CDA**.

Con questo obiettivo, a fine 2025 i lavoratori hanno realizzato congiuntamente un Regolamento che norma l'elezione del rappresentante dei lavoratori di CAES all'interno del CDA. La proposta di modifica dello Statuto verrà posta all'attenzione dei soci. Nel frattempo, è considerato prioritario e propedeutico il lavoro sul coinvolgimento dei lavoratori e sulla condivisione della visione aziendale che verrà attuato nel 2026. Da questo lavoro di condivisione si vorrebbe scaturisse **la scrittura di un Codice Etico** di cui al momento il Consorzio non dispone.

C4.4 - Impedimento della rappresentanza aziendale

Non esiste una rappresentanza sindacale o dei lavoratori perché non ce n'è mai stato bisogno in

quanto i lavoratori si confrontano direttamente con la Direzione durante le riunioni di staff e, in quella sede, espongono le loro questioni e ne discutono (anche relativamente ad aspetti quali retribuzioni, conciliazione vita-lavoro, ecc.). Attraverso l'adozione del Regolamento interno i lavoratori hanno potuto migliorare la qualità della loro partecipazione alla "comunità dei lavoratori" partecipando attivamente alla sua stesura.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Aumentare il coinvolgimento dei lavoratori nei processi decisionali e partecipativi.

AZIONI

1. Individuare strumenti di coinvolgimento dei lavoratori e favorire una conoscenza più diretta tra i lavoratori e il management. Per migliorare il processo di coinvolgimento dei lavoratori si è deciso di utilizzare già nel 2024 lo strumento del Diario di Bordo, con la finalità di responsabilizzare e dare attuazione agli obiettivi e azioni programmate. Prevedere la partecipazione di "diritto" di un rappresentante dei lavoratori all'interno del CDA, attraverso la modifica dello Statuto di CAES.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Nel 2025 il Diario di Bordo è stato valutato come uno strumento non adatto per favorire il coinvolgimento di tutti i lavoratori. Si è deciso di creare un percorso di coinvolgimento dei lavoratori e di condivisione della visione aziendale da cui possa scaturire la scrittura congiunta di un Codice Etico.

Entro il 2026

Nella pagina a fianco: il gruppo dei lavoratori di CAES, un momento di confronto tra i lavoratori. Foto di Alessia Gatta.



Tema D

CLIENTI E CONCORRENTI

D1

Relazioni etiche con i clienti

D2

Cooperazione e solidarietà
con i concorrenti

D3

Impatto ambientale dell'utilizzo
e del fine vita di prodotti e servizi

D4

Partecipazione dei clienti
e trasparenza dei prodotti

D1

RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

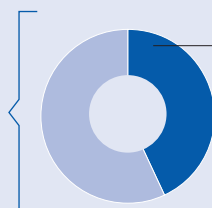
D1.1 - Relazioni etiche con i clienti

Orientamento al cliente e cura della relazione

L'obiettivo di CAES è quello di rispondere ai bisogni assicurativi dei propri clienti, essenzialmente enti del non profit e persone ad essi collegate, ma anche piccole medie imprese.

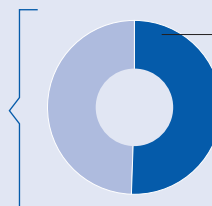
Il Terzo Settore cliente di CAES - Anno 2025

**Polizze
complessive**
Nr. **14.302**



**Polizze
sottoscritte
da ETS**
Nr. **6.180**
Pari al **43%**
del totale

**Premi netti
incassati**
€ **3.974.350**



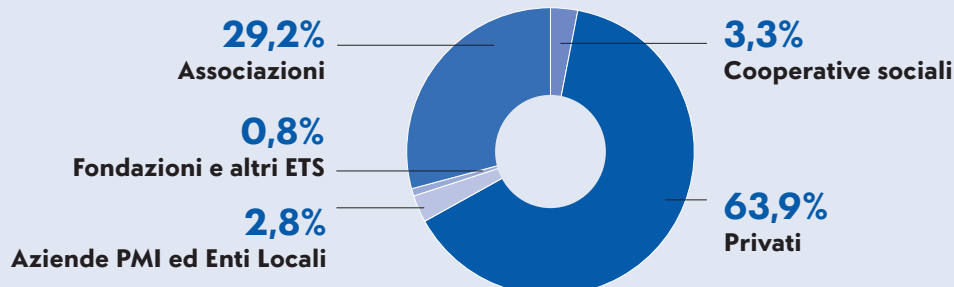
**Premi netti
incassati
polizze ETS**
€ **2.009.310**
Pari al **50,6%**
del totale

Nel 2025 abbiamo assicurato

Tipologia clienti	Nr. soggetti 2025	Settore	Premi netti incassati	% Fatturato
Cooperative sociali (pari all'1,7 % delle cooperative sociali italiane) *	318	ETS	€ 2.009.310	50,6 %
Associazioni (pari all'1,3 % delle associazioni italiane) * di cui:	2.806	ETS		
• Banche del tempo	94			
• Botteghe del mondo	131			
Fondazioni	45	ETS	€ 343.529	8,6 %
Altri enti no profit ed ETS (imprese sociali, enti religiosi, ecc.)	29	ETS		
Aziende PMI ed Enti Locali di cui: 28 aziende agricole	270	For profit e pubblico	€ 343.529	8,6 %
Privati	6.150	Persone	€ 1.621.511	40,8 %

* Dagli ultimi dati ISTAT disponibili riferiti al 31/12/2023 su Struttura e profili del Settore Non Profit, si evince che nel 2023 risultavano attive in Italia: 14.343 cooperative sociali e 314.346 associazioni riconosciute e non riconosciute.

I nostri clienti nel 2025



Per rispondere in modo adeguato ai bisogni assicurativi delle diverse tipologie di clienti, riteniamo importante promuovere un'educazione finanziario-assicurativa che abbia lo scopo di rendere i clienti più consapevoli della loro situazione e delle loro conseguenti necessità, anche se latenti. A tal fine partecipiamo a convegni o iniziative di divulgazione - aperte al pubblico o mirate a determinate cerchie di clienti - sulla base di richieste da parte dei rispettivi gruppi di appartenenza. La nostra relazione con il cliente è impostata sull'ascolto e sull'orientamento al bisogno ed è coerente con quanto stabilito all'interno del nostro Statuto: *"Il Consorzio si propone di attivare un processo di etica assicurativa anzitutto con l'obiettivo di promuovere e di consolidare, attraverso la creazione di un movimento di consumatori assicurativi consapevoli, un'assicurazione eticamente orientata per riportare l'istituto della assicurazione nell'alveo che le è proprio di garanzia contro i rischi, depurandolo dai vizi di un sistema improntato esclusivamente alla tutela del profitto della compagnia assicuratrice"*.

Tutto ciò si concretizza in diversi modi. In primis con **la rinuncia della vendita a priori** di uno o più prodotti assicurativi: proponiamo solo ciò che ci sembra adeguato alle esigenze e non collochiamo con l'esclusivo obiettivo di vendere. Abbiamo sperimentato negli anni che questo tipo di approccio è funzionale all'instaurarsi di una relazione di fiducia con i nostri assicurati. L'assicurarsi con CAES diventa una scelta ed una condivisione dei nostri valori. Il nostro modo di fare assicurazione si esprime, infatti, in un sistema valoriale in cui le relazioni economiche e sociali mettono l'uomo e l'ambiente al centro del rapporto e non assecondano le logiche di puro profitto. I prodotti di CAES si distinguono per eticità, mutualità, equità, solidarietà e trasparenza e sono in grado di soddisfare i fabbisogni assicurativi di cooperative sociali, associazioni, imprese e famiglie attraverso una gamma caratterizzata da un'ampia copertura di rischi. È possibile trovare l'elenco di tutti i prodotti proposti, distinti per categoria di destinatari, a questo link del nostro sito:

www.consorziocaes.org/servizi-e-polizze

Focus L'OBLIGO DI COPERTURA CONTRO LE CAT-NAT

Nel 2025 è scattato l'obbligo di copertura assicurativa per gli Iscritti alla Camera del Commercio contro gli eventi catastrofici (terremoto, alluvione, inondazione e frane). Nel perimetro dei soggetti assicurabili rientrano anche gli Enti non profit iscritti al Registro delle imprese. **CAES ha svolto un importante lavoro di analisi e di ricerca nei primi mesi dell'anno in cui, nonostante l'imminente obbligo assicurativo, la normativa non era molto chiara su diversi aspetti.** Ci siamo confrontati con diversi consulenti specializzati in materia ed abbiamo seguito alcune conferenze autorevoli, al fine di poter reperire le informazioni corrette da trasferire ai nostri clienti. Attraverso la raccolta delle istanze sollevate dai nostri clienti su questo tema, abbiamo realizzato alcune comunicazioni contenenti i principali chiarimenti che a nostro avviso era necessario fornire e le abbiamo veicolate ai nostri assicurati tramite e-mail o attraverso il nostro sito pubblico. In questo modo e attraverso confronti diretti abbiamo fornito loro la consulenza necessaria per assicurarsi consapevolmente. Allo stesso modo, abbiamo in parte partecipato ai lavori di realizzazione del prodotto di Assimoco dedicato alla copertura delle catastrofi naturali e, **grazie al nostro intervento, è stato possibile migliorare la clausola relativa alla denuncia e liquidazione dei sinistri, rendendola più semplice dal punto di vista degli adempimenti richiesti all'Assicurato.**

L'orientamento al cliente si nota anche nel fatto che il nostro portafoglio polizze è composto da molti contratti di piccola entità (con premi anche di 50€). Spesso questi vengono richiesti da piccoli clienti del non profit che manifestano l'esigenza di un'assicurazione minima per i propri volontari. CAES non si esime mai da questo tipo di sottoscrizioni, qualora le ritenga adeguate alla situazione del richiedente, anche se, a tutti gli effetti, una polizza con queste caratteristiche richiede lo stesso tipo di operatività e lo stesso tempo di una polizza economicamente più importante. Spesso il problema che riscontriamo nel cliente ente non profit è quello dei costi da sostenere: per questo motivo cerchiamo di trovare il giusto compromesso tra il prodotto offerto ed il suo costo. Non proponiamo, a priori, né il prodotto più caro né quello più economico ma quello adeguato. Il prendersi cura del cliente si evince, durante il rapporto assicurativo, dal rispondere in maniera puntuale alle richieste di chiarimento rispetto alle polizze stipulate. Esso emerge inoltre nella fase di gestione dell'eventuale sinistro. In CAES vi è una persona dedicata alla gestione delle pratiche di sinistro; inoltre, una volta alla settimana, ci avvaliamo della presenza in ufficio di un avvocato che affianca i nostri assicurati con una consulenza gratuita. CAES non vuole quindi solo offrire dei prodotti assicurativi ma anche degli ulteriori servizi a supporto.

Nuovi clienti e fidelizzazione

Acquisiamo nuovi clienti in diversi modi e, in particolare, attraverso:

- **le reti di partnership** che abbiamo instaurato con realtà di rappresentanza che ci promuovono tra i loro soci/clienti (ad esempio, con Banca Etica o tramite gli accordi "Promuoviamoci" in, cui con i partner aderenti, ci promuoviamo reciprocamente).

Segnaliamo che nel 2025 è stato stipulato un accordo "Promuoviamoci" anche con:

- **la mutua sanitaria integrativa Insieme Salute.** Questa realtà si fonda su un modello mutualistico



aperto e inclusivo, che mette al centro la persona e promuove l'accesso a prestazioni sanitarie e servizi di prevenzione in un'ottica di sostegno reciproco, senza finalità speculative. La scelta di CAES di aderire a questa partnership nasce dall'affinità valoriale tra le due organizzazioni: entrambe operano secondo un modello non orientato al profitto ma al contrario alla tutela delle persone e alla costruzione di strumenti di protezione accessibili e sostenibili. L'integrazione tra assicurazioni etiche e sanità mutualistica rappresenta così una risposta concreta ai bisogni di sicurezza e benessere delle famiglie e delle comunità;



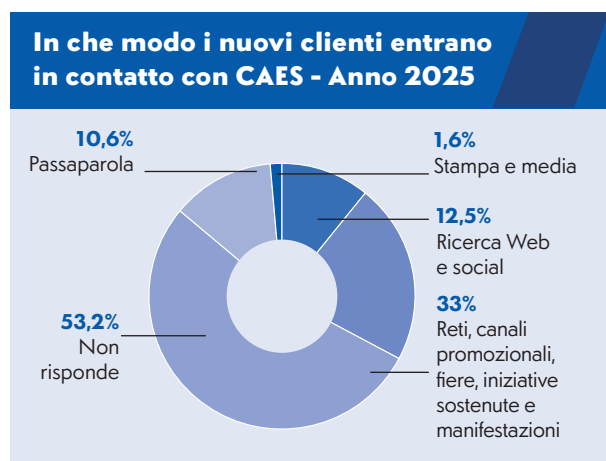
- **la cooperativa di produzione energetica Ènostra** che fornisce elettricità 100% rinnovabile. Ciò che unisce CAES ed Ènostra è una visione profonda del cambiamento sociale. Entrambe le realtà nascono con l'obiettivo di costruire una società più equa e sostenibile, agendo su due settori strategici come sono le assicurazioni e l'energia. Inoltre sono accomunate da una modalità di azione che si basa sulla partecipazione dal basso: proprio come CAES si fonda sulla mutualità e sul coinvolgimento degli assicurati per quanto riguarda la responsabilità sociale, Ènostra coinvolge attivamente i cittadini nella produzione e nel consumo di energia;



- **MO.VI, il Movimento di Volontariato Italiano**, la cui missione è quella di rappresentare la comunità dei volontari italiani, rafforzandone il peso sociale e politico e tenendo fede ai principi contenuti nella Carta dei Valori del Volontariato. Il MoVI nasce per diffondere una coscienza col-

lettiva in grado di contrastare le cause del disagio sociale e promuovere una società più equa.

- **il passaparola** di chi è già assicurato con noi;
- **i canali promozionali** che utilizziamo (portali on-line/testate editoriali in linea con i nostri valori);
- **le fiere/manifestazioni** a cui partecipiamo e le iniziative che sosteniamo nel corso dell'anno.



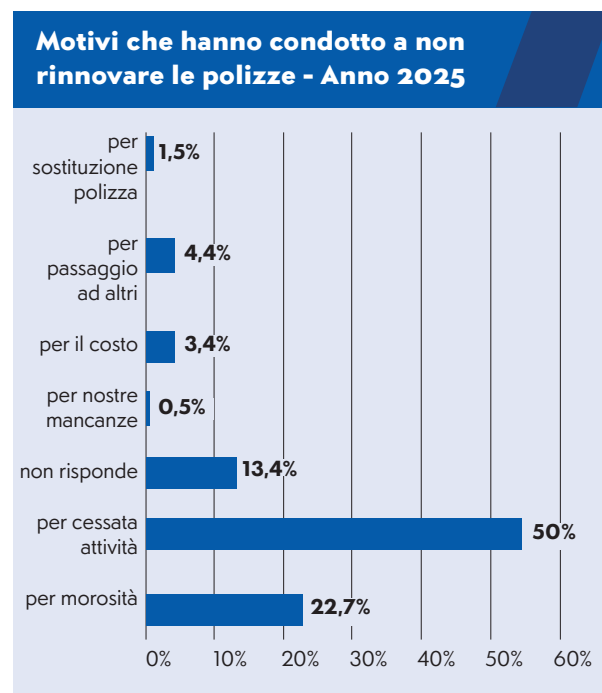
Da un punto di vista quantitativo, la fidelizzazione dei clienti può essere misurata con alcuni numeri. È impossibile misurare puntualmente la durata della relazione commerciale con ciascuno dei nostri clienti, però possiamo fare un'analisi complessiva rispetto al nr. delle polizze chiuse in relazione alle nuove polizze acquisite ed in relazione al totale delle polizze presenti in portafoglio al 31/12/2025:

ABBIAMO UN PORTAFOGLIO IN CRESCITA:

- +19% nel Ramo Auto
- + 6,92% negli altri rami (*variazione 2025/2024*);

- Nel **Ramo Auto** c'è stata una **diminuzione** della nuova produzione del **3,10%** rispetto alla nuova produzione del 2024;
- Negli **altri rami**, la nuova produzione ha avuto una **crescita del 5,32%** rispetto alla nuova produzione del 2024. Abbiamo inoltre un'incidenza più alta della nuova produzione sul portafoglio rispetto all'incidenza delle polizze perse (disdette e annullate) sul portafoglio. Nello specifico, le **polizze nuove incidono per il 22,07%** mentre le **polizze chiuse per il 16,33%**.

Nel corso degli anni (ad esclusione del 2024 a causa di carenze organizzative) abbiamo inoltre analizzato il dato relativo alle ragioni per cui i nostri clienti hanno chiuso le loro polizze. Per il 2025 abbiamo rilevato che più della metà delle disdette sono dovute a valide ragioni.



Gestione commerciale, attività promozionale e comunicazioni ai clienti

CAES è un intermediario assicurativo, pertanto, i suoi ricavi consistono nelle provvigioni calcolate come percentuale sui premi delle polizze incassate. Nel mercato assicurativo, generalmente, le agenzie si avvalgono di produttori ossia di collaboratori con un profilo commerciale che hanno il compito di acquisire nuovi clienti e che vengono retribuiti anch'essi a provvigione. CAES invece da sempre ha fatto la scelta di **assumere tutti i propri collaboratori**. Essi sono, a tutti gli effetti, dipendenti con uno stipendio fisso indipendentemente dal ruolo (commerciale o meno) che ricoprono. In questo modo si garantisce quanto specificato sopra: nessun collaboratore cercherà di vendere il più possibile per ottenere un maggior tornaconto personale. D'altra parte, CAES non stabilisce degli obiettivi di fatturato per il proprio personale: l'obiettivo non è la quantità ma la qualità del servizio offerto.

Negli ultimi anni, grazie ai buoni risultati economici conseguiti dall'azienda, ogni lavoratore ha ricevuto un **premio di produzione**. Esso sta a significare che l'organizzazione ha fatto bene grazie al contributo di ciascuno, indipendentemente dal ruolo ricoperto. In questo modo si evidenzia anche il fatto che per CAES non sono importanti solo la nuova produzione e la crescita del portafoglio gestito ma anche il mantenimento e la cura della clientela già acquisita (cura che porta alla fidelizzazione).

Restano validi, **come strumenti per misurare la responsabilità sociale dei clienti, il Rating di sostenibilità e il Rating del bene comune** che mettiamo a disposizione dei nostri assicurati. Il Rating di sostenibilità, sviluppato nell'ambito del progetto Eticapro, valuta i comportamenti degli enti giuridici sui temi ESG (ambientale, sociale e di governance). Lo possono ottenere associazioni, cooperative sociali, Enti del Terzo Settore in genere ed imprese, rispondendo alle domande di uno specifico questionario. Il Rating di sostenibilità permette di definire il posizionamento del proprio ente su tutte le macro tematiche dell'Agenda 2030: conoscere il proprio punto di partenza rispetto a temi sempre più importanti al giorno d'oggi può aiutare a definire un percorso di miglioramento. Il Rating del bene comune si rivolge invece alle persone fisiche ed è stato realizzato sulla base dei principi dell'Economia del Bene Comune (ECON-GOOD). Il Rating del bene comune rileva il profilo di responsabilità sociale delle persone, valutandone i comportamenti sui temi della dignità umana, della democrazia, della solidarietà, della giustizia e della sostenibilità ambientale. Con questo strumento, vogliamo creare consapevolezza tra i nostri assicurati sulle responsabilità che derivano dallo stile di vita di ognuno. Nell'e-mail con cui confermiamo a chi ha compilato il questionario l'entità del loro Rating del bene comune, diamo inoltre dei suggerimenti per migliorare la propria attenzione verso i temi dei consumi responsabili. Il Rating di sostenibilità ed il

Rating del bene comune sono strumenti importanti perché, ad oggi, nel panorama assicurativo italiano, non esiste nessuno strumento che vada a quantificare il livello di sostenibilità degli assicurati. Inoltre, grazie ad essi, come assicurazione eticamente orientata, abbiamo un motivo in più per **eliminare il concetto di "sconto commerciale" sulle polizze assicurative**, che crea iniquità e favoritismi, andando a sostituirlo con un'agevolazione economica basata sul profilo di responsabilità sociale di chi si assicura con noi. In questo modo, **l'assicurazione diventa quindi sempre più un servizio che "premia" i comportamenti responsabili**.

Riguardo l'aspetto comunicativo, da settembre 2024 abbiamo realizzato una **newsletter mensile**. Obiettivo della newsletter è quello di condividere notizie dal nostro mondo, materiale utile per approfondimenti, eventi da segnare in agenda e una rassegna stampa ragionata su che cosa accade nel comparto assicurativo. La newsletter si rivolge sia ai già assicurati che a coloro che risultano semplicemente interessati al tema delle assicurazioni etiche. **Grazie a questo strumento, vogliamo accrescere e consolidare la relazione con i nostri clienti, fornendo informazioni puntuali e avvicinandoli sempre più ad una materia importantissima quale è quella della mutualità solidale in campo assicurativo**.

Pubblichiamo inoltre sul nostro sito articoli con contenuto generico, che non sono rivolti solo ai nostri clienti ma anche ad altri soggetti appartenenti al terzo settore. Possono riguardare i nostri prodotti e le eventuali novità anche in termini di servizio offerto, la nostra partecipazione a eventi o manifestazioni o semplicemente raccontare cosa facciamo e chi stiamo assicurando. Questi articoli vengono successivamente pubblicati sui nostri canali social: Facebook, X e LinkedIn.

Abbiamo inoltre attivato uno strumento di comunicazione diretto ai nostri clienti: di fatto una newsletter senza contenuti promozionali o pubblicitari

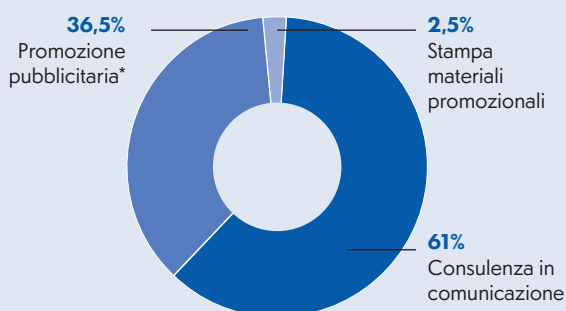
ma con l'obiettivo di informare e "formare" i nostri assicurati sui prodotti da loro acquistati o di potenziale il loro interesse (l'abbiamo chiamato "Approfondimento assicurativo"). Con questo strumento abbiamo fornito diverse informazioni: dal come si compila un modulo di denuncia sinistro a come si redige correttamente il Registro dei volontari per un Ente del Terzo Settore. È uno strumento che in questi ultimi anni stiamo utilizzando in modo più sporadico ma comunque presente per le necessità informative più specifiche.

Nel nostro sito web, per ogni prodotto offerto, si trovano i Set informativi contenenti le condizioni di polizza complete, che è obbligatorio pubblicare secondo la normativa assicurativa vigente.

Per ciascun prodotto, abbiamo inoltre realizzato una scheda informativa che ne riassume in pochissime pagine i pro e i contro (intesi come eventuali limiti o franchigie presenti), al fine di agevolare la comprensione da parte dei nostri potenziali clienti.

Dettaglio del budget destinato a marketing e pubblicità - Anno 2025

TOTALE: € 47.927



**Nelle spese di promozione pubblicitaria sono incluse le promozioni effettuate tramite enti del non profit. Queste attività promozionali anche se, a tutti gli effetti sono spese di pubblicità, nel concreto rappresentano un sostegno al territorio. Per questo motivo, come negli anni precedenti, vengono conteggiate anche ai fini del sostegno al territorio ed alle comunità (tema E2.2)*

Gestione dei reclami

In ambito assicurativo, la gestione dei reclami è strettamente regolata dalla normativa di settore. L'obiettivo è quello di dare opportuno riscontro in tempi certi al reclamante. Il reclamo viene definito come "una dichiarazione di insoddisfazio-

ne in forma scritta che viene mossa da un cliente nei confronti di un'impresa o di un intermediario assicurativo". Esso è relativo a un contratto o a un servizio assicurativo e può riguardare la gestione del rapporto contrattuale oppure la gestione di un sinistro.

O

numero dei reclami ricevuti da CAES nel 2025

D1.2 - Assenza di barriere

In senso generale, da un punto di vista assicurativo, ci possono essere barriere all'acquisto ed all'utilizzo dei servizi offerti se ci sono all'interno delle polizze delle specifiche limitazioni o esclusioni per determinate categorie di soggetti (si pensi alle persone molto anziane o alle persone diversamente abili). La prima polizza presente nel mercato assicurativo in cui sono state assicurate le disabilità è stata quella proposta da CAES. Secondo il nostro modo di interpretare il prodotto assicurativo (sia in ambito di responsabilità civile che - e soprattutto - in ambito di infortunio) e applicando il concetto di mutualità nel suo più ampio termine, il soggetto diversamente abile non deve essere considerato tale ma esattamente uguale alla persona normodotata.

Rispetto alla modalità di fruizione dei nostri servizi assicurativi, un possibile limite potrebbe consistere nel fatto che facciamo vendita a distanza. Nella realtà dei fatti, non rileviamo particolari problemi nella relazione con il cliente.

In fase assuntiva, il cliente riceve tutta la documentazione precontrattuale e contrattuale tramite e-mail e non ha di fronte a sé un consulente che gli spiega cosa deve compilare e sottoscrivere. La nostra disponibilità nell'affiancare il cliente anche a distanza, tuttavia, sopperisce a questa assenza fisica e porta all'effettiva conclusione del contratto assicurativo.

Dal 2024 abbiamo cominciato a digitalizzare completamente il processo di sottoscrizione delle polizze. A seguito dell'acquisizione dello strumento di firma FEA OTP (descritto nel tema E3.1), abbiamo infatti predisposto un apposito applicativo grazie al quale i nuovi clienti vengono guidati nei vari passaggi necessari per sottoscrivere una nuova copertura assicurativa. Direttamente da questo applicativo, essi possono compilare i questionari previsti dalla normativa, accettare le dichiarazioni stabilite dal contratto e pagare il premio per l'attivazione delle coperture. Infine, aderendo alla sottoscrizione della polizza tramite firma FEA OTP, possono siglare il contratto digitalmente. In questo caso, la scelta di un processo più sostenibile (che, di fatto, crea anche un senso di appagamento per il cliente che ci sceglie) si è tradotta anche in una semplificazione delle procedure per chi le adotta. Ai clienti è sempre comunque lasciata la possibilità di sottoscrivere la documentazione in modo tradizionale (tramite cartaceo) o se preferiscono, possono venire presso la nostra sede di Milano. Anche nella situazione in cui si verifica un sinistro, il fatto che la nostra agenzia supporti il cliente a distanza non ha portato a disservizi o particolarmente nei confronti dello stesso.

Clienti che si occupano di persone con svantaggi per condizioni fisiche, psichiche, economiche, sociali o familiari

Nel 2025 il 50,6% del portafoglio gestito da CAES si riferisce a polizze stipulate da Enti del Terzo Settore. Per convenzione, ai fini degli indicatori probanti di cui sotto, abbiamo considerato solo quegli enti che si occupano di disagio, ossia cooperative sociali, onlus e associazioni di volontariato (odv) - laddove sia stato possibile identificarle come tali nel nostro database (ad esempio, laddove una realtà è indicata semplicemente come "associazione" non l'abbiamo inclusa nel calcolo). Rispetto invece ai clienti persone fisiche, possia-

mo considerare clienti che possono avere delle condizioni di svantaggio le persone straniere che ci richiedono una polizza Incendio/Scoppio che non conoscendo bene la normativa hanno bisogno di maggiore supporto informativo, a seguito della stipula del mutuo con Banca Etica. Lo svantaggio deriva dal fatto che questi clienti spesso non capiscono cosa ci stanno richiedendo, né per cosa si stanno assicurando. Per cercare di risolvere questi disallineamenti informativi, abbiamo proposto ai nostri interlocutori di Banca Etica alcune possibili soluzioni. Infatti, spesso la terminologia utilizzata all'interno delle polizze assicurative proposte dalle compagnie non è semplice. Per questo motivo, dobbiamo sopperire dando informazioni aggiuntive, verbalmente o telefonicamente.

Le imprese che si rivolgono a noi, siano esse di piccole o grandi dimensioni, godono esattamente degli stessi servizi da parte nostra (si veda quanto scritto nel tema D1.1). I nostri prodotti e servizi sono infatti dedicati, a tutti gli effetti, agli enti del non profit (soggetti di piccole dimensioni impegnati nel bene comune su vari fronti) e studiati per le loro esigenze; all'interno delle condizioni di polizza che offriamo loro vi sono quindi già presenti delle personalizzazioni che li possano tutelare al meglio.

ANNO 2025	
CLIENTI (PERSONE GIURIDICHE) CHE SI OCCUPANO DI PERSONE SVANTAGGIATE	PREMI NETTI INCASSATI
Cooperative sociali	€ 623.422
Organizzazioni di volontariato	€ 193.690
Fondazioni di comunità	€ 62.050
Altre Onlus	€ 124.550
TOTALE PREMI DI RIFERIMENTO	€ 1.003.712
TOT PREMI	€ 3.974.350
	
% sul totale premi: 25,25%	

Su questo aspetto, aggiungiamo che la nostra polizza Infortuni Utenti esprime un'attenzione particolare alla tutela del disagio.

È stata infatti appositamente studiata a favore degli enti non profit per tutelare i fruitori dei loro servizi (minori, persone con disabilità, anziani, ecc.) da possibili infortuni. La polizza mantiene un costo contenuto e dei massimali minimi ed è stata creata come polizza relazionale tra gli enti contraenti e le famiglie dei loro utenti.

Abbiamo quindi ritenuto utile inserire come indicatore probante anche la % di queste polizze rispetto al nr. totale.



D1.3 - Attività di marketing e comunicazione non etiche

Non rileviamo attività commerciali che presentino potenziali criticità dal punto di vista etico.

Rimandiamo a quanto già indicato al punto D1.1. per le attività di comunicazione finalizzate alla divulgazione di conoscenze.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Approfondire i bisogni assicurativi dei clienti ed acquisirne i dati e le informazioni necessarie.
2. Migliorare gli strumenti formativi e informativi a favore dei clienti inerenti la cultura assicurativa.
3. Valutare la soddisfazione del cliente rispetto alla gestione delle pratiche di sinistro.
4. Continuare a monitorare e comprendere le motivazioni di chi ci manda le disdette.
5. Ridurre le barriere per i clienti.

AZIONI

1. • Nel 2023 è stato predisposto uno strumento di profilazione che ci consente di acquisire informazioni più complete sul cliente. È stato sviluppato il Rating di sostenibilità per gli enti giuridici.
• Nel 2024 l'attività è stata completata in quanto è entrato in linea anche il Rating del bene comune per i clienti persone fisiche.
• Promozione dei due Rating attraverso i nostri canali di comunicazione.
• Approfondire e sviluppare una politica in merito agli obblighi assicurativi contro gli eventi catastrofali in termini di impatto sociale (es. ricadute su soggetti più fragili): studiare la normativa e provare a trovare strategie e soluzioni.
2. Piano redazionale per newsletter o altri canali informativi per trasmettere contenuti formativi in materia assicurativa.
3. Prevedere la richiesta di feedback automatizzati alla chiusura della pratica di sinistro.
4. Analisi e reportistica sulle motivazioni delle disdette.
5. • Messa a disposizione dei clienti dello strumento di firma digitale FEA OTP.
• Implementare la sottoscrizione delle appendici di polizza da parte dei clienti con FEA OTP (raggiungimento di un processo di vendita digitalizzato al 100%).

STATO DI AVANZAMENTO

1. • Entrambi i Rating permettono di definire un eventuale percorso di miglioramento acquisendo informazioni complete dei clienti.
Realizzati tutti gli strumenti.
• Stiamo promuovendo gli strumenti nella comunicazione, azione che ci permetterà di raccogliere ed analizzare i risultati.
Entro il 2028.
• Rispetto agli obblighi assicurativi contro gli eventi catastrofali, nel 2025 è stato fatto un lavoro di ricerca/analisi delle normative, ascolto delle esigenze dei clienti e comunicazione chiarendo requisiti e obblighi. Si è inoltre riusciti ad intervenire sul prodotto proposto da Assimoco, migliorandone i contenuti tecnici.

2. Nel 2024 è nato lo strumento della Newsletter ed è stato creato un glossario di CAES promosso attraverso i canali social.
Realizzato e a regime
3. Obiettivo a lungo termine - dopo avere implementato l'area gestione sinistri nel nostro sistema operativo.
L'obiettivo è condizionato alla migrazione in corso nel nostro gestionale e pertanto si prevede di arrivare a conclusione a fine 2028
4. Attività ripresa dal 2025 in modo continuativo.
Realizzato e a regime.
5.
 - Nel 2023 è stato realizzato lo strumento di firma digitale FEA OTP.
 - Nel 2024 è stato migliorato il processo di digitalizzazione e di gestione delle pratiche precontrattuali e contrattuali. Resta da sviluppare la FEA OTP per le appendici di polizza.

D2

COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

D2.1 - Cooperazione e solidarieta' con i concorrenti

Al momento, le attività di cooperazione attivate con i concorrenti sono riconducibili ad accordi di collaborazione con altri intermediari assicurativi (nr. 10 collaborazioni con broker, agenti assicurativi e Banca Etica). Tali accordi per noi sono funzionali nel momento in cui non riusciamo a soddisfare le



esigenze assicurative dei nostri clienti con i prodotti delle compagnie con cui abbiamo mandato (Assimoco in primis e DAS Tutela Legale, compagnia specializzata nell'offerta di polizze di tutela legale). Un nostro socio, la cooperativa sociale Lo Scoiattolo, è anche concorrente in quanto, tra le sue attività, gestisce anche l'agenzia assicurativa ARESS. Con la creazione di Eticapro (si veda tema A2.1), abbiamo accettato che i prodotti prima distribuiti in esclusiva da CAES siano messi a disposizione di tutti gli altri agenti Assimoco aderenti alla rete Eticapro. Di fatto, abbiamo quindi trasferito a questi concorrenti il nostro know-how acquisito nel corso degli anni ed espresso nei contenuti delle nostre polizze.

Oltre al pregresso, anche tutto il lavoro che stiamo portando avanti insieme ai partner di progetto (ad esempio, gli sviluppi sui nuovi prodotti) va a beneficio diretto delle altre agenzie della rete Eticapro. Dal 2024 è stato aggiunto un tassello al percorso di confronto e di cooperazione insieme agli agenti Assimoco appartenenti alla rete Eticapro: si è costituita la Commissione Eticapro, un tavolo di confronto in cui alcuni agenti, rappresentanti dell'intera rete, si trovano con la compagnia e con CAES per discutere sui progetti e le opportunità derivanti dall'adesione a questa rete.

Essendo stato CAES il primo soggetto ad aver posto sul mercato dei prodotti dedicati al Terzo Settore, possiamo dire di essere stati un modello in questo ambito e di aver contribuito ad elevare gli standard di settore.

Al momento non riteniamo opportuno condividere il nostro know-how indistintamente con tutti i concorrenti. Siamo disponibili ed aperti ad un confronto ma facciamo una scrematura nella scelta dei soggetti con cui collaborare (ci riferiamo, in questo caso, a collaborazioni orizzontali ossia quelle stipulate con altri agenti o broker assicurativi), privilegiando coloro che hanno dei valori simili ai nostri. Anche perché, in senso generale, molti concorrenti (inten-

Cooperazione con...	N. di imprese nel 2025		
Imprese con stessi servizi in stessa area geografica *	105		
Imprese con stessi servizi in aree geografiche diverse	0		
Imprese di altri settori	0		
Associazioni / ONG / imprese per elevare / sociali di settore **	2		

* è stato considerato il nr. totale di intermediari Assimoco (agenzie e banche) aderenti alla rete Eticapro

** Forum per la Finanza Sostenibile (Cantieri ViceVersa) e RIES

Tempo investito per lo sviluppo di prodotti in collaborazione con i concorrenti * rispetto alle ore complessivamente lavorate in CAES			
	Ore di lavoro dedicate 2023	Ore di lavoro dedicate 2024	Ore di lavoro dedicate 2025
Progetto Eticapro **	2.177,3	1.403,25	2.220,5
Ore di lavoro complessivamente lavorate in CAES	13.863	14.100,77	15.539,45
Peso in %	15,71% 	9,95% 	14,29% 

* Imprese che si rivolgono allo stesso mercato di riferimento, anche nello stesso territorio

** Sottolineiamo che, in ambito Eticapro, vi è esatta corrispondenza tra il tempo/le risorse investite per lo sviluppo di prodotti in collaborazione con i partner e a beneficio diretto dei concorrenti rispetto al tempo/risorse complessivamente investiti per lo sviluppo di prodotti

dendo in questo caso le compagnie assicurative e non gli intermediari) hanno un impatto negativo molto pesante sia sulla società che sull'ambiente. Non abbiamo definito regole standard per l'apertura a nuove collaborazioni orizzontali. Potrebbe però essere interessante valutare, nel lungo termine, la predisposizione di un questionario valoriale da inviare a quei soggetti (agenti, broker) che ci chiedono di avviare una collaborazione, prima di stipulare l'accordo.

Stiamo inoltre partecipando a tavoli di confronto,

meglio descritti nel tema E4.2, in cui ci poniamo l'obiettivo di diffondere il concetto di assicurazione eticamente orientata.

D2.2 - Solidarietà con i concorrenti

In relazione a esigenze espresse da altri agenti appartenenti alla Rete Eticapro e da Banca Etica, abbiamo svolto attività di consulenza specifica, con un supporto formativo, per affrontare casi particolari di assicurazioni a favore di enti non profit e dare un supporto nella vendita di prodotti assicurativi in modo autonomo.

D2.3 - Abuso di posizione dominante sul mercato nei confronti dei concorrenti

Non è intenzione di CAES danneggiare le imprese concorrenti. Non è nostra priorità conquistare fette di mercato sempre maggiori: da un punto di vista economico e finanziario l'importante è garantire la solidità della nostra impresa.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Condividere valori e principi con i collaboratori (agenti e broker).

AZIONI

1. Redazione di un questionario valoriale da sottoporre ad agenti e broker che ci chiedono una collaborazione.

STATO DI AVANZAMENTO

1. È oggetto di riflessione se creare una Rete di broker propria di CAES, però con criteri definiti. Per CAES questo è un tema strategico anche in ottica di crescita. Potrebbe essere appropriato valutare come condividere i valori, in linea con quanto già definito per i collaboratori.

Entro il 2028

D3

IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE VITA DI PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

D3.1 - Rapporto costi/benefici ambientali di prodotti e servizi (efficienza e circolarità)

Molti dei prodotti che distribuiamo incentivano il rispetto dell'ambiente. In alcuni casi si tratta di agevolazioni previste dalla compagnia Assimoco (non nascondiamo che esse sono dipese spesso da una nostra pressione e contaminazione):

- tariffe RC Auto inferiori per chi assicura un'auto elettrica o ibrida;
- possibilità di inserire, in abbinamento ad una polizza RC Auto, un pacchetto di garanzie dedicato al ciclista, che lo tutela per danni provocati a terzi (responsabilità civile) durante l'utilizzo della bicicletta, per infortuni subiti e con l'assistenza che si attiva in caso di guasto o rottura. Il pacchetto copre l'intestatario dell'auto assicurata e i figli minori trasportati in bicicletta con seggiolino omologato.

In altri casi parliamo invece di agevolazioni inserite grazie all'intervento di CAES:

- lo sconto sulle polizze RC Auto ETICAR derivante dall'essere titolari di un abbonamento annuale ai mezzi pubblici, atto a premiare sistemi di mobilità alternativi a quello automobilistico;
- l'eliminazione delle franchigie e il raddoppio dei massimali sulla polizza Infortuni (prodotto Infortuni Eticapro Assimoco), quando l'infortunio si verifica mentre ci si muove in modo sostenibile (ad esempio, in bicicletta, a piedi o con i mezzi pubblici).

Il **Rating di Sostenibilità** ed il **Rating del Bene Comune** (si veda il tema D1.1) analizzano, tra le

altre, anche le ricadute ambientali delle azioni svolte dai nostri clienti assicurati.

L'impatto ambientale negativo (dei nostri prodotti) derivante dal consumo di carta, dalla stampa e dalla spedizione dei documenti contrattuali che i nostri clienti ci devono restituire è stato eliminato al 90% con la digitalizzazione del nostro processo di vendita (si veda tema D1.2).

Prodotti assicurativi con caratteristiche ambientali

	N. Polizze 2023	N. Polizze 2024	N. Polizze 2025
Rc Auto ETICAR	933	1.018	1.188
Infortuni Eticapro Assimoco	37	34	46
Totale	970	1.068	1.234
Polizze complessive al 31/12	11.342	12.856	14.302
% polizze con caratteristiche ambientali	6,86% 	8,31% 	8,63% 

D3.2 - Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)

All'interno dei processi di co-progettazione avviati con i nostri assicurati e/o dei contenuti dei nostri prodotti sono inserite logiche di circolarità, efficienza e sufficienza. La circolarità, intesa come l'evitare gli sprechi, e la sufficienza, intesa come uso moderato e critico del prodotto assicurativo, sono state, ad esempio, più volte proposte e condivise all'interno della Commissione ETICAR, per il miglioramento del progetto dedicato all'RC Auto. Insieme agli assicurati, stiamo infatti spingendo la compagnia a realizzare un prodotto RC Auto a consumo (polizza chilometrica), che vada di conseguenza a premiare l'uso moderato dell'automobile e le minori emissioni da essa prodotte.

Dato che, per raggiungere questo, la compagnia ritiene necessario incrementare il portafoglio relativo



Il vademecum realizzato all'interno del gruppo di lavoro sulla comunicazione della Commissione ETICAR ([scaricabile a questo link](#))

ad ETICAR, nel 2025 è stato creato all'interno della Commissione un gruppo di lavoro sulla comunicazione con l'obiettivo di creare strumenti adeguati per la promozione di ETICAR. Grazie all'attività di questo gruppo è stato realizzato un **vademecum su ETICAR** che ne racconta le caratteristiche e le finalità, utilizzando un linguaggio semplice ed accessibile. Questo vademecum è stato poi divulgato nelle varie reti a partire da settembre 2025. **Questo gruppo di lavoro risponde, dal punto di vista del bilancio EBC, anche ad un'altra finalità, espressa nel tema E4.2: quella del maggiore coinvolgimento delle persone attraverso un miglioramento della comunicazione tra CAES, Assimoco e i potenziali assicurati con ETICAR.** Il tema della sufficienza può essere anche visto, in senso economico, nel nostro atteggiamento nei confronti dei clienti: non spingiamo a tutti i costi il cliente all'acquisto di uno o più prodotti assicura-

tivi ma gli consigliamo ciò che può effettivamente fare al caso suo, tenendo anche conto della sua capacità di spesa.

D3.3 - Accettazione intenzionale di un impatto ambientale eccessivo

Non abbiamo prodotti/servizi che impattano sull'ambiente sulla base di questi criteri.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Migliorare sotto l'aspetto socio-ambientale la qualità dei servizi assicurativi offerti.
2. Sviluppare prodotti che inglobano il principio della sufficienza.

AZIONI

1. Messa in linea dei Rating di Sostenibilità e del Bene Comune.
2.
 - Realizzazione di un prodotto RC Auto a consumo in ambito ETICAR.
 - Incentivare la partecipazione ad ETICAR tramite la proposta di messaggi e strumenti di comunicazione efficaci su ETICAR e sulla sua filiera.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Sono stati realizzati i due Rating. Entrambi gli strumenti permettono ai nostri clienti di diventare consapevoli dell'impatto delle proprie azioni.
A regime
2.
 - Obiettivo da pianificare per il futuro (non dipende da noi ma dalla compagnia).**In sospeso, legato ad azioni da parte della compagnia.**
 - Si raccoglieranno dati ai fini statistici dai contatori di lettura della pagina dedicata al vademecum.

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI E TRASPARENZA DEI PRODOTTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

D4.1 - Partecipazione dei clienti, co-progettazione dei prodotti e servizi e ricerche di mercato

I prodotti assicurativi offerti da CAES non vengono co-progettati con i clienti ma sono frutto dell'ascolto dei loro bisogni. I prodotti vengono costruiti a tutti gli effetti da parte della compagnia Assimoco; CAES viene coinvolto nella scrittura degli stessi e dà alla compagnia diversi input, provenienti dall'ascolto dei propri assicurati: può trattarsi di estensioni di garanzia espressamente richieste dai clienti - e che sono emerse da un dialogo con loro - oppure di criticità che abbiamo riscontrato nella gestione dei sinistri e che quindi riteniamo opportuno migliorare con una scrittura più completa dei testi. I prodotti che distribuiamo si adattano quindi alle esigenze dei clienti sulla base di una contrattazione specifica con la compagnia: CAES si fa portavoce di queste necessità. I nostri prodotti e servizi hanno quindi delle caratteristiche di sostenibilità che derivano dalla relazione con il cliente: per noi sostenibilità significa attenzione al non profit ed alle sue persone.

Possiamo invece parlare di co-progettazione quando con le singole realtà (tendenzialmente soggetti non profit e quindi figure giuridiche) entriamo nel dettaglio delle loro necessità e adattiamo ulteriormente i nostri prodotti. Questo avviene con diversi enti di dimensioni medio-piccole ma anche con soggetti di portata nazionale per i quali abbiamo costruito dei progetti assicurativi specifici andando a definire bene le loro caratteristiche e precisando

quelle estensioni non standardizzate (e quindi non presenti nel prodotto "classico") di cui possono avere bisogno.

Un importante esempio di co-progettazione è il progetto ETICAR relativo al prodotto RC Auto. Le polizze ETICAR possono essere sottoscritte solo da persone (e non da enti giuridici) che siano soci di Banca Etica, Amnesty International, Banche del Tempo aderenti all'Associazione Nazionale Banche del Tempo (BDT), GAS e DES censiti tramite CAES o aderenti alla RIES (Rete Italiana dell'Economia Solidale). ETICAR si caratterizza per:

- una forte valenza mutualistica, in un settore in cui le compagnie tendono alla segmentazione;
- la retrocessione di un contributo a favore della rete dell'economia solidale. Se l'andamento tecnico (rapporto sinistri/premi) del portafoglio ETICAR lo consente, parte del premio corrisposto dagli assicurati viene restituito, sotto forma di contributo. Di fatto, CAES rinuncia alle proprie sovrapprovvigioni per devolverle al progetto, facendo in modo che ETICAR diventi quindi uno strumento di sostegno economico al circuito del consumo critico;
- la Commissione ETICAR. Ed è questo l'aspetto fondamentale in tema di co-progettazione. Annualmente i rappresentanti delle realtà assicurate (mondo GAS, soci di Banca Etica, soci di Amnesty International e BDT) incontrano CAES e la compagnia assicurativa Assimoco in un'apposita commissione, nella quale ci si confronta per il miglioramento del Progetto. Anche i rappresentanti dei "clienti" vengono quindi invitati, in questa sede, a portare le richieste e/o i desiderata del loro gruppo di appartenenza ed a discuterle insieme ad Assimoco e a CAES.

Il 29 ottobre 2025 si è tenuta l'ultima Commissione ETICAR in cui si è trattato in particolare il tema della comunicazione e la volontà condivisa di promuovere ulteriormente ETICAR.

Uno strumento che è stato individuato come importante per raggiungere questo scopo è il vademecum realizzato nell'anno, frutto del lavoro congiunto del Gruppo di comunicazione della Commissione ETICAR (si veda tema D3.2). Si è accennato inoltre, da parte di Assimoco, ad una soluzione di copertura, in fase di studio, basata sulla "qualità" della guida del conducente che, attraverso l'utilizzo di un'applicazione dedicata, permetterà di proporzionare il pagamento della polizza in funzione del comportamento del guidatore.

I prodotti con una maggiore sostenibilità socio-ambientale realizzati con la partecipazione dei clienti sono tutti quelli nella cui costruzione tecnica siamo intervenuti, che possiamo identificare nei seguenti:

1. Prodotto RCT per cooperative sociali/associazioni/PMI.

Prevede contenuti che vanno a tutelare a 360° questi enti, in quanto l'elemento che si prende come riferimento per la valutazione delle attività da assicurare è sempre il loro Statuto/Visura.

 **Sostenibilità sociale:** mettiamo questi enti nella condizione di poter svolgere la loro attività in tutta sicurezza.

2. Prodotto Incendio/Furto per cooperative sociali/associazioni/PMI.

Prevede delle clausole contrattuali specifiche per le attività svolte da questi enti.

 **Sostenibilità sociale**

3. Prodotto Infortuni per gli utenti e soci degli ETS ed altri enti del non profit.

Si tratta del prodotto che individua un'attenzione particolare alla tutela del disagio, andando ad assicurare senza discriminazioni minori, persone con disabilità ed anziani che fruiscono dei servizi degli enti contraenti.

 **Sostenibilità sociale**

4. Prodotto Infortuni per i dipendenti, i collaboratori ed i tirocinanti degli ETS ed altri enti del non profit.

Prevede delle clausole contrattuali

specifiche per le attività svolte da questi enti.

 **Sostenibilità sociale**

5. Prodotto multirischi a tutela dei volontari.

Risponde agli obblighi assicurativi per i volontari previsti dal Codice del Terzo Settore (D.Lgs. 117/2017) includendo le tutele RCT, Infortuni e Malattia. Prevede delle clausole contrattuali specifiche per le attività svolte da questi soggetti.

 **Sostenibilità sociale**

6. Prodotto Casa/RC della famiglia.

È il prodotto completo a tutela dell'abitazione e del nucleo familiare. Prevede infatti le coperture Incendio, Furto, Assistenza, Tutela Legale e Responsabilità civile terzi derivante sia dalla proprietà/conduzione della propria casa che dalla vita privata (tutte le garanzie sono modulabili in base alle esigenze dei clienti). È stato studiato per far fronte a tutto ciò che può accadere all'abitazione e non lascia quindi spazio ad alcuna scopertura (include anche un indennizzo di primo soccorso nei casi di terremoto, inondazione o alluvione).

 **Sostenibilità sociale (e sicurezza sociale perché tutela in modo completo sia l'assicurato che l'eventuale banca a cui questa polizza può essere vincolata)**

7. Prodotto Infortuni per la persona.

È un prodotto infortuni modulabile che premia i comportamenti socialmente responsabili. Vengono infatti previsti indennizzi più alti ed azzeramenti di franchigia se l'infortunio si verifica mentre ci si sposta utilizzando mezzi di mobilità sostenibile oppure mentre si svolge attività di volontariato.

 **Sostenibilità sociale e ambientale**

8. Prodotto RC Auto ETICAR.

Anche questo progetto premia la mobilità sostenibile con uno sconto per i titolari di abbonamento annuale ai mezzi pubblici. Questa agevolazione è stata una delle proposte emerse dal confronto in co-progettazione con gli assicurati all'interno della Commissione ETICAR.

 **Sostenibilità ambientale**

Oltre a questi prodotti ve ne sono alcuni altri di Assimoco (quindi alla cui costruzione non abbiamo partecipato direttamente) in cui abbiamo potuto definire con la compagnia dei contenuti assicurativi aggiuntivi a favore di alcuni clienti specifici. Anche in questo caso, i contenuti derivano dall'ascolto delle esigenze assicurative dei nostri assicurati. Si tratta, nello specifico di:

9. Prodotto per le aziende agricole in cui abbiamo definito delle clausole specifiche per quelle aziende che praticano agricoltura sociale e/o biologica. Inoltre, per le stesse, abbiamo concordato un'agevolazione tariffaria definita;

10. Prodotto sugli impianti fotovoltaici in cui abbiamo previsto, per gli impianti relativi alle comunità energetiche, un'estensione di copertura sugli inverter (in aggiunta a quanto già stabilito nelle condizioni di prodotto), oltre ad aver contribuito all'inserimento di un'estensione specifica sulle batterie di accumulo;

11. Prodotto contro le catastrofi naturali in cui abbiamo contribuito alla riscrittura della clausola relativa alla denuncia e liquidazione dei sinistri, rendendola più semplice dal punto di vista degli adempimenti richiesti all'Assicurato.

100%*

Percentuale di innovazioni di prodotti e servizi realizzata grazie a suggerimenti da parte dei clienti - Anno 2025

** la percentuale non tiene conto dei prodotti intermediati da CAES e "costruiti" esclusivamente dalla Compagnia ma solo di quelli in cui CAES è entrata nel merito dell'aspetto tecnico*

8

Numero di innovazioni di prodotti e servizi con una maggiore sostenibilità socio-ambientale realizzati con la partecipazione dei clienti: (corrispondenti a quelli descritti e riportati in elenco) - Anno 2025

D4.2 - Trasparenza dei prodotti

La logica che CAES ha sempre applicato nel suo modo di lavorare è quella del **prezzo giusto** uguale per tutti (non abbiamo mai fatto distinzioni di premio, per esempio, tra cooperative sociali di tipo A e di tipo B, anche se di fatto svolgono attività molto diverse tra loro).

Nel corso degli anni, siamo riusciti a scardinare la logica per cui la cooperativa sociale non poteva accedere allo stesso prezzo degli altri clienti PMI (in quanto considerata più rischiosa, a causa di una parziale conoscenza della stessa). Questo tipo di atteggiamento ha poi orientato il mercato.

Non applichiamo inoltre prezzi differenziati dal punto di vista territoriale (il prezzo è uguale per tutti in tutta Italia). Su quest'ultimo aspetto, pensiamo al progetto ETICAR che, riferendosi alle polizze RC Auto, identifica una strada molto precisa (e ad oggi ancora controcorrente) verso la mutualità.

I premi delle polizze vengono stabiliti dagli attuari di compagnia, ma noi stessi siamo intervenuti in una loro analisi.

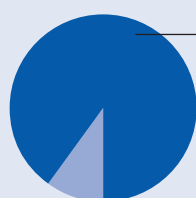
Rispetto alla trasparenza del prezzo, sui frontespizi delle polizze proposte da CAES, da sempre, è previsto il cosiddetto "Spazio trasparenza" in cui andiamo ad indicare la percentuale del premio pagato dal cliente che viene percepita da noi, in qualità di intermediario. Successivamente negli anni, questo tipo di indicazione è diventata obbligatoria per legge su tutte le polizze presenti nel mercato. Essendo i nostri prodotti offerti dalle polizze assicurative, non vi sono esternalità negative specifiche nella loro "costruzione" e nella nostra attività in generale. Anzi, come già specificato, spesso i prodotti stessi si fanno carico di elementi di sostenibilità sociale ed ambientale non comuni nel mercato.

Tutte queste informazioni vengono esplicitate all'interno delle condizioni di polizza e, in modo più chiaro e immediato, nelle schede informative appositamente create da noi e pubblicate sul nostro sito web.

Per una questione di chiarezza e completezza, se richiesto dal cliente nell'ambito di un confronto, facciamo delle comparazioni tra i nostri prodotti e quelli con cui lo stesso è al momento assicurato. Le comparazioni sono sempre oggettive e rilevano sia i pro che i contro di entrambe le proposte.

ANNO 2025

Premi netti incassati relativi a prodotti con informazioni complete sulla composizione e sulla costruzione del prezzo* € 3.558.694



89,54 %
% di prodotti con informazioni complete sulla composizione e sulla costruzione del prezzo (% sui premi netti incassati complessivi)

Entità dei costi esternalizzati di prodotti e servizi ND

Per il calcolo di questo dato si è fatto riferimento agli 8 prodotti già citati al punto D4.1 ed al prodotto fotovoltaico che è stato distribuito da CAES fino al 2011 (attualmente abbiamo ancora polizze di questo tipo in portafoglio) e che, trattandosi di un prodotto "realizzato" da noi presenta le stesse logiche di costruzione degli altri nostri prodotti

D4.3 - Assenza di indicazioni sulle sostanze pericolose

Trattandosi di prodotti assicurativi e quindi, di fatto, servizi, non si riscontrano criticità in questo senso.

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono obiettivi di miglioramento



Lo spazio di CAES all'edizione 2026 di Cont-Act, l'evento B2B organizzato da Equo Garantito a Milano



Tema E

CONTESTO SOCIALE

E1

Senso e impatto dei prodotti
e servizi sulla società *Agenda 2030*
e *Obiettivi di Sviluppo Sostenibile*

E2

Contributo dell'organizzazione alla collettività

E3

Riduzione dell'impatto ambientale

E4

Trasparenza e coinvolgimento
degli *stakeholder*

SENDO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

E1.1 - Prodotti e servizi che soddisfano i bisogni umani fondamentali e contribuiscono ad una buona vita

CAES vuole rappresentare un'alternativa nel sistema finanziario assicurativo. L'assicurazione per noi deve essere intesa come strumento sociale di inclusione e di mutualità, oltre che di restituzione al territorio. Il valore creato, sia all'interno che all'esterno della struttura, deve essere condiviso.

Al primo posto vi deve essere la tutela delle persone. Il prodotto assicurativo per sua natura risolve problemi sociali. Obiettivo di CAES è quello di svolgere questa azione tenendo conto delle aspettative e considerazioni che provengono dai nostri assicurati.

Il nostro è un approccio innovativo: partiamo dai problemi per trovare delle soluzioni adeguate ponendo attenzione a determinati ambiti. L'ascolto delle esigenze del contesto sociale non avviene con strumenti di indagine ma attraverso l'incontro diretto con le persone. Valorizziamo, ad esempio, l'agricoltura sociale e biologica, inseriamo clausole a protezione e tutela delle fragilità, prevediamo delle agevolazioni economiche per quegli assicurati che fanno scelte sostenibili precise o che hanno un ruolo chiave in questo ambito.

Riteniamo che i nostri prodotti e servizi soddisfino i seguenti bisogni umani:

- **PROTEZIONE.** Nel senso di "sicurezza", in quanto parliamo di prodotti assicurativi, ma anche di "considerazione" e "rispetto" (teniamo in considerazione infatti le esigenze assicurative

effettive e concrete dei nostri assicurati e le loro particolarità) e "giustizia" sociale (CAES ha da sempre l'obiettivo di tutelare nel modo adeguato gli enti non profit e le persone che vi lavorano, con prodotti a loro dedicati - prodotti che per primi abbiamo introdotto prevedendo quindi un equilibrio di tutele assicurative per questi soggetti rispetto agli altri (for profit)). Per noi queste attenzioni si concretizzano nell'eticità dell'approccio e nella mutualità del servizio, nell'orientamento al cliente e nel suo coinvolgimento nella progettazione;

- **EMPATIA,** intesa come "comprensione" ed ascolto dei nostri assicurati, i punti di partenza per prevedere delle coperture assicurative adeguate;

- **BENESSERE,** nel senso di serenità e fiducia: c'è un forte livello di fidelizzazione nei nostri assicurati, dato dalla buona relazione che riusciamo ad instaurare, e questo garantisce loro la tranquillità necessaria per poter svolgere le loro attività. Percepriamo di essere per loro un importante punto di riferimento. Sul fronte del benessere, va considerato inoltre il tema dell'attivazione di consapevolezza nei confronti dei nostri assicurati: questo è possibile grazie all'aver messo a loro disposizione il Rating di sostenibilità e il Rating del bene comune, di cui abbiamo trattato nel tema D1.1;

- **ONESTÀ,** intesa come chiarezza nel modo in cui lavoriamo e ci poniamo nei confronti dei nostri assicurati;

- **INTERDIPENDENZA.** Laddove siamo in grado di trasmettere ai nostri assicurati il senso/significato delle tutele assicurative che offriamo e di garantire quindi una cultura assicurativa adeguata, gli assicurati si sentono supportati, si rendono conto dell'inclusività dei nostri prodotti e si sentono parte di una comunità in cui la cooperazione e l'ascolto sono prioritarie.

Nessuno dei nostri prodotti/servizi è un articolo di lusso, trattandosi di prodotti che servono alla tutela complessiva dell'ente o della persona. Da un punto di vista di prezzo del bene/servizio, come riportato nel tema D4.2, cerchiamo di offrire il prodotto adeguato al prezzo equo, facendo risparmiare il cliente laddove possibile.

Esistono molteplici aspetti per cui i nostri prodotti e servizi promuovono lo sviluppo umano e la salute delle persone oppure riducono le disparità ed i problemi sociali o ambientali (si veda schema degli SDGs). Si può inoltre dire che adottiamo un approccio innovativo sia nei contenuti delle nostre polizze che nelle modalità con cui le gestiamo.

Su quest'ultimo aspetto ci riferiamo, ad esempio, alle scontistiche applicate che si basano su criteri oggettivi quali l'appartenenza ad una rete o il risultato di un rating. È il rating stesso, tra l'altro, che incentiva chi lo ottiene a migliorare sempre più i propri comportamenti (si veda il tema D1.1).

Agenda 2030 e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Per quanto riguarda gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, abbiamo valutato a quali obiettivi e target CAES contribuisce con la sua attività e i suoi prodotti assicurativi e attraverso alcuni indicatori abbiamo misurato il relativo contributo. Abbiamo identificato indicatori di Output e, laddove possibile, indicatori di Outcome. La tabella che segue riassume l'analisi effettuata e i relativi indicatori e dati.

Rispetto ai dati riportati negli anni scorsi, ci siamo focalizzati quest'anno solo sugli SDGs che riguardano il nostro core-business. Nello specifico, abbiamo eliminato alcuni obiettivi relativi:

- all'impatto ecologico dei materiali/beni in uso nei nostri uffici, perché di essi si danno già indicazioni precise all'interno di altre sezioni del bilancio;

- a specifiche buone pratiche adottate (si pensi alle coperture dedicate a realtà quali WWOOF Italia, Fondazione Legambiente ed Amnesty International).

Abbiamo poi tolto alcune attività riportate in passato che, seppur rispondenti ad obiettivi SDGs, non ci avrebbero consentito ulteriori analisi.

SDG	Target SDG	Prodotto/ Attività di Caes	Output	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025	Outcome	Indicatore	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
	1.5 Entro il 2030, costruire la resilienza dei poveri e di quelli in situazioni vulnerabili e ridurre la loro esposizione e vulnerabilità ad eventi estremi legati al clima e ad altri shock e disastri economici, sociali e ambientali	Polizza Tutela multirischi per l'abitazione Polizze abitazione che coprono, tra gli altri, gli eventi atmosferici e gli eventi catastrofici (rispettivamente tramite una garanzia completa o tramite un'estensione di Primo soccorso per danni quali terremoto, alluvioni e inondazioni) secondo logiche uguali per tutti (applicazione del principio di mutualità) - <i>Target: Sottoscrittori polizze casa</i>	N. polizze	1975	2.333	2.545	Resilienza - capacità di reagire e far fronte all'evento	N. sinistri aperti/indennizzi erogati per tipologia di evento	N. sinistri aperti: 11/Indennizzi erogati: € 0,00	N. sinistri aperti: 23/Indennizzi erogati: € 17.315,00	N. di sinistri aperti: 15/Indennizzi erogati: € 21.895,00
	2.4 Entro il 2030, garantire sistemi di produzione alimentare sostenibili e applicare pratiche agricole resilienti che aumentino la produttività e la produzione, che aiutino a conservare gli ecosistemi, che rafforzino la capacità di adattamento ai cambiamenti climatici, alle condizioni meteorologiche estreme, alla siccità, alle inondazioni e agli altri disastri, e che migliorino progressivamente il terreno e la qualità del suolo	Polizza Agricoltu Assimoco Abbiamo supportato la compagnia Assimoco nel migliorare il prodotto Agricoltu Assimoco, dedicato alla tutela delle attività agricole. Abbiamo inserito clausole specifiche per chi attua agricoltura biologica e sociale e - per loro - scontistiche specifiche - <i>Target: Produttori agricoli</i>	N. polizze	21	18	19	Sostegno al biologico e sensibilizzazione alla cultura del biologico e dell'agricoltura sociale	NON MISURABILE			
	3.8 Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti	Polizze Infortuni proposte da CAES sia per le persone che per le figure giuridiche Tutte le nostre polizze Infortuni. Sono state strutturate in modo da garantire a prezzi accessibili coperture di qualità, riducendo al minimo le franchigie →	N. polizze*	2.633	2.917	2.889	Grado di soddisfazione rispetto alla gestione delle pratiche di sinistro ed alla tutela dei rischi	TO BE Predisporremo breve questionario che valuti la soddisfazione del cliente rispetto alla gestione delle pratiche di sinistro.			

SDG	Target SDG	Prodotto/ Attività di Caes	Output	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025	Outcome	Indicatore	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
		➔ e gli scoperti e garantendo condizioni aggiuntive senza sovrappremio. Nello specifico, nelle polizze Infortuni con contraente la figura giuridica sono previste clausole specifiche a tutela delle persone vulnerabili di cui la figura giuridica si occupa (ad esempio: la clausola relativa al rimpatrio della salma per i migranti)									
5 GENDER EQUALITY 	5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica	Contratto aziendale integrativo/regolamento interno di CAES che garantisce al personale parità di trattamento di genere	Grafico della differenza salariale uomo-donna riportato nel tema C1.3. Il grafico mostra una reale parità di genere ed è uno strumento che può essere monitorato negli anno per garantire questo obiettivo v. tema C1.3 monitorato negli anno per garantire questo obiettivo								
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 	8.3 Promuovere politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari										
7 REASONABLE AND CLEAN ENERGY 	7.2 Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale	Prodotto Fotovoltaico Protetto e Responsabilità Civile Terzi con condizioni dedicate alle CERS (Comunità Energetiche Rinnovabili Solidali) Abbiamo supportato la compagnia Assimoco nel migliorare il prodotto Fotovoltaico Protetto, che tutela gli impianti ➔	N. polizze	ND*	0	1	Qualità della copertura assicurativa legata alla scelta consapevole di produrre energia da fonti rinnovabili	N. sinistri aperti/indennizzi erogati su prodotto fotovoltaico di CER/CERS	Nel 2025: n. 2 sinistri aperti; 0 euro liquidati		
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	12.2 Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali 13.3 Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e ➔										

SDG	Target SDG	Prodotto/ Attività di Caes	Output	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025	Outcome	Indicatore	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
	→ la capacità umana e istituzionale riguardo ai cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e di allerta precoce	→ fotovoltaici. Abbiamo inserito clausole migliorative (copertura delle batterie di accumulo ed estensione alla copertura degli inverter) dedicate a chi aderisce ad una CERS (Comunità Energetica Rinnovabile Solidale) oltre ad un'agevolazione economica dedicata. Nel 2024 abbiamo inoltre strutturato clausole specifiche a copertura delle CERS anche in ambito Responsabilità Civile Terzi									
	10.2 Entro il 2030, potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro 10.3 Garantire a tutti pari opportunità e ridurre le disuguaglianze di risultato, anche attraverso l'eliminazione di leggi, di politiche e di pratiche discriminatorie, e la promozione di adeguate leggi, politiche e azioni in questo senso	Progetto ETICAR Progetto ETICAR (polizza RC Auto con applicazione del principio di mutualità e attenuazione differenze tariffarie a livello geografico presenti nel mercato) - Target: Sottoscrittori polizze ETICAR	N. polizze ETICAR Differenziali delle tariffe diverse aree geografiche (tra quanto applicato nel mercato e quanto applicato nel progetto ETICAR) - a supporto della mutualità*	933	1.018	1.119 Deviazione standard di ETICAR: 7,15 versus Deviazione standard delle tariffe dimercato: 9,57**	Cultura e sensibilità dell'equità e della mutualità che deriva da una dimensione relazionale	Tasso di variazione n. polizze ETICAR	41%	9,11%	9,92%

* Lo scarto quadratico medio ci aiuta a stabilire se e quanto i dati sono concentrati o dispersi intorno alla loro media. Se la deviazione standard (σ) è grande, i valori della distribuzione sono dispersi. Viceversa, se la deviazione standard è piccola, i valori sono concentrati vicino alla media. ETICAR garantisce quindi una minor dispersione e, di fatto, una minor differenza tariffaria tra i territori -

** Ultimi dati disponibili (tariffa 04/2025)

SDG	Target SDG	Prodotto/ Attività di Caes	Output	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025	Outcome	Indicatore	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
	10.2 Entro il 2030, potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro 10.3 Garantire a tutti pari opportunità e ridurre le disuguaglianze di risultato, anche attraverso l'eliminazione di leggi, di politiche e di pratiche discriminatorie, e la promozione di adeguate leggi, politiche e azioni in questo senso	Tutti i prodotti - in funzione della richiesta del soggetto assicurato Garantiamo una tutela assicurativa a persone/progetti generalmente non graditi dalle compagnie assicurative tradizionali: la polizza a copertura del rischio incendio a persone extracomunitarie che accedono ad un mutuo di Banca Etica; la polizza Infortuni a persone con disabilità, un progetto assicurativo dedicato alle Banche del Tempo ma anche tutele di vario genere (dalla RCT alla copertura per i volontari ed a quella sugli immobili) a favore di enti del non profit per progettualità particolari.	N. polizze*	7.991	8.326	9.350	Viene garantito pari accesso alle coperture assicurative a persone/progetti generalmente non graditi dalle compagnie assicurative tradizionali	NON MISURABILE			
*Ai fini dell'indicatore riportiamo il nr. polizze dei seguenti prodotti indicati nell'ATTIVITA' specifica: Tutela Multirischi Abitazione con codice provenienza Banca Etica, Infortuni utenti, polizze multirischio per le Banche del Tempo, Responsabilità Civile Terzi per Associazioni e Cooperative Sociali, Tutela Multirischi per il volontariato e Multirischi Danni ai Beni											
	11.2 Entro il 2030, fornire l'accesso a sistemi di trasporto sicuri, sostenibili, e convenienti per tutti, migliorare la sicurezza stradale, in particolare ampliando i mezzi pubblici, con particolare attenzione alle esigenze di chi è in situazioni vulnerabili, alle donne, ai bambini, alle persone con disabilità e agli anziani	Progetto ETICAR Premiazione dei clienti che presentano un abbonamento annuale al trasporto pubblico (tramite il Progetto Eticar con una scontistica dedicata)	N. polizze ETICAR in cui è stato applicato lo sconto per la mobilità sostenibile	ND	47	64	NON MISURABILE				
	12.8 Entro il 2030, fare in modo che le persone abbiano in tutto il mondo le informazioni rilevanti e la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita in armonia con la natura										

SDG	Target SDG	Prodotto/ Attività di Caes	Output	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025	Outcome	Indicatore	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
	12.8 Entro il 2030, fare in modo che le persone abbiano in tutto il mondo le informazioni rilevanti e la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita in armonia con la natura	Incontri per la diffusione e promozione di una cultura assicurativa etica - Target: <i>i partecipanti ai nostri incontri pubblici</i>	N. persone partecipanti a nostri incontri	449	160	195	Maggior consapevolezza finanziario - assicurativa nei partecipanti	Esiti del "questionario di valutazione" che viene sottoposto all'organizzatore dell'evento/incontro*	ND	ND	Nr. eventi a cui è stato sottoposto il questionario: 1 Valutazione ottenuta: 3,7 su 4
* Il Questionario di valutazione degli incontri è stato realizzato nel 2024. Dal 2025 abbiamo iniziato a sottoporlo agli organizzatori e a raccogliere i primi risultati											
	12.8 Entro il 2030, fare in modo che le persone abbiano in tutto il mondo le informazioni rilevanti e la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita in armonia con la natura	Polizza Infortuni Eticapro Assimoco Clienti che utilizzano sistemi di mobilità alternativa/fanno volontariato (tramite la polizza Infortuni Eticapro Assimoco con condizioni normative dedicate (aumento indennizzi/azzeramento franchigie e scoperti)	N. polizze	37	34*	46	Qualità della copertura assicurativa legata ad un comportamento virtuoso dell'assicurato	N. sinistri aperti/indennizzi erogati in condizioni in cui vi è stata una premialità legata al comportamento virtuoso**	ND	N. sinistri aperti: 1/ Indennizzi erogati: € 20.012,00	N. sinistri: 3/Indennizzi erogati: €11.750,00
* Dal 2024 si considera solo la versione "Service" del prodotto che effettivamente contiene le premialità indicate											
** Avremmo voluto considerare tutti i sinistri aperti nell'anno in corso e tutti gli indennizzi erogati nell'anno in corso (anche se riguardanti sinistri degli anni precedenti) ma quest'ultimo dato non è reperibile dal file di Registro Sinistri. Quindi gli indennizzi fanno riferimento ai soli sinistri aperti nell'anno in corso											
	15.2 Entro il 2020, promuovere l'attuazione di una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, fermare la deforestazione, promuovere il ripristino delle foreste degradate e aumentare notevolmente l'aforestazione e rifeorestazione a livello globale	Nel corso degli anni abbiamo ridotto l'utilizzo di carta attraverso la digitalizzazione del nostro processo di vendita	N. di fogli risparmiati rispetto all'annualità precedente	0*	10.146	10.872	Risparmio di CO ₂ relativo all'utilizzo di carta, alla stampa ed alla spedizione dei documenti e conseguente riduzione dell'impatto	CO ₂ risparmiata (in gr) rispetto al mancato utilizzo di carta <i>Fonte: Doc. Assocarta</i>	ND	34.496,4	36.964,8
* Nel 2023 non sono stati attuati miglioramenti in termini di riduzione di stampe rispetto all'anno precedente											

SDG	Target SDG	Prodotto/ Attività di Caes	Output	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025	Outcome	Indicatore	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
	15.2 Entro il 2020, promuovere l'attuazione di una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, fermare la deforestazione, promuovere il ripristino delle foreste degradate e aumentare notevolmente l'aforestazione e riforestazione a livello globale	Viene utilizzata per le stampe solo carta riciclata certificata (sia per le stampe in ufficio che per la stampa del materiale promozionale effettuata presso terzi)	Nr. di fogli di carta riciclata acquistata	40.000	40.000	20.000	Risparmio di CO ₂ e riduzione impatto rispetto all'annualità precedente	CO ₂ risparmiata (in g) rispetto alla riduzione di carta consumata <i>Fonte: Doc. Assocarta</i>	0	0	80.000
	16.3 Promuovere lo stato di diritto a livello nazionale e internazionale e garantire parità di accesso alla giustizia per tutti	Ci avvaliamo del supporto legale di un avvocato (retribuito direttamente da CAES) per affiancare gratuitamente i nostri assicurati al verificarsi di un sinistro	% sinistri aperti e liquidati nello stesso anno N. reclami ricevuti	53% 0 reclami ricevuti	63% 0 reclami ricevuti	52% 0 reclami ricevuti	Protezione aggiuntiva e gratuita degli assicurati che subiscono un sinistro	TO BE Predisporremo un breve questionario che valuti la soddisfazione del cliente rispetto alla gestione delle pratiche di sinistro			
	17.17 Incoraggiare e promuovere efficaci partenariati tra soggetti pubblici, pubblico privati e nella società civile, basandosi sull'esperienza e sulle strategie di accumulazione di risorse dei partenariati	Partecipiamo a tavoli di confronto trasversali con realtà rappresentative di soggetti non profit, quali l'associazione RIES e la Federazione EConGOOD con l'obiettivo di condividere strategie.	Ore dedicate ai tavoli di confronto	2,5	30	18	Promozione di un'economia alternativa attraverso lo sviluppo di strategie comuni	NON MISURABILE			
		Abbiamo avviato partnership (progetti "Promuoviamoci") con soggetti che condividono la nostra vision per sostenerci attraverso la comunicazione reciproca alle nostre reti. I progetti "Promuoviamoci" sono spesso il punto di partenza per sviluppare con i partner progetti assicurativi dedicati	Nr. partnership avviate	19	19	22	Nuove progettualità sviluppate	Indicatore qualitativo			

E1.2 - Impatto dei prodotti e servizi sulla società

CAES si è sempre posto l'obiettivo di fare "cultura assicurativa". Il nostro intento è quello di promuovere la finanza etica, mediante la diffusione di una cultura assicurativa eticamente orientata. Lo facciamo veicolando i valori che ispirano il nostro modo di fare assicurazione e contestualizzando questi principi nella società attuale, cercando di contribuire ad una trasformazione socioculturale. L'intento di questa nostra attività, generalmente gratuita, è duplice: se i destinatari sono rappresentanti di figure giuridiche, spesso ci viene richiesto un intervento di carattere formativo; in altri casi portiamo la nostra situazione come modello di best practice. Se i destinatari sono semplici cittadini, il nostro intento è quello di creare in loro una nuova consapevolezza, perché si può essere consumatori critici anche in ambito assicurativo (soprattutto se pensiamo a come molte compagnie assicurative investono i loro capitali, contribuendo al cambiamento climatico oppure alla fame nel mondo attraverso politiche predatorie).

Nel 2025, abbiamo partecipato a 5 incontri divulgativi, come riportato di seguito:

- **"CAES e l'assicurazione come strumento di cambiamento"** presso Tuttaunaltracosa 2025 (Padova)
- **"Verso un ambiente di economia solidale"**, evento tenutosi a Cont-Act, la manifestazione organizzata da Equo Garantito per le proprie botteghe del commercio equo e solidale aderenti
- **"CAES l'assicurazione eticamente orientata"**, organizzato dai Circoli ARCI lombardi presso il Circolo Bloom di Mezzago
- **"Imparare a misurare l'impatto socio-ambientale ti conviene"**, organizzato insieme alla Federazione EConGOOD e a RIES presso Fa' La Cosa Giusta! Milano

• **"(Clima e) Finanza Etica: Cos'è e come scegliere in modo consapevole"** organizzato con Banca Etica e promosso da Cast ONG presso la Casa del Popolo di Gavirate (VA)

Con queste attività di promozione e di approfondimento di una cultura assicurativa eticamente orientata **abbiamo raggiunto complessivamente 195 persone.**

Nel 2024 è stato introdotto un "questionario di valutazione" rivolto ai soggetti organizzatori dell'iniziativa (più facilmente gestibile per CAES rispetto ad un questionario direttamente rivolto ai fruitori dell'attività), per valutare l'efficacia della formazione/intervento effettuati (e indirettamente capirne gli effetti).

Il giudizio espresso sull'incontro informativo "(Clima e) Finanza Etica: Cos'è e come scegliere in modo consapevole", è stato mediamente più che soddisfacente, con un voto di 3,7 su un massimo di 4.

Al di là delle iniziative aperte al pubblico, è utile ricordare anche qui i due strumenti di comunicazione digitale che utilizziamo per diffondere contenuti formativi ed informativi:

• **Le newsletter mensili.** Questa modalità di comunicazione ha l'obiettivo di diffondere una cultura assicurativa e creare consapevolezza sull'importanza di un'assicurazione eticamente orientata. Per ricevere la newsletter non è necessario essere nostri clienti. Per questo motivo, essa diventa un'importante opportunità per promuovere i temi legati all'assicurazione etica nei confronti di tutti.

All'inizio dell'anno (gennaio 2025) gli iscritti alla newsletter erano 1.783 mentre a fine anno sono 2.194. Il tasso di recapito è pari al 99,4%, ciò significa che gli indirizzi sono buoni e verificati. Il tasso di apertura a gennaio 2025 era del 69,73% mentre a fine anno si è attestato a 55,2%. Se analizziamo



La newsletter mensile di CAES

quanti messaggi si sono convertiti in recapiti, aperture e click, paragonandoli a quelli del settore assicurativo in generale, notiamo che i dati risultano, per tutti e tre gli aspetti presi in considerazione, molto buoni e ben al di sopra di quelli del settore. Si evidenzia in particolare **un'apertura media del 56,69%** a fronte di un indice di settore del 18,50%.

Questo dimostra la presenza di un ottimo bacino di destinatari che aprono e interagiscono attivamente con la newsletter. **Rispetto invece all'engagement dei destinatari (ovvero al loro grado di coinvolgimento), si evidenzia che quelli molto attivi sono il 62,80%.** Anche in questo caso l'indicatore è molto superiore rispetto a quello di settore (29,39%).

• **Gli "Approfondimenti assicurativi"**, newsletter inviate ai nostri assicurati (quindi clienti) in

cui facciamo formazione sulle caratteristiche dei prodotti assicurativi sottoscritti e sulle modalità con cui fruirne (ad esempio, come denunciare correttamente un sinistro).

Di entrambi si è parlato nel dettaglio all'interno del tema D1.1.

E1.3 - Prodotti e servizi non etici

Non abbiamo prodotti che impattano negativamente sulla vita e la salute delle persone e del pianeta.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Valutare l'efficacia della formazione/intervento effettuati (e indirettamente capirne gli effetti).
2. Lavorare con Banca Etica perché introduca il tema dell'assicurazione come valore sociale in ambito culturale.

AZIONI

1. Redazione di un "questionario di valutazione" da sottoporre ai partecipanti al termine dell'intervento formativo. L'obiettivo è stato rivalutato tenendo conto della tipologia di formazione erogata da CAES e si è ritenuto più sensato sottoporre un questionario sull'efficacia dell'intervento ai soggetti organizzatori dell'iniziativa o comunque un sistema di raccolta feedback rispetto alle finalità e aspettative da parte dell'ente organizzatore.
2. Realizzazione di una pubblicazione specifica congiunta nel lungo termine.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Abbiamo definito un questionario di gradimento / soddisfazione della formazione da sottoporre agli organizzatori degli eventi. Raccolti ed elaborati gli esiti di un questionario sottoposto.
Realizzato e a regime
2. Banca Etica ha coinvolto CAES come soggetto per la formazione interna sulle caratteristiche dei prodotti e a supporto dei clienti perché comprendano a fondo le polizze che sottoscrivono. Pertanto la

realizzazione di una pubblicazione congiunta sta perdendo di significato.
Non realizzabile .

E2

CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

E2.1 - Imposte e oneri sociali

L'impresa paga correttamente tutte le tasse e gli oneri dovuti.

Nel nostro Regolamento interno (spiegato dettagliatamente nel tema C1.1) vi è un aspetto relativo al riconoscimento al lavoratore di un benefit in itinere: vengono rimborsate le spese sostenute per lo spostamento da casa verso l'ufficio. Questo benefit è inserito in busta paga (per una sua gestione più semplificata non si basa quindi sui giustificativi di spesa effettivamente sostenuti ma viene forfettizzato) e quindi viene tassato. In questo senso diamo quindi un contributo aggiuntivo alla collettività.

Non stiamo ricevendo contributi pubblici. Dal punto di vista delle sovvenzioni, ci avvaliamo di alcuni fornitori che erogano servizi dedicati agli ETS e che quindi ci consentono di fruire di agevolazioni economiche. Una nota importante su questo argomento riguarda il progetto ETICAR. Esso infatti prevede (contrattualmente, quindi non deriva da una nostra intenzione del momento) che CAES rinunci ad un proprio ricavo (sovrapprovvigione annua dell'agenzia codificata come 751, che identifica le polizze ETICAR) per devolverlo come un contributo alla collettività (a favore della rete dell'economia solidale), pagandovi comunque le tasse. In questo modo, CAES elargisce un contributo superiore a quanto trattiene. **Nel 2025 questo contributo è stato pari a 5.888 euro.**

Il valore aggiunto (così calcolato: ricavi-materiale di consumo-servizi-beni di terzi-oneri diversi) ha subito un incremento in termini assoluti di circa il 6% e contestualmente c'è stato un aumento di quanto erogato a dipendenti e Stato, sotto forma di retribuzioni e di imposte.

	2024	2025
Ricavi	€ 910.685	€ 1.092.978
Imposte e contributi	€ 78.546	€ 107.801
Imposte sul reddito effettivamente pagate (ad esempio, imposte sul reddito e sulle plusvalenze)	€ 1.701	€ 7.062
Imposte e i contributi sulle retribuzioni dei lavoratori corrisposte dall'organizzazione	€ 71.484	€ 98.771
Differenza tra salario lordo e netto (somma dell'imposta sul salario e dei contributi previdenziali del lavoratore dipendente - purché trattenuti direttamente dall'azienda)	€ 110.636	€ 82.936
Somma di tutte le sovvenzioni ricevute dall'organizzazione	€ 0	€ 0
Calcolo del valore aggiunto	€ 552.104	€ 584.424
Aliquota netta (in percentuale): la somma delle imposte in rapporto al valore aggiunto	14,23%	18,45%
Salari dipendenti	€ 353.214	€ 352.914
Imposta reddito / Fatturato %	0,19%	0,65%
Imposte sui salari / Salari %	20,24%	27,99%

E2.2 - Contributi volontari a favore della collettività

CAES svolge diverse azioni di volontariato a favore della collettività, mettendo a disposizione le proprie persone per curare le relazioni con soggetti terzi. In particolare, impieghiamo le nostre competenze e risorse per rafforzare le iniziative della società civile, anche al di là dei nostri specifici interessi. Questa attività si estrinseca nella partecipazione a tavoli di lavoro esterni in cui portiamo il nostro contributo e la nostra visione per un'economia ed una società alternative.

Nel 2025 abbiamo partecipato - come descritto anche nel tema E4.2 - all'associazione RIES e ai Tavoli di Cantieri Viceversa, progetto del Forum Nazionale del Terzo e Forum per la Finanza Sostenibile. Tali partecipazioni generano un impatto (individuabile

come outcome): la promozione di un altro modo di fare economia. Fa parte della nostra mission, inoltre, la redistribuzione degli utili a favore della collettività in termini di erogazione di contributi a favore degli enti del non profit assicurati con noi.

Rientrano in questa categoria, le promozioni e sponsorizzazioni a favore di realtà grandi e piccole affinché siano sostenute nel perseguimento dei propri obiettivi, che sono in linea con gli scopi di CAES. L'erogazione di questi contributi deve essere interpretata come una ricaduta della ricchezza prodotta da CAES a favore della società. Riteniamo utile e strategico dare queste erogazioni perché tale azione porta al mantenimento di una relazione continuativa (oltre che ad un beneficio sociale e/o ambientale, date le caratteristiche dei soggetti che ne beneficiano).

Contributi volontari a favore della collettività * - Anno 2025

Tipologia di risorsa	Azione	UdM	Dato 2025	Contributo volontario monetizzato
Rete	Partecipazione a RIES	Ore	8	** € 384,20
Rete	Partecipazione a Cantieri ViceVersa	Ore	11	** € 350,90

Sostegno in denaro

Tuttaunaltracosa - Padova

Puliamo il Mondo - Fondazione Legambiente

Amnesty International - Sezione Italia

Italia che Cambia

Terre di Mezzo - Fa' la Cosa Giusta! - Milano

Solidalia - Parma

Des Varese

Festival della Transizione Ecologica - il Villaggio dei Popoli

Le Rondini scs

Laurentina km 10 scs

Amentelibera ETS

Fiera l'Isola che C'è - Como

Banco Garabombo - Milano

Fiera Cont-Act - Milano

Pace e Disarmo Contro il Nucleare

€ 24.000,00

TOTALE DEI CONTRIBUTI: € 24.735,10

*Nessuna di queste azioni porta a quote di beneficio quantificabili per l'impresa

** Le ore sono state moltiplicate per il costo orario aziendale. Nel 2024 si era invece utilizzata la retribuzione oraria lorda

3%

Il contributo volontario alla collettività espresso in percentuale sull'ammontare dei ricavi - Anno 2025

A fronte del nostro impegno per la collettività, sopra riportato, stiamo raccogliendo dati e informazioni per poter valutarne l'impatto, in termini di outcome, e di benefici conseguenti.

Sulla base dei riscontri ricevuti da alcune delle iniziative che abbiamo promosso riportiamo i dati nella tabella qui sotto.

L'individuazione di indicatori di outcome è utile per monitorare l'impatto dei contributi erogati e fornire degli strumenti di analisi che aiutino la Direzione a scegliere quali iniziative e quali soggetti sostenere.

E2.3 - Evasione ed elusione fiscale

L'elusione e l'evasione fiscale non sono nostre pratiche. Non abbiamo partner commerciali in paradisi fiscali. CAES, in quanto cooperativa sociale, gode di un'agevolazione fiscale, infatti destina a riserva il 97% del proprio utile e la restante parte lo versa a fondi mutualistici. Per questa ragione CAES paga meno imposte Ires rispetto ad una spa (versa il 24% di tasse sul 3% dell'utile).

E2.4 - Mancata prevenzione della corruzione

Nell'attività di distribuzione assicurativa vi sono degli obblighi ben precisi in materia antiriciclaggio: da quello di formazione a quelli inerenti la conse-

Manifestazione - Anno 2025	Indicatore di outcome	
Sostegno a Tuttaunaltracosa - Padova	N. partecipanti all'evento di CAES	10
	N. stand / espositori	19
Sostegno a iniziativa Puliamo il mondo - Fondazione Legambiente	N. aree ripulite	4.000
	N. volontari	117.000
Sostegno ad Amnesty International - Sezione Italia	N. campagne	15
Sostegno a Terre di Mezzo- Fà la Cosa Giusta! Milano	N. partecipanti all'evento di CAES	50
	N. visitatori fiera	52.000
	N. sottoscrizioni polizza a seguito partecipazione fiera	11
Fiera L'Isola che c'è (Como)	N. espositori	116
	N. volontari	400
	Attività svolte (laboratori, incontri, spettacoli)	50
	N. visitatori fiera	12.000
Sostegno a manifestazione Cont-Act - commercio equo e sostenibile in azione	N. espositori	13
Sostegno a Pace e disarmo contro il nucleare	Aree di intervento	1) ferma il riarmo; 2) l'altra Cernobio; 3) settimana di azione globale per la pace e la giustizia climatica; 4) difesa civile nonviolenta

guente corretta gestione delle suddette polizze. Evitiamo e preveniamo la corruzione (ad esempio, in materia di conflitti di interesse) normando tutti i rapporti commerciali che stipuliamo ed avvalendoci, quando necessario, del supporto di legali al fine di evitare di incorrere in possibili sanzioni e garantire la massima trasparenza ai clienti finali. Non facciamo donazioni ai partiti politici né svolgiamo attività di lobby.

VERSO IL BENE COMUNE

Non abbiamo identificato obiettivi di miglioramento per questo tema.

E3

RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

E3.1 - Impatti ambientali assoluti e strategie di gestione

L'impatto ambientale negativo associato ai nostri processi operativi riguarda essenzialmente l'uso di apparecchiature elettroniche e sistemi software (ad esempio, i server), incluso l'impatto derivante dallo smaltimento dei RAEE che utilizziamo nella nostra attività di ufficio, l'uso di carta e la produzione di stampe.

Con la progressiva digitalizzazione del nostro processo di vendita, stiamo riducendo le ricadute ecologiche derivanti dal consumo di carta. Dal 2024 utilizziamo lo strumento FEA OTP della compagnia Assimoco. Grazie ad esso, evitiamo che i clienti debbano restituirci (salvo per chi è già in possesso di firma digitale certificata propria), tramite posta ordinaria cartacea, i documenti contrattuali sottoscritti manualmente. Con questa nuova modalità di firma, il vantaggio economico è a completo beneficio del cliente che risparmia il costo della stampa e il costo della spedizione della documentazione.

Nel 2025 abbiamo evitato ai nostri clienti di

stampare e spedire nr. 1812 polizze (10.872 fogli).

Stiamo ancora lavorando con la compagnia per definire la modalità di sottoscrizione con FEA OTP dei documenti contrattuali successivi all'emissione della polizza (le cosiddette appendici) anche se, con l'attuale configurazione, possiamo dire che il 90% dell'attività si può dire conclusa.

Con l'inizio del 2025 abbiamo cominciato a smantellare progressivamente anche il nostro archivio cartaceo: tutte le pratiche emesse dal 01/01/2025, salvo situazioni particolari, vengono archiviate solo digitalmente.

La nostra azienda si interroga rispetto agli impatti ambientali della propria attività, tant'è che cerchiamo di ridurli in maniera proattiva. Le nostre riflessioni in merito, ad oggi, attengono a quali procedure adottiamo rispetto al digitale. L'obiettivo è puntare su strumenti/processi a basso consumo.

Le soluzioni software che stiamo adottando (il nostro sito pubblico e il sistema operativo gestionale ma anche relativamente alla gestione dei database e dei server) ci sono state messe a disposizione e vengono sviluppate da un fornitore azienda B-Corp. Questa appartenenza è un'ulteriore garanzia delle attenzioni che anche questo fornitore pone nei confronti dei temi socio-ambientali (ne abbiamo parlato nel tema A3.1 e individuato un'azione di miglioramento per monitorare il tema).

Rispetto al possibile uso di strumenti di intelligenza artificiale, si veda quanto scritto nel tema A3.2.

Per quanto riguarda il fornitore di apparecchiature hardware e possibili certificazioni si veda quanto già riportato nel tema A3.1.

Sul fronte energetico, abbiamo fatto la scelta consapevole di avvalerci del fornitore Enosra che eroga energia proveniente da fonti rinnovabili al 100% (si veda tema A3.1).

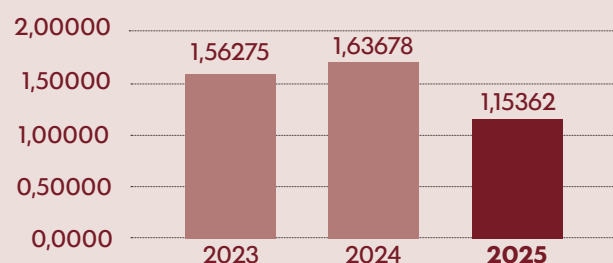
Rispetto all'illuminazione, abbiamo scelto luci LED a basso impatto energetico.

Rispetto ai materiali di consumo acquistati, le scelte

Consumi in ambito ambientale	Unità di misura	Dato 2023	Dato 2024	Dato 2025
Emissioni di gas serra che hanno un impatto sull'ambiente	tonnellate C O ₂ eq	1,73918	1,63678	1,153622
Trasporti (per trasferte)	km	750	2.120	424
Equivalente CO ₂ relativo ai trasporti	tonnellate CO ₂ eq	0,1095	0,2544	0,0588
Benzina/carburante	litri	48,75	114,48	22,90
Equivalente CO ₂ relativo al consumo di benzina	tonnellate CO ₂ eq	0,01070	0,02404	0,00046
Consumo di energia elettrica	kWh	5.311	5.052	5.129
Equivalente CO ₂ relativo al consumo di energia elettrica	tonnellate	1,62968	1,38238	1,10274
Consumo di gas ¹	m3	ND	ND	ND
Temperatura media interne durante il periodo di riscaldamento	°C	19°	22°	22°
Temperatura media interne durante il periodo di raffrescamento	°C	26°	26°	26°
Consumo di acqua potabile	m3	ND	ND	ND
Consumo di carta riciclata - FSC Carbon Balance Printing ²	kg	200	150	100
Toner - RE Made in Italy	n.	0	7	2
Impiego di altri materiali di consumo (cialde, nr. bicchierini, nr. stecche, bustine the, bicchieri grandi) ³	n.	1.800	4.416	4.416
Impiego di altri materiali di consumo (bustine cappuccino e cioccolato) ⁴	n.	200	200	200
Impiego di altri materiali di consumo (bustine di caffè cioccolato) ⁵	n.	2.000*	2.400	2.400
Impiego di altri materiali di consumo (bustine di zucchero) ⁶	n.	2.000*	2.400	2.400
Impiego di altri materiali di consumo (carta asciugamani e carta igienica)	n.	27	28	28
Impiego di altri materiali di consumo (rotolo asciugamani in tessuto) - certificata 14065 tessili sistemi di controllo	n.	32	36	36
Saponi liquidi	n.	8	12	12
Utilizzo di luce artificiale: consumo energetico, inquinamento di luce in ambienti esterni	Lumen (in ambienti esterni), kwh	ND	ND	ND

1. il gas viene fornito tramite teleriscaldamento centralizzato e non è misurabile
2. peso alla risma: 2,5kg
3. il materiale residuo viene smaltito nell'umido
4. il materiale residuo viene smaltito nel secco
5. il materiale residuo viene smaltito nella plastica
6. il materiale residuo viene smaltito nella carta

EMISSIONI CO₂ TOTALI (TONNELLATE)



fatte sono consapevoli: dall'approvvigionamento di sola carta riciclata (sia per le stampe prodotte che per tutto il materiale di comunicazione) e di toner rigenerati, alla scelta dei materiali per il bagno (ottenuti da un fornitore che dispone di diverse certificazioni) che includono i rotoli di stoffa lavati e riutilizzati, a quella relativa al materiale di caffetteria (come le cialde di caffè biodegradabili e compostabili), tutto provenienti dal circuito del commercio equo e solidale. Queste scelte sono state fatte per motivi di sostenibilità ben precisi e non sempre hanno portato ad un risparmio in termini di costo: per quanto riguarda l'acquisto di carta, ad esempio, se il fornitore dichiara che, utilizzando questa tipologia di carta, vi sia un risparmio in termini di consumo di risorse naturali (100% di legno, 79% di acqua, 73% di energia e 42% di CO₂ emessa), spendiamo il 98% in più rispetto all'acquisto di carta tradizionale (in base ai dati di mercato attuali).

Vedi la tabella nella pagina precedente.

E3.2 - Impatti ambientali relativi

La nostra non è un'attività con alto impatto ambientale.

Su questo aspetto rileviamo inoltre di aver condiviso le nostre conoscenze e i miglioramenti ottenuti: se da un lato essi sono pubblicati sui nostri bilanci sociali annuali, dall'altro ci vengono richiesti confronti nel merito alle nostre buone pratiche di digitalizzazione da parte della compagnia Assimoco.

Il tema degli impatti ambientali relativi per noi è di difficile valutazione perché siamo un intermediario assicurativo che fa vendita a distanza. Le aziende con il nostro stesso codice Ateco (ad esempio, le agenzie della Rete Eticapro di Assimoco) sono generalmente agenzie territoriali che hanno dimensioni diverse dalle nostre (sono più piccole) ed operano in territori ben circoscritti (mentre il nostro ambito è l'intero territorio nazionale).

Riteniamo opportuno fare degli approfondimenti

per un confronto con le altre agenzie della rete Eticapro: resta confermato che al momento ciò non è possibile in quanto la compagnia avrebbe difficoltà operative a reperire questi dati che non sono di facile estrapolazione.

Assimoco, che ci potrebbe fornire questi dati, si è resa disponibile ad affrontare il tema da un punto di vista strategico, in modo da definire un approccio condiviso nell'estrazione e analisi degli stessi. Abbiamo deciso di considerare questa analisi come un obiettivo di medio-lungo termine (vedi obiettivo di miglioramento).

Gli altri intermediari che fanno vendita a distanza come noi sono pochissimi e tendenzialmente in questo ambito non vi è sensibilizzazione sui temi ambientali. Pensiamo agli intermediari - essenzialmente broker - di portata nazionale che mettono a disposizione siti web di comparazione tra diverse compagnie assicurative. Questi soggetti puntano molto sul marketing tramite promozioni su canali televisivi/radiofonici o tramite mailing spinte, con l'obiettivo di promuovere prodotti assicurativi a prezzi bassi (spesso a scapito dei contenuti di polizza). Sui loro siti web non vi è nessuna traccia di attenzione all'ambiente.

Sul fronte dell'intermediazione assicurativa, in linea generale, si inizia solo in questi ultimi anni a porre attenzione alle ricadute della propria attività sul fronte ESG.

VERSO IL BENE COMUNE

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

1. Comprendere il nostro posizionamento in merito all'impatto ambientale attraverso un confronto con le altre agenzie aderenti alla rete Eticapro.

AZIONI

1. Confronto con la compagnia per definire le informazioni da chiedere che saranno poi estrapolate dagli attuali questionari di accreditamento ad Eticapro e successiva elaborazione dei dati.

STATO DI AVANZAMENTO

1. Al momento l'obiettivo è fermo.
Si valuterà il riscontro che si avrà dalla compagnia.
Entro il 2027.

E3.3 - Violazione dei requisiti ambientali e impatto ambientale elevato

Non vi sono particolari normative in ambito ambientale che dobbiamo rispettare.

Rispondiamo puntualmente ad eventuali obblighi imposti da leggi o regolamenti ed entro i dovuti termini. Non si sono mai verificate violazioni di leggi, né controversie con gli stakeholder per questioni in ambito ambientale.

Per quanto riguarda l'impatto negativo ambientale legato ai beni che acquistiamo dai fornitori e che sono necessari per la nostra attività (PC, stampanti e tutto ciò che viene smaltito come RAEE, oltre ai toner) si veda quanto già riportato nel tema A3.2.

E4

TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

E4.1 - Trasparenza

Dal 2013 CAES pubblica annualmente il proprio bilancio sociale e quindi contiamo finora 12 bilanci sociali pubblicati. La normativa ci impone l'obbligo di redazione dello stesso ma, nel corso degli anni, questo strumento è stato arricchito con nuovi contenuti: non solo quelli obbligatori per legge ma anche elementi che ci consentono di valutare l'impatto socio-ambientale della nostra attività. Esso è quindi diventato uno strumento di comunicazione della gestione etica, della responsabilità sociale e di sostenibilità che ci caratterizzano.

I PRIMI TRENT'ANNI DI CAES.

CAES ha festeggiato a Milano, il 14 novembre, i suoi primi trent'anni, nella splendida cornice della Cascina Bellaria.

Di fronte a decine di amici e compagni di viaggio di CAES, il presidente **Gianni Fortunati** ha richiamato il fortissimo legame umano con le persone e con le **realità del Terzo settore**, e soprattutto con il **Gruppo Assimoco**, del quale il Consorzio è monomandatario da 30 anni. Una "missione", per usare le parole di Fortunati, che **ha permesso a CAES di crescere e raggiungere oggi migliaia di assicurati, tra persone fisiche e giuridiche, senza perdere di vista quel metodo assicurativo che lo contraddistingue da sempre, attento cioè ai diritti e alla sostenibilità.**

In queste pagine, il racconto fotografico della festa in cui CAES ha celebrato i traguardi raggiunti, le sfide superate e gli orizzonti futuri.



Foto di Alessia Gatta



Il bilancio sociale di CAES viene reso disponibile a tutti gli stakeholder in un'apposita sezione nel nostro sito www.consorziocaes.org. Contestualmente, inviamo una newsletter a tutti i nostri clienti in cui li avvisiamo della pubblicazione e li invitiamo alla lettura. Inoltre, ne rilanciamo i contenuti salienti attraverso alcuni post sul nostro sito, blog e canali social.

Dal 2025 abbiamo deciso di creare una rubrica fissa, all'interno della nostra Newsletter mensile, dedicata al nostro bilancio del bene comune. Si chiama "Siamo bene comune – Viaggio nel nostro bilancio sociale" ed entra in approfondimento degli aspetti più importanti riportati nel bilancio suddividendoli in "pillole". Tutti gli articoli della rubrica vengono inoltre mensilmente diffusi sui nostri canali social. Il nostro bilancio sociale viene sottoposto annualmente a revisione da parte del nostro revisore legale (Dott. Danilo Guberti) che è soggetto terzo e indipendente. Nell'ultima pagina del report riportiamo la sua relazione sintetica.

In un'ottica di trasparenza e, in aggiunta al nostro Bilancio Sociale, creiamo un contatto diretto con il pubblico:

- tramite la divulgazione di materiale informativo e promozionale cartaceo scritto in modo chiaro e semplice (che divulghiamo negli eventi e nelle fiere a cui partecipiamo);
- pubblicando nel nostro sito tutti i moduli necessari per la denuncia e l'apertura dei sinistri e cercando di creare, soprattutto su questo aspetto delicato, un sito user friendly con informazioni chiare e semplificate;
- pubblicando i numeri interni di tutti i collaboratori che rispondono quindi direttamente in caso di richieste di informazioni specifiche. Non abbiamo un numero verde perché la nostra è una realtà molto piccola.

Rendiamo inoltre pubbliche le eventuali criticità dei nostri prodotti (e quindi del servizio che offriamo) attraverso le specifiche schede informative di prodotto che ne evidenziano sempre sia i pro che i contro.

Focus PREMIO QUADROFEDELE 2025

Nel 2025 CAES ha ottenuto la prima posizione per il migliore **Bilancio sociale del Premio Quadrofedele 2025**, giunto alla sua 26esima edizione. Il Premio Quadrofedele è indetto annualmente dall'Associazione italiana revisori e commercialisti dell'economia sociale (Aircs), con il patrocinio e il contributo di Legacoop nazionale, ed è rivolto a tutte le cooperative e a tutti i consorzi aderenti a Legacoop, con un intento preciso:

promuovere la crescita di consapevolezza dell'importanza del ruolo svolto dal bilancio, dalla comunicazione economico finanziaria e dai bilanci di responsabilità sociale e di sostenibilità. Il motivo della vittoria sancita dalla giuria, presieduta da Piero Landi, Presidente Aircs, è stato reso esplicito nella pergamena ricevuta come riconoscimento: "Il percorso seguito da CAES ha denotato un processo continuo di miglioramento consentendo al Bilancio esaminato di ottenere ottime valutazioni in molti dei parametri considerati".



Segnaliamo, in questa sezione, che CAES aderisce alle Centrali Cooperative Confcooperative - Feder-solidarietà Milano e Legacoop Lombardia.

E4.2 - Coinvolgimento del contesto sociale

Al di là dello specifico ascolto delle necessità dei clienti, cerchiamo di porre attenzione, in generale, alle necessità del cittadino e della collettività. **Tutte le polizze assicurative che, nel tempo, abbiamo realizzato sono nate dal confronto con gli stakeholder del territorio (prima che con i clienti).** Nel costruire nuove progettualità assicurative, di fatto, adattiamo i nostri prodotti assicurativi già esistenti con clausole che rispondano alle esigenze specifiche. In tutti i casi, i soggetti con cui entriamo in relazione (cittadini o organizzazioni, oppure loro rappresentanze), hanno la possibilità di presentare le proprie esigenze assicurative, che da noi vengono analizzate e a cui rispondiamo offrendo un prodotto su misura. Nell'instaurare una relazione con gli Enti del Terzo Settore cerchiamo di considerare tutti gli aspetti assicurativi che li possono interessare, anche ad esempio quelli di carattere reputazionale. Inoltre, poniamo attenzione all'evoluzione della normativa che riguarda gli ambienti/contesti che presidiamo.

Possiamo dire che, in linea generale, non esiste una forma istituzionalizzata di dialogo e di confronto con la collettività, salvo quanto accade nella Commissione ETICAR, ma che vi è sempre una grande apertura da parte nostra verso un confronto analitico. La co-progettazione che caratterizza la Commissione ETICAR è stata spiegata dettagliatamente nel tema D4.1, rappresenta una forma istituzionalizzata di dialogo e confronto con gli stakeholder (non necessariamente solo clienti).

I soggetti rappresentativi che entrano in Commissione, infatti, non rappresentano per forza di cose clienti già acquisiti anzi, nella maggior parte dei casi, essi portano gli interessi di potenziali clienti.

Nel 2025 il dialogo e il confronto con soggetti rappresentativi degli stakeholder sono avvenuti grazie alla nostra partecipazione:

- all'attività dell'Associazione RIES (di cui siamo soci), che possiamo considerare rappresentativa dei consumatori critici italiani;
- all'attività dei Cantieri Viceversa, il progetto che fa parte del progetto nazionale del Terzo Settore e del Forum per la finanza sostenibile.

19 ore
dedicate complessivamente
a questi tavoli ed esperienze nel 2025

E4.3 - Mancanza di trasparenza e informazioni deliberatamente errate

Per quanto già indicato, non rientriamo in questa fattispecie.

Obiettivi di miglioramento

Il seguente schema riassume gli obiettivi di miglioramento emersi durante la stesura del Bilancio del Bene Comune. Gli obiettivi vengono inseriti in funzione della loro importanza e dell'arco temporale nel quale si prevede di realizzarli.

■ **FORNITORI** ■ **CLIENTI**
■ **COLLABORATORI** ■ **CONTESTO SOCIALE**



Tabella di riconciliazione

Di seguito la Tabella di riconciliazione tra le Linee Guida per la Redazione del Bilancio Sociale per le Imprese Sociali e gli Enti del Terzo settore (DM 186/2019) e gli aspetti del Bilancio del Bene Comune e relativo n. di pagina dove si trova l'informazione e la descrizione:

NORMATIVA BS PER IS (LINEE GUIDA DM 186/2019)	SEZIONI DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAGINA
1) Metodologia adottata per la redazione del BS	Nota metodologica	13
2) Informazioni generali sull'ente		
Nome dell'ente	Dati introduttivi	7
Codice fiscale/Partita IVA	Dati introduttivi	7
Forma giuridica e qualificazione ai sensi del codice del Terzo Settore	Dati introduttivi; B4.1	7; 28
Indirizzo sede legale	Dati introduttivi	7
Altre sedi	Dati introduttivi	7
Aree territoriali di operatività	Dati introduttivi	7
Valori e finalità perseguite (missione dell'ente) Attività statutarie individuate facendo riferimento all'art. 5 del decreto legislativo n. 117/2017 e/o all'art. 2 del decreto legislativo n. 112/2017 (oggetto sociale); evidenziare se il perimetro delle attività statutarie sia più ampio di quelle effettivamente realizzate, circostanziando le attività effettivamente svolte	Dati introduttivi; E1.1; E1.2	9; 60; 68
Altre attività svolte in maniera secondaria/strumentale	Dati introduttivi; E1.1; E1.2	9; 60; 68
Collegamenti con altri enti del Terzo Settore (inserimento in reti, gruppi di imprese sociali...)	B1.2; B3.2; B4.1	26; 28; 28
Contesto di riferimento	Dati introduttivi; Cenni storici	8
3) Struttura, governo e amministrazione		
Consistenza e composizione della base sociale /associativa (se esistente)	B4.1	28
Sistema di governo e controllo, articolazione, responsabilità e composizione degli organi (indicando in ogni caso nominativi degli amministratori e degli altri soggetti che ricoprono cariche istituzionali, data di prima nomina, periodo per il quale rimangono in carica, nonché eventuali cariche o incarichi espressione di specifiche categorie di soci o associati)	B4.1; B4.2; C4.3; E2.4	28; 30; 39; 72
Quando rilevante rispetto alle previsioni statutarie, approfondimento sugli aspetti relativi alla democraticità interna e alla partecipazione degli associati alla vita dell'ente	B4.1; C4.3; E4.1; E4.2	28; 39; 77; 79
Mappatura dei principali stakeholder (personale, soci, finanziatori, clienti/utenti, fornitori, pubblica amministrazione, collettività) e modalità del loro coinvolgimento. In particolare, le imprese sociali (ad eccezione delle imprese sociali costituite nella forma di società cooperativa a mutualità prevalente e agli enti religiosi civilmente riconosciuti di cui all'art. 1, comma 3 del decreto legislativo n. 112/2017 «Revisione della disciplina in materia di impresa sociale») sono tenute a dar conto delle forme e modalità di coinvolgimento di lavoratori, utenti e altri soggetti direttamente interessati alle attività dell'impresa sociale realizzate ai sensi dell'art. 11 del decreto legislativo n. 112/2017	Temi A, B, C, D, E In particolare (a seconda dell'organizzazione): A2.1; A4.1; B4.1; C1.1; C2.1; C2.2; C2.3; C3.3; C4.1; C4.2; C4.3; D1.1; D1.2; D2.1; D2.2; D4.1; D4.2; E4.1; E4.2	18; 22; 28; 32; 36; 36; 37; 38; 39; 39; 39; 43; 48; 51; 52; 55; 57; 77; 79

Segue a pagina 82

NORMATIVA BS PER IS (LINEE GUIDA DM 186/2019)	SEZIONI DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAGINA
4) Persone che operano nell'ente		
Tipologie, consistenza e composizione del personale che ha effettivamente operato per l'ente (con esclusione quindi dei lavoratori distaccati presso altri enti, cd. «distaccati out») con una retribuzione (a carico dell'ente o di altri soggetti) o a titolo volontario, comprendendo e distinguendo tutte le diverse componenti. La composizione terrà conto di eventuali elementi rilevanti (ad es. per genere, per fascia di età, per titolo di studio ecc.)	C1.3	34
Struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità di carica e modalità e importi dei rimborsi ai volontari: emolumenti, compensi o corrispettivi a qualsiasi titolo attribuiti ai componenti degli organi di amministrazione e controllo, ai dirigenti nonché agli associati; rapporto tra retribuzione annua lorda massima e minima dei lavoratori dipendenti dell'ente; in caso di utilizzo della possibilità di effettuare rimborsi ai volontari a fronte di autocertificazione, modalità di regolamentazione, importo dei rimborsi complessivi annuali e numero di volontari che ne hanno usufruito	B4.1; C2.1; E2.4	28; 38; 72
Le informazioni sui compensi di cui all'art. 14, comma 2 del codice del Terzo settore costituiscono oggetto di pubblicazione, anche in forma anonima, sul sito internet dell'ente o della rete associativa cui l'ente aderisce.	C2.1; C4.1	36; 39
5) Obiettivi e attività		
Informazioni qualitative e quantitative sulle azioni realizzate nelle diverse aree di attività, sui beneficiari diretti e indiretti, sugli output risultanti dalle attività poste in essere e, per quanto possibile, sugli effetti di conseguenza prodotti sui principali portatori di interessi. Se pertinenti possono essere inserite informazioni relative al possesso di certificazioni di qualità. Le attività devono essere esposte evidenziando la coerenza con le finalità dell'ente, il livello di raggiungimento degli obiettivi di gestione individuati, gli eventuali fattori risultati rilevanti per il raggiungimento (o il mancato raggiungimento) degli obiettivi programmati	D1; E1.1; E1.2	43; 60; 68
Per gli enti filantropici: elenco e importi delle erogazioni deliberate ed effettuate nel corso dell'esercizio, con l'indicazione dei beneficiari diversi dalle persone fisiche, numero dei beneficiari persone fisiche, totale degli importi erogati alle persone fisiche	B3.2; E2.2	28; 71
Elementi/fattori che possono compromettere il raggiungimento dei fini istituzionali e procedure poste in essere per prevenire tali situazioni	E2.4	72
6) Situazione economico-finanziaria		
Provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati	B1.1; E2.1	25; 70
Specifiche informazioni sulle attività di raccolta fondi; finalità generali e specifiche delle raccolte effettuate nel periodo di riferimento, strumenti utilizzati per fornire informazioni al pubblico sulle risorse raccolte e sulla destinazione delle stesse	B1.2; E1.1; E4.1	26; 60; 77
Segnalazioni da parte degli amministratori di eventuali criticità emerse nella gestione ed evidenziazione delle azioni messe in campo per la mitigazione degli effetti negativi	E2.4	72

Segue a pagina 83

NORMATIVA BS PER IS (LINEE GUIDA DM 186/2019)	SEZIONI DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAGINA
7) Altre informazioni		
Indicazioni su contenziosi/controversie in corso che sono rilevanti ai fini della rendicontazione sociale	E2.3; E2.4; E4.1; E4.2; E4.3	72; 72; 77; 79; 79
Informazioni di tipo ambientale, se rilevanti con riferimento alle attività dell'ente: tipologie di impatto ambientale connesse alle attività svolte; politiche e modalità di gestione di tali impatti; indicatori di impatto ambientale (consumi di energia e materie prime, produzione di rifiuti ecc.) e variazione dei valori assunti dagli stessi; nel caso delle imprese sociali che operano nei settori sanitario, agricolo, ecc. in considerazione del maggior livello di rischi ambientali connessi, potrebbe essere opportuno enucleare un punto specifico («Informazioni ambientali») prima delle «altre informazioni», per trattare l'argomento con un maggior livello di approfondimento	A3; B3; C3; D3; E3	20; 28; 38; 53; 73
Altre informazioni di natura non finanziaria, inerenti gli aspetti di natura sociale, la parità di genere, il rispetto dei diritti umani, la lotta contro la corruzione ecc.	A1; C1; C2; D1 E1; E2.4	16; 32; 36; 43; 60; 72
Informazioni sulle riunioni degli organi deputati alla gestione e all'approvazione del bilancio, numero dei partecipanti, principali questioni trattate e decisioni adottate nel corso delle riunioni.	B4.1	28
8) Monitoraggio dell'organo di controllo sul Bilancio Sociale	Relazione dell'organo di controllo (se richiesta)	84

Relazione del revisore indipendente sul Bilancio di Sostenibilità Bilancio del Bene Comune

Al Consiglio di Amministrazione del Consorzio CAES ITALIA - CONSORZIO ASSICURATIVO ETICO E SOLIDALE S.C.S

Sono stato incaricato di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio di Sostenibilità - Bilancio del Bene Comune del Consorzio CAES Italia S.C.S. (di seguito "la Società") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori del Consorzio CAES Italia S.C.S. sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità alle Linee Guida per la Redazione del Bilancio Sociale per le Imprese Sociali e gli Enti del Terzo settore (DM 186/2019), così come delineate nel manuale dell'Economia del Bene Comune 5.0. per la redazione del Bilancio del Bene Comune.

La sezione "Nota Metodologica" riporta una tabella di riconciliazione che permette di identificare la sezione e la pagina del Bilancio del Bene Comune, dove ogni richiesta del DM 186/19 è stata rendicontata.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Consorzio CAES Italia S.C.S. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza del Revisore e controllo della qualità

Sono indipendente in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

Responsabilità del Revisore

È mia la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dalle Linee Guida per la Redazione del Bilancio Sociale per le Imprese Sociali e gli Enti del Terzo settore (DM 186/2019). Il mio lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati in tale documento. Tali criteri richiedono la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il mio esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non mi consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame. Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul mio giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, ho svolto le seguenti procedure:

- 1) analisi delle ragioni della compresenza della DNF (Dichiarazione di carattere Non Finanziario prevista ai sensi degli articoli 3, 4 e 7 del D.Lgs. 254/2016) e del Bilancio di Sostenibilità e dei profili che differenziano i due documenti;

- 2) analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- 3) comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, ho svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione del Consorzio CAES Italia S.C.S. e ho svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità ho effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, ho svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

CONCLUSIONI SENZA RILIEVI:

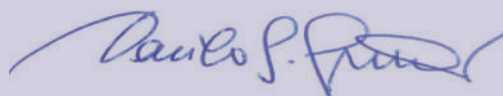
Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla mia attenzione elementi che mi facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità - Bilancio del Bene Comune del Consorzio CAES Italia S.C.S. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dalle Linee Guida per la Redazione del Bilancio Sociale per le Imprese Sociali e gli Enti del Terzo settore (DM 186/2019), come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Milano, 12 aprile 2026

Il Revisore

Danilo Giovanni Guberti





Consorzio
Assicurativo
Etico
Solidale

CAES ITALIA

Via Gavirate, 14 • 20148 Milano

   Tel. 02-87166257

www.consorziocaes.org

comunicazione@consorziocaes.org

In collaborazione con

