

Bilancio del Bene Comune 2022

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

10 ANNI DI BILANCIO SOCIALE



Consorzio
Assicurativo
Etico
Solidale

Indice

Nota metodologica pag. 3

Editoriale

**DALLA CONTAMINAZIONE POSITIVA
ALLA CONSAPEVOLEZZA NECESSARIA** pag. 5

A cura di Gianni Fortunati

Editoriale

RIAPPROPRIAMOCI DEGLI ALGORITMI DI SCELTA pag. 7

A cura di Alessandro Messina

- Informazioni generali 9
- Breve storia dell'impresa. Purpose, mission, vision e valori 10
- Elenco attività statutarie. Oggetto sociale 12
 - Focus: L'assicurazione Etica* 13
- Governance 14
- Mappa degli Stakeholder 15

FORNITORI • TEMA A pag. 16

SOCI E PARTNER FINANZIARI • TEMA B pag. 24

COLLABORATORI • TEMA C pag. 33

CLIENTI E CONCORRENTI • TEMA D pag. 43

CONTESTO SOCIALE • TEMA E pag. 57

-
- In sintesi: le "stelle" dei valori, degli stakeholder e dei temi pag. 76
 - Obiettivi di miglioramento pag. 77
 - Attestato Valutazione Peer pag. 78
 - Tabella di riconciliazione pag. 79
 - Relazione del revisore al Bilancio Sociale pag. 82

Bilancio del Bene Comune 2022

Coordinamento a cura di 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: Altreconomia (www.altreconomia.it)

NOTA METODOLOGICA

Per l'edizione 2022 del nostro Bilancio Sociale abbiamo deciso di utilizzare lo strumento della matrice e del manuale dell'**Economia del Bene Comune 5.0**, per la redazione del **Bilancio del Bene Comune**. La tabella di riconciliazione al termine di questa nota metodologica permette di identificare il tema 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 (tema A), soci e partner finanziari (tema B), collaboratori (tema C), clienti e utenti (tema D) e contesto sociale (tema 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
- un punteggio da 0 a 10 per ogni aspetto positivo o un punteggio da 0 a -200 per ogni aspetto negativo proposto dalla matrice dell'Economia del Bene Comune. Per ogni aspetto, sono riportati 2 diversi punteggi: il primo è la sintesi dell'auto-valutazione da parte di CAES e il secondo è il punteggio definitivo confermato durante la validazione peer
- un punteggio complessivo finale dell'organizzazione per un massimo di 1000 punti

IL PROCESSO DI SVILUPPO DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE

Abbiamo sviluppato il bilancio a partire da incontri dialogici guidati da un team di consulenti abilitati EBC.

Gli incontri si sono svolti in modalità a distanza e in presenza. Quelli relativi al senso e all'impatto dell'impresa e dei suoi servizi sulla società (E1) e ai collaboratori (C), così come i temi relativi alla relazione con i clienti, alla comunicazione, al marketing, alle vendite e all'impatto ambientale di prodotti e servizi (D1, D3 e D4) hanno coinvolto tutti i collaboratori. Mentre i restanti temi sono stati analizzati da un team ristretto in rappresentanza della direzione.

In particolare, per il tema E1 e per il tema C si sono svolti incontri in presenza e condotti workshop specifici, tali da coinvolgere attivamente tutti i collaboratori.

In aggiunta, per quanto riguarda l'aspetto E1 "Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società", si è cercato di analizzare lo specifico contributo di CAES al raggiungimento degli

Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite con le sue attività, identificando anche alcuni indicatori quantitativi per misurare tale contributo, indicatori di Output e laddove possibile indicatori di Outcome. Per questa parte si veda la tabella specifica riportata nel tema E1.

Durante gli incontri abbiamo raccolto il pensiero dei partecipanti rispetto allo stato dell'arte e agli obiettivi di miglioramento su ogni tema e aspetto della matrice.

Di conseguenza ci siamo auto-valutati secondo i livelli di valutazione proposti dal manuale EBC 5.0 per ogni tema. Il punteggio assegnato ad ogni aspetto è il frutto del consenso di tutti i partecipanti.

Le auto-valutazioni espresse sono state validate durante l'incontro di valutazione di gruppo (peer) avvenuto insieme ad altre due organizzazioni in fase di bilanciamento, Società Mutua Piemonte e Tenero Consulting Sas, gruppo peer facilitato da un consulente abilitato EBC.

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 biennio 2021-2022.

COME SONO STATI ASSEGNATI I PUNTEGGI?

Gli aspetti positivi possono dare da 0 a 10 punti. Sebbene esistano descrizioni specifiche dei livelli di valutazione corrispondenti ad ogni punteggio per ogni aspetto analizzato, in generale, punteggi e livelli di valutazione seguono queste logiche:

Punteggio	Livello	Descrizione
7-10	Esemplare	Il tema è alla base dell'identità e della strategia dell'impresa ed è trattato in modo creativo ed innovativo
4-6	Esperto	Le prime misure e sperimentazioni sul tema sono state tradotte in politiche e azioni stabili e sistematicamente adottate
2-3	Avanzato	Vengono attuate le prime misure / sperimentazioni sul tema
1	Primi Passi	Il tema viene esaminato e vengono identificate delle strategie o dei possibili miglioramenti
0	Base	Rispetto delle norme vigenti in materia

Gli aspetti negativi possono dare da 0 a -200 punti. Il punteggio negativo è assegnato in caso siano presenti in azienda determinate pratiche illegali o impatti negativi gravi. In questo caso, un punteggio di 0 significa che non sono state riscontrate criticità in tale ambito e non vengono quindi assegnate penalità.

EDITORIALE

Dalla contaminazione positiva alla consapevolezza necessaria

*A cura di Gianni Fortunati,
Presidente e Direttore Consorzio CAES*



Bilancio del Bene Comune 2022

Tutti ormai dicono che l'azienda non deve più essere solo centro di creazione di profitto, definizione antica del primo Novecento, ripristinata dalla paura, dalla vera consapevolezza e anche dall'interesse per cui l'immagine vera o apparente e a volte troppo parziale impatta sul consumatore.

Le aziende oggi mostrano di voler essere anche centro di interessi comuni (bene comune) quali l'ambiente, i clienti, i fornitori e i lavoratori.

Per CAES è il decimo anno di bilancio sociale e cinque anni fa abbiamo cominciato a valutare il nostro impatto sociale.

Lo scorso anno abbiamo cominciato a riflettere su quanto dichiaravamo potesse essere letto come un esercizio solo autoreferenziale e quindi abbiamo deciso di farci guardare dentro ed accompagnare nella valutazione: abbiamo scelto l'economia del bene comune, un movimento internazionale che propone un modello socio-economico etico in cui l'economia mette al centro il benessere delle persone e del Pianeta.

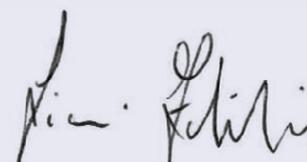
Ne è emersa un'analisi dettagliata dei nostri comportamenti che, in una logica cooperativa, solidale ed inclusiva, hanno portato alla **creazione di valore condiviso per i nostri stakeholder**. I confronti e le valutazioni che sono state fatte hanno portato **tutta l'azienda a ragionare insieme** rispetto a quelli che sono i propri obiettivi di miglioramento. E questo è stato molto importante per non perdere mai di vista i valori e la mission di CAES nell'attività ordinaria di ciascuna persona coinvolta.

È stato un lavoro faticoso e lungo; ringrazio chi nell'organizzazione ci ha accompagnato in questo percorso ed in particolare la più preziosa collega, Elena Peverada.

Dopo ventotto anni di attenzione al terzo settore - così necessario a supportare gran parte delle debolezze e fragilità del nostro Paese e così poco tutelato (ed a volte riconosciuto) - ed al consumatore critico, che sa scegliere ogni cosa sulla base del bene comune, CAES prosegue con i fatti a tutelare e premiare in ambito assicurativo le organizzazioni e le persone che agiscono e scelgono con logica critica e con attenzione.

Cerchiamo continuamente relazioni ed interazioni per aumentare la visibilità che ci permette di crescere ma soprattutto di agire **una contaminazione positiva**.

Cerchiamo **forza collettiva** per raggiungere sempre più persone da coinvolgere ad aggregare nel convincere il disattento **a passare dall'indifferenza ancora troppo presente alla consapevolezza necessaria per un cambiamento sempre più urgente**.



EDITORIALE

Riappropriamoci degli algoritmi di scelta

*A cura di Alessandro Messina
Vicepresidente Consorzio CAES*



Bilancio del Bene Comune 2022

Un nuovo bilancio sociale di CAES. Numeri, fatti, racconti di un'esperienza controcorrente, che noi del Consiglio di amministrazione vediamo, non senza orgoglio, **come sempre più utile, necessaria, portatrice di un'essenziale positività umana.**

Viviamo, infatti, tempi contraddittori. L'estrema accelerazione di ogni fenomeno di superficiale importanza, tipica del modello di vita e di società che, come occidentali, ci siamo imposti negli ultimi decenni, è accentuata dal ruolo che la tecnologia ha assunto nella quotidianità, nostro malgrado. In un mondo sempre più interconnesso siamo tutti più isolati.

Non siamo ancora governati dall'algoritmo, come qualcuno minaccia, ma gli algoritmi guadagnano spazio nelle nostre scelte di piccola e grande importanza: dalla selezione della pizzeria per una serata con gli amici all'acquisto della casa dove crescere i figli.

Non c'è da farsi prendere da forme di luddismo fuori tempo. Demonizzare la modernità non ha mai portato granché.

Ma c'è da coltivare e far crescere la consapevolezza sui limiti di questo modello e sui comportamenti individuali che di conseguenza adottiamo. Questa sì un'attitudine - di critica ed elaborazione collettiva - che abbiamo colpevolmente perduto.

Così, di fronte a contraddizioni ormai tangibili e che a loro volta ci toccano direttamente, siamo sguarniti di risposte e soluzioni.

Le diseguaglianze tra aree del Pianeta e i prepotenti flussi migratori che esse inesorabilmente determinano. La crisi ambientale e l'immobilismo di chi dovrebbe prendere decisioni per arginarla. La finanza dominante e l'asservimento di ogni comportamento - anche pubblico - alla regola del profitto privato di breve termine.

I modelli di impresa predatori, estrattivi, sfruttatori, insomma produttori di forti esternalità negative, come direbbero gli economisti, e le loro edulcorate mitigazioni (la *corporate social responsibility*...).

Forse è vero che il modello di società capitalistica di mercato non ha alternative.

Ma non se ne vedono più correttivi efficaci. All'inizio del Novecento, v'era chi li cercava nell'affermazione dell'impresa cooperativa, pur dentro un sistema liberale. Nel Dopoguerra li si sono trovati negli equilibri politici di orientamento socialdemocratico. Negli anni Novanta abbiamo vissuto il riassetto pubblico-privato, con l'esplosione del terzo settore. **Oggi siamo in piena bolla da finanza sostenibile...**

Nulla di definitivo, chiaro, ma è sensibile l'impressione che si proceda per cerchi concentrici di progressiva debolezza, allontanandoci da assetti credibilmente in grado di modificare lo *status quo*. Più di un'impressione: **i numeri delle disegualianze** - che crescono nei singoli Paesi e ancor di più a livello globale - **certificano la gattopardesca postura del sistema in cui viviamo, a dimostrazione di come ricchezza e denaro (mai stata così ampia la sua quantità in circolazione nella storia dell'umanità) siano ormai sganciati dalla capacità di produrre benessere per i singoli e la collettività.**

Ripartiamo da noi, allora. Riacquistiamo la padronanza del nostro tempo e dei nostri desideri, recuperandone il valore sostanziale e non effimero. Cosa voglio veramente? Perché? Come posso compiere scelte coerenti con questa mia spinta?

Non sembri una sproporzione, ma è su questa traiettoria di connessioni tra individuo e comunità che vediamo la funzione delle assicurazioni solidali e il ruolo di CAES: sostenere, rafforzare, dare strumenti e concretezza alla tessitura di socialità, all'unione di persone e progetti, alla migliore capacità di intervento di associazioni, cooperative, imprese sociali e benefit, insomma di tutti coloro che quotidianamente si impegnano per cambiare "postura di modello" e favorire l'autodeterminazione negli "algoritmi di scelta" dei singoli.

Una necessità, forse un'utopia, certamente una splendida missione, che CAES tenacemente porta avanti nel campo delle assicurazioni, da quasi trent'anni. E di cui il bilancio sociale che avete davanti agli occhi sancisce, anche quest'anno, successi, aree di miglioramento, sfide future.



INFORMAZIONI GENERALI

Nome dell'azienda: Consorzio CAES Italia SCS

Settore: Intermediazione assicurativa

Numero collaboratori (equivalente al tempo pieno): 9

Fatturato: 675.547 €

Utile: 63.010 €

Filiali/aziende collegate: ///

Sede: Milano, Via Gavirate 14

Sito: www.consorziocaes.org

Anno di riferimento: 2022

Arco di tempo impiegato per la realizzazione del report: Novembre 2022 - Marzo 2023

Persona di riferimento per il Bilancio del Bene Comune: Elena Peverada

Gruppo territoriale EBC di riferimento: Lombardia (in costituzione)

Consulenti EBC coinvolti: Lidia di Vece, Stella Catto, Maria Fabiana Laruccia

L'ECONOMIA 
DEL BENE COMUNE
Un modello economico che ha futuro

Italia

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, consum-attori 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 • Il nostro modo di fare

Assicurazione si esprime 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. La nostra attività di rete è sempre orientata tra le esigenze di fare impresa e la finalità sociale. Appliciamo i concetti mutualità, correttezza, trasparenza ed orientamento al cliente, fornendo prodotti qualificati con un elevato standard di affidabilità tecnica, sia per quel che concerne l'assunzione del rischio che la liquidazione dei danni. 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. Un altro pilastro del nostro modo di fare assicurazione è la scelta delle relazioni economiche e sociali che vanno a sommarsi alla rete valoriale creando il nostro ambiente di attività che fa riferimento al mondo dell'Economia Solidale.

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 ha per scopo il perseguimento dell'interesse generale della comunità 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 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.

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 mandatari, agenzie e subagenzie;

b) studiare la disciplina delle assicurazioni, progettare e/o rielaborare modelli di tutela del rischio e fornire servizi che assicurino 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. Il consorzio potrà operare anche con terzi.

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

GOVERNANCE

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

FORTUNATI GIANNI

Consigliere

Data atto di nomina: 21/06/2022

Data di prima iscrizione: 02/08/2013

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2024

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 31/12/2024

MESSINA ALESSANDRO

Consigliere

Data atto di nomina: 21/06/2022

Data di prima iscrizione: 13/04/2022

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2024

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 31/12/2024

RAITANO PIETRO RAFFAELE

Consigliere

Data atto di nomina: 21/06/2022

Data di prima iscrizione: 23/08/2016

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2024

GUSELLA GUIDO

Consigliere

Data atto di nomina: 21/06/2022

Data di prima iscrizione: 23/08/2016

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2024

GORINI PAOLO

Consigliere

Data atto di nomina: 21/06/2022

Data di prima iscrizione: 09/07/2019

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2024

GUBERTI DANILO GIOVANNI

Carica: revisore unico

Data atto di nomina: 21/06/2022

Data di prima iscrizione: 02/08/2013

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2024

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

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



FORNITORI • TEMA A

- 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

A1. 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 ed 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.

Non abbiamo procedure d'acquisto specifiche e scritte ma **la maggior parte delle relazioni commerciali sono instaurate da molto tempo.** Per tutte queste ragioni, possiamo dire che **la gestione etica degli acquisti fa parte della nostra identità.**

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 Comunione, 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 (Chico Mendes SCS e Coop Quetzal, entrambe botteghe del mondo e cooperative sociali) e il servizio di tenuta paghe e contabilità (Urbana, cooperativa sociale).

Dai **fornitori qualificati e qualificati*** acquistiamo servizi e assistenza software, 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) ed abbiamo acquistato cellulari aziendali.

Gli acquisti sostenuti avvalendosi di **fornitori di altra tipologia** sono invece, in ordine di importanza i seguenti: apparecchiature hardware e relativi servizi di manutenzione, 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 segre-

teria 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'autovettura, 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.



A1.2 - VIOLAZIONE DELLA DIGNITÀ UMANA LUNGO LA FILIERA

Non rileviamo situazioni di violazione della dignità umana: la maggior parte dei ns. 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.

INDICATORE 2022

► 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

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura

Azioni

Redazione di un questionario per i fornitori (attuali e nuovi) che vada ad indagare le loro scelte di sostenibilità in tema di dignità umana

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A1.1 Condizioni di lavoro e impatto sociale lungo la filiera | 8/8

A1.2 Violazione della dignità umana lungo la filiera (NEG) | 0/0

► 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.

Segnaliamo che nel 2021 e nel 2022 si sono verificate due situazioni in cui, la relazione duratura instaurata con un paio di fornitori ha portato ad una restituzione da parte loro nei nostri confronti di parte del compenso percepito: in un caso il fornitore si è sentito in dovere, alla fine dell'anno, di restituirci parte dei canoni che aveva percepito per compartecipare alla nostra situazione di difficoltà dovuta al Covid-19. L'altra situazione è avvenuta a fine 2022 quando un altro fornitore, dovendo richiederci nel contratto di rinnovo un canone più alto - in quanto parametrato al costo della vita, in aumento - ha deciso di aumentare il costo del servizio ma solo del 50% in quanto ha ritenuto di dover supportare il settore della cooperazione sociale a cui entrambi apparteniamo.

Al di là di questi casi particolari, generalmente paghiamo a ricevimento fattura o a 30 giorni dalla data fattura, senza alcun ritardo.

Non abbiamo mai fatto delle rilevazioni strutturate e formali, ma **spesso avvengono confronti con i nostri fornitori**; riteniamo quindi che complessivamente essi siano soddisfatti della relazione

instaurata. La partnership con Assimoco merita un cenno particolare. 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 in 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.** Segnaliamo in questa sede che Eticapro a fine 2022 si è aggiudicato il premio di Insurance Connect "Terzo Settore - Digital" per essersi distinto in ambito ETS rispetto alle strategie, alla progettualità e all'innovazione applicata.

INDICATORE 2022

► **Durata media della relazione commerciale con i fornitori: superiore a 8 anni (per alcuni fornitori la relazione è ventennale)**

INDICATORE 2022

Stima in termini economici della distribuzione della creazione di valore lungo la filiera nel 2022:

Totale acquisti	252.678 €
Fatturato	670.461 €
Valore distribuito ai fornitori sul fatturato	37,69%

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) quello che fa: le proprie scelte e ciò che mette in pratica. Non abbiamo mai chiesto ai nostri fornitori di fare altrettanto e, sulla base di questo, ponderare il peso della loro fornitura. Questo perché essi sono stati scelti a priori sulla base di una condivisione di valori.

Non abbiamo mai indagato rispetto alle loro rispettive catene di fornitura. Abbiamo però notato nel tempo che il fatto di avere una relazione duratura e di lungo corso con alcuni di essi ha **comportato una contaminazione indiretta (talvolta reciproca)**.

Ad esempio, alcuni nostri fornitori hanno deciso di avvalersi dei servizi di altri nostri fornitori: **abbiamo quindi allargato la relazione mutualistica in cui noi stessi siamo inseriti**. Inoltre, in alcuni casi, siamo stati una fonte di ispirazione affinché fossero intrapresi percorsi di miglioramento delle prassi operative o si giungesse ad una certificazione della propria attività.

INDICATORE 2022

► **64%** 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 caratte-

rizzano e che ci rendono unici oppure al fatto che siamo i loro principali clienti in termini di fatturato.

Nonostante ciò, non abbiamo mai esercitato abusi di potere nei loro confronti (né, di conseguenza, 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.

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura

Valutare la soddisfazione dei fornitori rispetto alle condizioni di pagamento ed alla relazione commerciale instaurata

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

Redazione di un questionario per i fornitori (attuali e nuovi) che vada ad indagare le loro scelte di sostenibilità in tema di equità

Redazione di uno strumento di indagine sulla soddisfazione dei fornitori

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

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A2.1 Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti	10/9
A2.2 Influenza positiva su solidarietà, equità e giustizia sociale lungo l'intera filiera	4/4
A2.3 Abuso di potere di mercato nei confronti dei fornitori (NEG)	0/0

A3. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE LUNGO LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

A3.1 - IMPATTI AMBIENTALI LUNGO LA FILIERA

Nella scelta dei fornitori 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 un paio d'anni, 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. Questa azienda sviluppa il nostro sito internet pubblico www.consorziocaes.org - lo strumento con cui entriamo in contatto con il clienti - ed il sistema operativo ad esso collegato, curandone tutte le implementazioni. Nello specifico, questo fornitore riduce il proprio impatto ambientale operando da remoto, con processi di digitalizzazione avanzati, tramite uno smart working molto spinto per i propri collaboratori ed alimentando le proprie apparecchiature informatiche con sistemi di energia rinnovabile.
- Il nostro fornitore per hardware non ha invece certificazioni particolari ed i prodotti/servizi ricevuti sono quelli reperibili in commercio con un'attenzione particolare alla performance ma non alla sostenibilità (dalle schede prodotti delle apparecchiature elettroniche utilizzate non si rilevano scelte particolari in questo senso).

INDICATORE 2022

► **44%** Percentuale di fornitori in possesso di certificazioni o marchi ambientali (calcolata sul volume di acquisto da fornitori qualificati e soci)

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 obsoleti al momento dello smaltimento, in diversi casi 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.

Non siamo invece a conoscenza di impatti ambientali sproporzionatamente elevati lungo la nostra filiera.

INDICATORE 2022

► **Non ci sono beni e servizi acquistati che si ritiene abbiano un impatto eccessivo sull'ambiente**

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura

Migliorare l'impatto ecologico delle apparecchiature tecnologiche acquistate

Azioni

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)

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

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A3.1 Impatti ambientali lungo la filiera | 8/8

A3.2 Impatti ambientali negativi lungo la filiera (NEG) | 0/0

► 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 partecipazione 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 Assimoco e Banca Etica. Oltre a questi due partner/fornitori, 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 Coop. (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 Coop. vi è invece un allineamento costante rispetto alle nostre strategie di comunicazione. A partire dalla fine del 2022 stiamo analizzando insieme a loro i nostri punti di forza e di debolezza in modo da strutturare modalità e strumenti di comunicazione nuovi e più funzionali.

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 condivisione di valori e che quindi non abbiamo mai chiesto loro di comunicarci con noi le proprie scelte di trasparenza e partecipazione. Ritornando però al tema della contaminazione, anche in questi casi, così come noi li coinvolgiamo 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.

INDICATORE 2022

► **31%** 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)

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Migliorare la conoscenza e l'attenzione alla catena di fornitura

Azioni

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

VALUTAZIONE AUTO/PEER

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

7/7

A4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo la filiera(NEG)

4/4

SOCI E PARTNER FINANZIARI • TEMA B

- 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

B1. FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

B1.1 - AUTONOMIA FINANZIARIA ATTRAVERSO L'AUTOFINAZIAMENTO

La nostra situazione finanziaria attuale può essere sintetizzata come segue:

- il rapporto tra i mezzi propri e le risorse complessive ammonta a 37,23% per l'anno 2022. Tuttavia, rileviamo che il dato di Capitale esterno, così come è calcolato, sia sovra-stimato: esso, infatti, include sia debiti liquidabili entro i 12 mesi successivi che debiti che sono tali solo alla data del 31.12.2022 in quanto nel nuovo anno sono immediatamente pagati e quindi non risultano più come dipendenza da fonti esterne (nello specifico, il debito nei confronti di Assimoco, liquidabile entro la decade che ricade nell'anno successivo). **L'autonomia finanziaria di CAES è quindi considerevole;**
- abbiamo un margine di struttura dato da (capitale proprio - investimenti (totale immobilizzazioni)) pari a circa 300.000 €;
- abbiamo attività finanziarie pari a 360.000 € - investite tramite Etica SGR - che potenzialmente potrebbero essere svincolate nel breve periodo. Si tratta di attivi che danno garanzia di stabilità;
- deteniamo fondi di ammortamento alimentati annualmente con circa 35.000 € 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). Il rischio è quindi residuale;

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'immediato. Anche in questo caso il rischio appare minimo: per far fronte a spese ingenti abbiamo sempre stipulato mutui e leasing;

3) rischio legato all'andamento dell'attività caratteristica. Qualora generassimo perdite consistenti in maniera ripetuta, potremmo erodere tutti i fondi già costituiti. Negli ultimi 10 anni abbiamo sempre prodotto un utile: l'aumento del capitale proprio fa sì che questo rischio sia molto ridotto.

Rispetto alle prospettive di investimenti futuri, tutte le evoluzioni che stiamo ipotizzando in Consiglio di Amministrazione sono ancora in fase di studio e quindi al momento non richiedono nessun tipo di investimento. I potenziali rischi finanziari, connessi con l'andamento del Consorzio e tenuto conto della sua evoluzione, sono tenuti sotto controllo attraverso analisi di gestione periodiche e con strumenti creati appositamente (file di verifica della liquidità corrente). **Tutti gli utili di CAES vengono accantonati a riserva**. 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. A titolo di chiarimento, l'agente per poter esercitare l'attività di intermediazione deve essere iscritto ad un albo (RUI). Normalmente le agenzie tradizionali sono società di persone o ditte individuali in cui l'agente alla fine dell'anno trattiene gli utili come guadagno perso-

nale. Le agenzie tradizionali quindi di solito non accantonano gli utili ma solo il TFR ed alcune altre tipologie di fondi. Nel nostro caso, invece, l'agente ha ceduto la sua "licenza all'esercizio dell'attività" e le sue competenze alla società. CAES, come consorzio di cooperative sociali, ha di conseguenza potuto iscriversi nel RUI come organizzazione grazie alla licenza dell'agente. Ad oggi non conosciamo altre imprese/organizzazioni che svolgono l'attività di intermediazione assicurativa con queste peculiarità.

INDICATORE 2022:

Mezzi propri (capitale sociale, riserve, utile non distribuito, ...)

Capitale sociale	29.000 €	6,84%
Fondo riserva ordinaria	332.259 €	78,31%
Riserva di rivalutazione	/	0,00%
Utile/perdita portato prima dell'esercizio	63.010 €	14,85%
Totale	424.269 €	100%

INDICATORI 2022

► **37,23%** Percentuale di mezzi propri (capitale sociale, riserve, utile non distribuito) sulle risorse complessive (risorse complessive = mezzi propri + mezzi di terzi)

► **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 ed un finanziamento erogato da Nissan Finanziaria per l'acquisto dell'auto aziendale ibrida (che copre il 30% del valore complessivo del mezzo). Vi è comunque una forte prevalenza in termini % del peso del finanziamento di Banca Etica sul totale.

INDICATORE 2022

► **90%** Percentuale di finanziamenti da parte di Banca Etica sul totale finanziamenti in corso

INDICATORE 2022

Relazione tra mezzi propri e mezzi di terzi

Capitale proprio	424.269 €	37,23%
Capitale esterno	715.311 €	62,77%
Totale passivo	1.138.709 €	100%

INDICATORI 2022

► **62,77%** Percentuale di mezzi di terzi sulle risorse complessive

INDICATORE 2022

Ammontare dei mezzi di terzi, per tipologia

Passività bancarie (fido utilizzato)	125.427 €	17,53%
Fondi di ammortamento immateriali	141.499 €	19,78%
Fondi di ammortamento materiali	44.474 €	6,22%
Fondo TFR	199.860 €	27,94%
Debiti verso dipendenti	24.723 €	3,46%
Debiti verso i fornitori	19.866 €	2,78%
Debiti diversi	148.653 €	20,78%
Debiti Erario e INPS	-14.465 €	-2,02%
Ratei e risconti passivi	25.274 €	3,53%
Totale	715.311 €	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.

INDICATORE 2022

Nome del partner	Tipologia di partner finanzia	Prodotto finanziario	Volume 2022
Etica SGR	SGR	Investimento in fondi	80.000 €
Banca Popolare Etica	Banca	Mutuo	124.977 €
Nissan Finanz. - RCI Banque SA Succ.sale Italiana	Società di leasing	Finanziamento per acquisto auto	13.786 €
Assimoco SPA	Compagnia assicurativa	Assicurazioni	6.278 €

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B1.1 Autonomia finanziaria attraverso l'autofinanziamento | 9/9

B1.2 Fonti di finanziamento esterne orientate al bene comune | 9/9

B1.3 Approccio etico dei finanziatori esterni | 9/9

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

Il principale ambito in cui stiamo investendo e vogliamo investire nel prossimo futuro è quello della digitalizzazione dei nostri processi. Essa è identificabile essenzialmente sotto due aspetti:

1. Il lato software che stiamo implementando per:
 - consentire ai nostri clienti di fruire di un servizio migliore (procedure più semplici nella relazione con CAES sia in fase di richiesta preventivo che nella sottoscrizione delle pratiche);
 - permetterci di acquisire maggiori informazioni dai clienti tramite processi automatizzati;
 - dematerializzare completamente i documenti.
2. Il lato hardware, necessario per potenziare la nostra infrastruttura tecnologica, che ci ha consentito, tramite gli investimenti messi in atto nel 2022, di abilitare tutti i lavoratori allo smart-working.

Gli elementi sociali sono da individuarsi nel miglioramento del servizio ai clienti e nel miglioramento della qualità di vita dei lavoratori grazie ad una maggior possibilità di conciliare il lavoro con la propria vita privata.

Anche la scelta di investire in fondi di Etica SGR i nostri risparmi rappresenta un'attenzione al tema ESG, così come la scelta di diventare soci di Banca Etica e di ènostra (queste due ultime partecipazioni non sono mappate a livello quantitativo perché, pur essendo tuttora in corso, non sono avvenute nell'anno preso in esame).

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).

INDICATORE 2022

Flusso di cassa netto da attività operative

Totale ricavi	702.660 €
Ricavi non caratteristici	22.056 €
Ricavi caratteristici	680.604 €

INDICATORE 2022

Investimenti strategici/utigli per il futuro aziendale effettuati:

Elenco	Investimento ecologico
Spese sito e software gestionale	
Investimento in fondi Etica SGR	
Acquisto accessori hardware	
Acquisto software	
Costi per innovazione	
Interventi assistenza hardware	
Canoni assistenza software/sito	
TOTALE INVESTIMENTI STRATEGICI EFFETTUATI	106.495 €

INDICATORI 2022

Utile	63.010 €
Utigli accantonati come riserve	332.259 €
Ammontare totale delle immobilizzazioni al netto degli ammortamenti	193.814 €
Fatturato	675.547 €

B2.2 - DISTRIBUZIONE INIQUA DEGLI UTILI

Negli ultimi anni non si è mai verificata una riduzione di posti di lavoro nella nostra organizzazione.

La tendenza, al contrario, è quella di valutare nuove assunzioni per far fronte alla crescita della nostra struttura. 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.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B2.1 Impiego degli utili solidale e orientato al bene comune	10/10
B2.2 Distribuzione iniqua degli utili (NEG)	0/0

B3. INVESTIMENTI SOCIO-AMBIENTALI E IMPIEGO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

B3.1 - QUALITÀ AMBIENTALE DEGLI INVESTIMENTI

Le nostre strategie di investimento hanno già oggi 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**).

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).

Un ulteriore investimento in ambito ambientale che è stato sostenuto negli ultimi anni è quello riguardante **l'acquisto dell'auto aziendale ibrida.**

INDICATORE 2022

Spesa effettuata per il miglioramento ambientale:

► **106.495,21 €** Volume 2022

► **100%** % investimenti ecologici sul totale degli investimenti effettuati

B3.2 - INVESTIMENTI ORIENTATI AL BENE COMUNE

Attualmente, **una forma di finanziamento solidale a favore di progetti socio-ambientali di terzi è quella derivante dal Progetto ETICAR** (si veda descrizione nel tema D4.1). Tale progetto infatti prevede, tra gli altri aspetti, il fatto che CAES rinunci alle proprie sovrapprovvigioni relative alla produzione ETICAR (a tal fine è costituita una codifica agenziale dedicata) per devolverle a favore della rete dell'economia solidale ossia a favore dell'associazione RIES (Rete Italiana per l'Economia Solidale) e degli altri soggetti (Distretti di Economia Solidale che hanno preventivamente espresso questa volontà ed Amnesty International) in quota parte. **L'associazione RIES recentemente (inizio 2023) ha promosso un bando all'interno della sua rete per devolverli come contributo a favore dei migliori progetti di economia solidale territoriale presentati dai propri soci.**

Se replicare un progetto come ETICAR sarebbe difficile (servirebbe infatti costituirsi come nuova agenzia per poter monitorare correttamente gli

andamenti tecnici del portafoglio specifico), investimenti d'altro genere a favore di progetti di terzi che abbiano ricadute socio-ambientali sono certamente possibili. In questi casi non avremmo solo vantaggi di natura fiscale come avviene per tutte le altre imprese quando finanziano delle Onlus ma sarebbe parte integrante della nostra mission. Lo Statuto, infatti, ci consente di partecipare a queste forme di finanziamento, sia verso le Onlus che verso associazioni o enti non profit di altro tipo.

Impatta in quest'ambito anche la scelta di investire i nostri risparmi in fondi di Etica SGR (**fondi che rispettano criteri di investimento ambientali**).

INDICATORE 2022

► **Finanziamento solidale di progetti socio/ambientali (progetti di terzi):**

nel 2022 non è stata erogata alcuna somma per il Progetto RCA ETICAR in quanto, dato l'andamento tecnico negativo del portafoglio di riferimento (il rapporto S/P triennale di riferimento, rapporto tra i sinistri pagati e le polizze incassate è stato superiore al 60%), non abbiamo ricevuto sovrapprovvigioni.

ETICAR ha comunque complessivamente devoluto dal 2013 ad oggi 21.294 €



INDICATORE 2022

Investimenti in fondi a impatto socio/ambientale:

Elenco	Volume	% su totale degli investimenti effettuati nel 2022
--------	--------	--

Obbligazioni Etica SGR	80.000 €	75,12%
------------------------	----------	--------

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'approvvigionamento di energia avviene da un fornitore che si avvale esclusivamente di fonti energetiche rinnovabili.

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B3.1 Qualità ambientale degli investimenti | 9/9

B3.2 Investimenti orientati al bene comune | 10/10

B3.3 Dipendenza da risorse con impatto ambientale rilevante (NEG) | 0/0

B4. PROPRIETÀ 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 non 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



- **Chico Mendes Coop. Soc.** con sede in Milano (MI). Gestisce un circuito di botteghe del commercio equo in Lombardia.

www.chicomendes.it



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



- **Quetzal La Bottega Solidale Coop. Soc.** in liquidazione con sede in Modica (RG). Produce cioccolato e prodotti tipici di Modica equo-solidali e gestisce una bottega del commercio equo. www.cioccolato-quetzal.it



- **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. www.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 uno è un lavoratore 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.

Ci rendiamo comunque conto che il vedersi una volta all'anno non porta alla costruzione di percorsi inclusivi. D'altra parte, dobbiamo considerare che la nostra è una struttura giuridica in cui i soci sono figure giuridiche rappresentative dei propri soci (a loro volta, a seconda dei casi, figure giuridiche o persone fisiche. E, in questo ambito, si può comunque dire che i soci dei soci partecipano a CAES attraverso una rappresentanza mediata) e che una loro maggior partecipazione alle scelte strategiche di CAES sarebbe difficile da attuare: sarebbe infatti complicato coinvolgere soggetti che poi di fatto non hanno le competenze per poter esprimere dei giudizi e dare un contributo fattivo.

Esiste, d'altra parte, **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 (un esempio per tutti, prima della pandemia, grazie alla mediazione di CAES, si era ragionato sul fatto di portare i prodotti di caffetteria del ns. socio Chico Mendes all'interno della compagnia Assimoco) o di rispondere alle loro specifiche esigenze (ai soci del Consorzio SIR da un paio di anni facciamo attività di formazione assicurativa).

La nostra compagine sociale è aperta nel senso che nuovi soci eventualmente interessati potrebbero fare richiesta di ammissione (esiste,

da questo punto di vista, il principio della porta aperta). **CAES non è una società di capitali, pertanto, non è significativa la suddivisione del capitale in % tra i soci: una testa vale sempre e solo un voto.**

B4.2 - SCALATA OSTILE

Dati gli attuali assetto societario ed impostazione non ci sono al momento possibilità di scalate ostili.

VERSO IL BENE COMUNE

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

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B4.1 Struttura di proprietà orientata al bene comune | 10/9

B4.2 Scalata ostile (NEG) | 0/0



COLLABORATORI • TEMA C

- C1 La dignità umana sul luogo di lavoro
- C2 Welfare aziendale, retribuzione e 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, come è emerso dal confronto tra i lavoratori avvenuto nella trattazione di questo tema C.

Le misure ed i processi già avviati per una cultura organizzativa orientata alla valorizzazione dei lavoratori sono sintetizzate nel **Regolamento interno del Consorzio CAES**, uno strumento attraverso il quale costruire e concretizzare la "comunità dei lavoratori".

Esso va a migliorare quanto stabilito nel CCNL delle Cooperative Sociali a cui facciamo riferimento essendo noi stessi una cooperativa sociale.

Questa integrazione si è resa necessaria negli anni al fine di estendere alcune condizioni di miglior favore contenute nel CCNL Agenzie in Gestione Libera e di adottarne altre per accrescere la qualità del lavoro in CAES.

Le principali variazioni fra il CCNL Cooperative Sociali e l'integrazione applicata sono descritte nella seguente tabella.

DESCRIZIONE	CCNL COOPERATIVE SOCIALI	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	<ul style="list-style-type: none"> 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 100% della retribuzione di fatto per tutto il periodo di maternità
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	/	<ul style="list-style-type: none"> Erogazione di buoni pasto sul nr. di giorni mensilmente lavorati Rimborso delle spese di viaggio (casa-ufficio e viceversa) sostenute
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

Nel 2022 sono stati inoltre erogati a favore dei dipendenti:

- **premi di produzione per un importo complessivo di 5.379 €;**
- **contributi per il pagamento delle utenze domestiche del servizio idrico integrato, dell'energia elettrica e del gas naturale**, come previsto dal Decreto Legge nr. 115 del 09/08/2022 recante "Misure urgenti in materia di energia, emergenza idrica, politiche sociali e industriali e successive integrazioni", **per un importo complessivo di 4.800 €.**

Segnaliamo che a partire dal 2023 verranno introdotti contrattualmente anche:

- la quattordicesima mensilità (non prevista dal CCNL delle cooperative sociali);
- 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).

Per quanto riguarda gli Scatti di anzianità ed il Premio di anzianità, essi sono stati dati come strumenti 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.

In CAES viene fatto il tentativo di mettere al centro la persona, con i suoi bisogni e la sua professionalità e mediante la valorizzazione delle sue capacità. 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 si verifica, anche in periodi successivi all'assunzione, uno scambio continuo di competenze, attraverso un confronto sui vari temi che emergono di volta in volta.

In caso di errori commessi su una mansione specifica, questi vengono gestiti direttamente tra colleghi, evitando conflitti ed evitando il pas-

saggio con la Direzione. 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). È comunque agito, in caso di necessità, sia il confronto con i colleghi che con la Direzione per quanto riguarda scelte che competono più postazioni. Non sono mai state fatte in azienda delle indagini sulla soddisfazione sul luogo di lavoro, sul clima e sulla cultura organizzativa ma, questi temi vengono affrontati, insieme a molti altri, all'interno delle riunioni di staff del venerdì (si veda il tema C4.3). I dipendenti di CAES, in quanto iscritti nel Registro Unico degli Intermediari Assicurativi in qualità di collaboratori, devono adempiere ad obblighi di formazione professionale annuale obbligatoria. Complessivamente, per rispondere a questi obblighi, sono state effettuate, nel 2022, 213 ore di formazione professionale. I temi della formazione obbligatoria riguardano essenzialmente la normativa assicurativa e le caratteristiche dei prodotti offerti.

Oltre a ciò, interessa evidenziare in questa sede, come alcuni dipendenti abbiano potuto usufruire, in orario lavorativo, di ulteriori opportunità di formazione. Nello specifico, nel 2022:

- la **Cantieri ViceVersa Summer School** nella sessione relativa alle Assicurazioni (07/07/2022);

- l'evento "L'RC Auto verso nuovi percorsi di sviluppo" organizzato da Insurance Connect (09/11/2022);
- l'evento "Il ruolo delle imprese assicuratrici per lo sviluppo sostenibile" organizzato dal Forum per la finanza sostenibile nell'ambito della settimana SRI (16/11/2022);
- l'evento "La sostenibilità nel settore assicurativo italiano" organizzato dal Forum per la finanza sostenibile nell'ambito della settimana SRI (23/11/2022).

INDICATORI 2022

► **0%** Tasso di turnover del personale

► **8,6 anni** Durata media del rapporto di lavoro con l'impresa

► **32** Numero di candidature (spontanee / a fronte di un annuncio di lavoro)

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

► **Opportunità di sviluppo (professionale e personale) offerte e utilizzate dai lavoratori, espresse in ore, per lavoratore o per categoria professionale:**
30 ore/persona rispondenti agli obblighi di formazione previsti da IVASS.
Ulteriori 12 ore complessive di formazione extra

C1.2 - PROMOZIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

Il maggior problema di salute per i lavoratori è correlato allo stress.

Si possono verificare infatti dei periodi in cui il personale è sottoposto a pressione da un punto di vista emotivo, dovuta essenzialmente ai carichi

di lavoro. In azienda, si tenta di dare supporto a queste situazioni tramite la flessibilità nella gestione dell'orario di lavoro, la conciliazione casa-lavoro 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.

INDICATORI 2022

► **66,67%** Indice di malattia (numero di lavoratori che sono stati almeno 1 volta in malattia nell'anno di riferimento / totale dei lavoratori *100)

► **74,5** Media giorni di malattia all'anno per collaboratore

► **0** Numero e gravità degli infortuni sul lavoro

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.

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).



C1.4 - CONDIZIONI DI LAVORO INADEGUATE

Non si rilevano aspetti negativi in questo ambito.

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Migliorare la gestione dei conflitti nell'azienda

Migliorare la qualità del lavoro in termini di ottimizzazione dei carichi lavorativi

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

Percorso formativo specifico sull'ascolto empatico

Ampliamento del team di lavoro di CAES e ridefinizione dei carichi lavorativi

Snellire e semplificare i processi operativi in accordo con Assimoco

VALUTAZIONE AUTO/PEER

C1.1 Cultura organizzativa orientata ai lavoratori | 8/8

C1.2 Promozione della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro | 7/7

C1.3 Diversità e pari opportunità | 10/10

C1.4 Condizioni di lavoro inadeguate (NEG) | 0/0

► C2. WELFARE AZIENDALE, RETRIBUZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

C2.1 - STRUTTURAZIONE DELLA RETRIBUZIONE

I lavoratori vengono retribuiti secondo quanto stabilito dal CCNL delle cooperative sociali. A

ciò si integra quanto definito dal Regolamento interno (si veda il dettaglio al tema C1.1), che serve quindi per dare dei benefici economici in più ai lavoratori rispetto agli standard da contratto nazionale. I lavoratori possono partecipare 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 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. 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 a degli 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.

INDICATORI 2022

► **14.016 €**

Retribuzione annua minima

► **52.595 €**

Retribuzione annua massima

► **3,75**

Forbice salariale interna all'organizzazione

► **25.733 €**

Retribuzione media

► **22.628 €**

Retribuzione mediana

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. Se un lavoratore ha bisogno di più ore per svolgere una mansione può compensare questo periodo più intenso con momenti di riposo in un periodo successivo. Se si verificano situazioni continuative di sovraccarico di lavoro, se ne discute nelle riunioni di staff e si cerca insieme di trovare una soluzione (passare una determinata attività ad altri colleghi, valutare eventuali nuove assunzioni, ecc.).

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: ciò è sinonimo di concessione della massima fiducia nei loro confronti e nella loro capacità di auto-organizzare le proprie mansioni.

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 un giorno di ferie al mese).

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 stesse 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 contratti a tempo determinato sono stati trasformati in contratti 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.**

INDICATORI 2022

► **100%** Dipendenti per contratto di lavoro a tempo interdeterminato



VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Creare un maggior coinvolgimento dei lavoratori intorno ai valori ed alla mission di CAES

Azioni

Creazione di focus group per sensibilizzare sulla cultura organizzativa aziendale

VALUTAZIONE AUTO/PEER

C2.1 Strutturazione della retribuzione	10/10
C2.2 Organizzazione dell'orario di lavoro	9/9
C2.3 Organizzazione del rapporto di lavoro e conciliazione vita-lavoro	6/6
C2.4 Contratti di lavoro ingiusti (NEG)	0/0

► 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

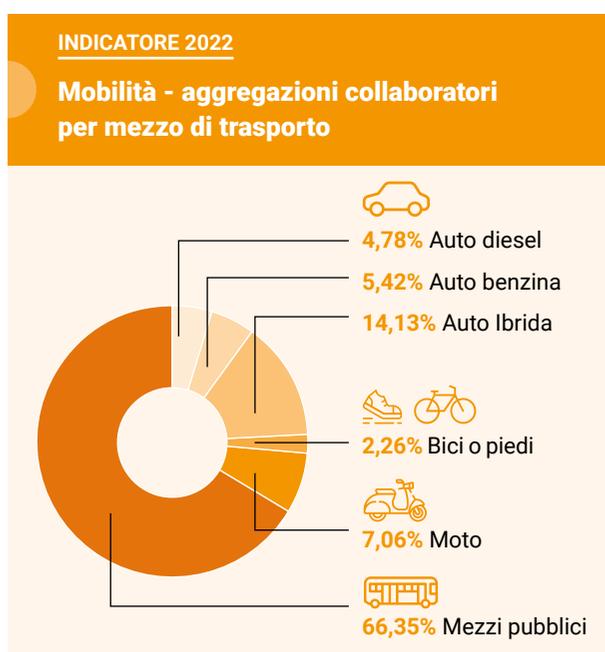
CAES è inserita in un contesto in cui l'attenzione al consumo del cibo - come di qualsiasi altra risorsa - (cosiddetto consumo critico) è una priorità. Tutti i prodotti di caffetteria offerti ai dipendenti (caffè, the, cioccolata calda, cappuccino) vengono acquistati da una bottega del commercio equo e solidale.

Tuttavia, non vengono adottate misure di orientamento, su questo fronte, 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 possibilità per i lavoratori di percorrere il tragitto che li porta al lavoro in maniera più rispettosa dell'ambiente: chi vive in zone più periferiche necessiterà 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.



C3.3 - CULTURA ORGANIZZATIVA BASATA SULLA CONSAPEVOLEZZA DI UN APPROCCIO ECOLOGICO

CAES ha sempre prestato una particolare at-

tenzione 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) viene 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. Stesso discorso vale per lo sviluppo di nuove progettualità: che siano più prettamente tecnologiche o che riguardino la promozione di nuovi prodotti. Per questo motivo, nell'ambito della formazione professionale, aggiuntiva a quella obbligatoria stabilita da IVASS, trovano spazio anche eventi che diffondono sensibilità ambientale (si veda il tema C1.1).

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

VALUTAZIONE AUTO/PEER

C3.1 Alimentazione in orario di lavoro	0/1
C3.2 Mobilità verso il luogo di lavoro	1/1
C3.3 Cultura organizzativa basata sulla consapevolezza di un approccio ecologico	2/2
C3.4 Sprechi e pratiche dannose per l'ambiente (NEG)	0/0



► 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 di staff del venerdì. Tutti i dati aziendali sono a disposizione dei dipendenti, nel senso che non esistono barriere alla loro fruizione.

Queste informazioni sono presenti nel nostro server, divise per cartelle di lavoro, e generalmente vengono visionate solo da chi ne ha specifico interesse ma sono potenzialmente a disposizione di tutti (includendo, ad esempio, anche le buste paga). I dati finanziari vengono riportati in apposite documentazioni e, se inerenti ad informazioni di carattere commerciale (portafoglio e produzio-

ne del periodo contingente), vengono condivisi direttamente durante la riunione di staff.

INDICATORE 2022

► **100%** Grado di trasparenza dei dati critici e fondamentali

C4.2 - LEGITTIMAZIONE DEL MANAGEMENT

I membri del CDA di CAES, nella maggior parte dei casi, sono 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 diverse occasioni (di solito rispetto a specifici progetti) in cui vi è una collaborazione diretta tra il singolo lavoratore ed il consigliere: si pensi alla relazione tra l'addetto alla contabilità ed il consigliere che ha la delega sul controllo di gestione per la redazione del bilancio contabile

oppure ai confronti tra l'addetto alla redazione del bilancio sociale ed il consigliere esperto in impatto sociale. 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 al venerdì pomeriggio. In quella 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 stabiliti durante le riunioni del venerdì: 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 cose cercando il consenso comune**, pur nella complessità di questa modalità di confronto.

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 del venerdì e, in quella sede, espongono le loro questioni e ne discutono (anche relativamente ad aspetti quali retribuzioni, conciliazione vita-lavoro, ecc.).

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

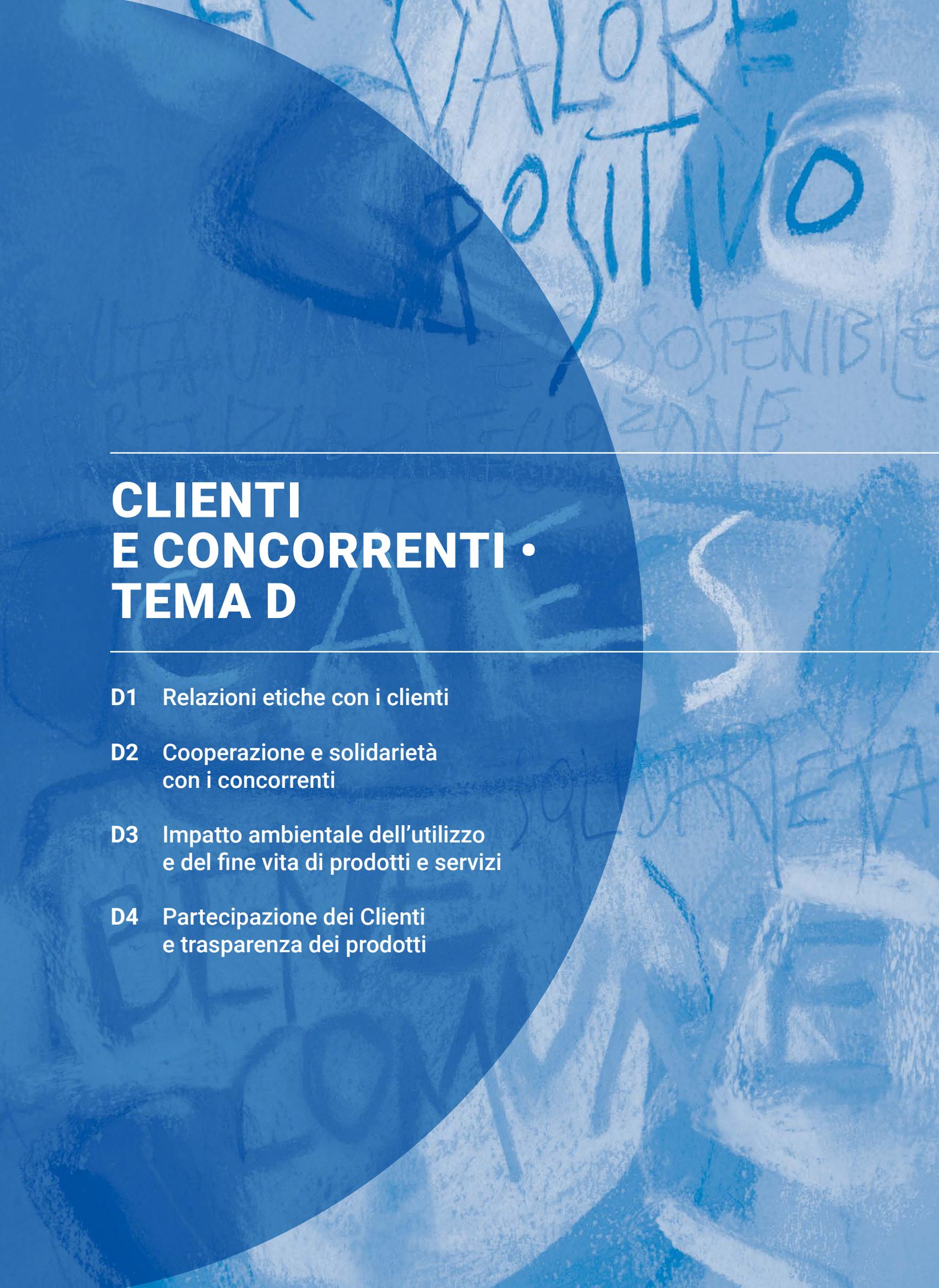
Aumentare il coinvolgimento dei lavoratori nei processi decisionali e partecipativi

Azioni

Individuare strumenti di coinvolgimento dei lavoratori e favorire una conoscenza più diretta tra i lavoratori e il management

VALUTAZIONE AUTO/PEER

C4.1 Trasparenza nell'organizzazione	10/10
C4.2 Legittimazione del management	0/0
C4.3 Coinvolgimento dei lavoratori	8/8
C4.4 Impedimento della rappresentanza sindacale (NEG)	0/0

The background features a blue circular graphic on the left side. The entire background is covered with faint, hand-drawn text in white chalk on a blue surface. The text includes words like 'ALORE', 'POSITIVO', 'SOSTENIBILE', 'SOLIDARIETA', and 'E'.

CLIENTI E CONCORRENTI • TEMA D

- 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

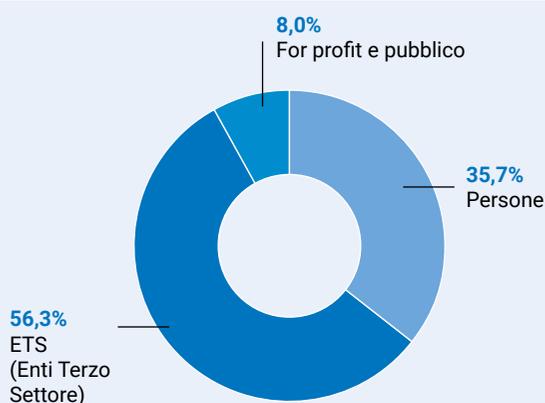
L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

D1.1 - RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

Orientamento al cliente e cura

L'obiettivo di CAES è quello di rispondere ai bisogni assicurativi dei propri clienti, essenzialmente enti del non profit e le persone ad essi collegate, ma anche altri Enti del Terzo Settore e piccole aziende.

I NOSTRI CLIENTI NEL 2022



INDICATORE 2022

Tipologia clienti	N°	Settore	Fatturato
Cooperative sociali	333	ETS	
Associazioni	2.420	ETS	
Fondazioni	21	ETS	1.513.447 €
Altri ETS (imprese sociali, enti religiosi)	10	ETS	
Aziende PMI ed Enti Locali	216	For profit e pubblico	216.017 €
Privati	4.764	Persone	960.236 €

Il primo passo da fare in questa direzione è l'**educazione finanziario-assicurativa** ossia il rendere consapevoli i potenziali clienti della loro situazione e delle loro conseguenti necessità, anche se latenti.

INDICATORE 2022

► Per promuovere questo tipo di attività, 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 (inoltre, non facciamo terrorismo psicologico con l'obiettivo di far stipulare una polizza).

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.**

L'orientamento al cliente si nota anche nel fatto che il nostro portafoglio polizze è composto da molte polizze di piccola entità (con premi anche di 50 €). Spesso queste polizze vengono richieste 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, due volte alla settimana, ci avvaliamo della presenza in ufficio di un avvocato che affianca i nostri assicurati che ne richiedano una consulenza. CAES non vuole quindi solo offrire dei prodotti assicurativi ma anche degli ulteriori servizi a supporto.

Nuovi clienti e fidelizzazione

I nuovi clienti si acquisiscono prevalentemente tramite il **passaparola** di chi è già assicurato con noi. Nuovi clienti arrivano inoltre 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), tramite i canali promozionali che utilizziamo (portali on-line/testate editoriali in linea con i nostri valori) e le fiere/manifestazioni a cui partecipiamo.

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

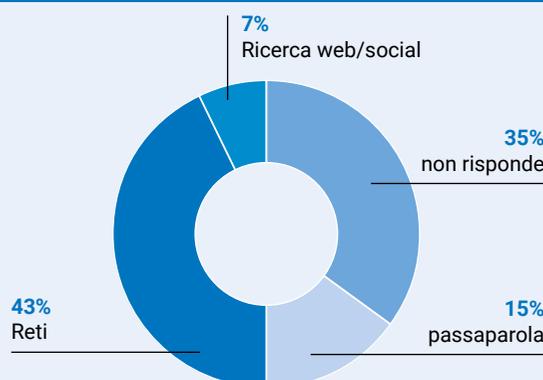
INDICATORE 2022

Dettaglio del budget destinato a marketing, vendite e pubblicità



INDICATORE 2022

In che modo i nuovi clienti entrano in contatto con CAES?



*Il riferimento è agli ultimi 2.000 clienti acquisiti al 31/12/2022
* la provenienza tramite "reti" individua i clienti che ci hanno conosciuto tramite manifestazioni/eventi, tramite la stampa (tendenzialmente Altreconomia) e (la maggioranza) tramite il sito di Banca Etica, associazioni e cooperative già nostre assicurate, gruppi di acquisto solidale e Centri di Servizio al Volontariato (CSV) territoriali.*

dei nostri clienti (trattandosi di circa 7700 soggetti), però possiamo fare un'analisi complessiva rispetto al nr. delle polizze chiuse in relazione alle nuove polizze entrate ed in relazione al totale delle polizze presenti in portafoglio al 31/12/2022:

- abbiamo un portafoglio in crescita: +5,22% nel Ramo Auto e +7,33% negli altri rami (variazione 2021-2022)
- nel Ramo Auto abbiamo anche una nuova produzione in crescita: +8,73%
- negli altri rami abbiamo un'incidenza più alta della nuova produzione sul portafoglio rispet-

to all'incidenza delle polizze perse (disdette e annullate) sul portafoglio. Nello specifico, le polizze nuove incidono per il 17,60% mentre le polizze chiuse per il 2,88%.

Un altro aspetto importante da analizzare consiste nelle **ragioni per cui i nostri clienti hanno chiuso le loro polizze**. Nel 2022 le chiusure sono dovute per il 9,45% al Covid-19, per il 56,69% a cause strutturali (il cliente ha chiuso l'attività, ha sciolto l'associazione, si è trasferito, ha venduto l'immobile che era assicurato o ha estinto il mutuo per cui aveva attivato la polizza), per il 18,50% a cause non specificate e per il 15,35% a cause di insoddisfazione.

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 che possono ricoprire. In questo modo si garantisce quanto specificato sopra: nessun collaboratore cercherà di vendere il più possibile per ottenere un maggior tornaconto personale. D'altro canto, CAES non stabilisce degli obiettivi di fatturato per il proprio personale: l'obiettivo non è la quantità ma la qualità del servizio offerto.

Nel 2022 (e, in generale, 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'orga-

nizzazione ha fatto bene grazie al contributo di ciascuno, indipendentemente dal ruolo ricoperto. Tale premio viene definito in funzione delle ore lavorate e del costo orario di ognuno.

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). Non abbiamo un sistema promozionale spinto. La politica di CAES su questo fronte è quella di non fare marketing diretto su un prodotto ma di promuovere il "progetto CAES" con tutte le sue peculiarità. Solo da pochi mesi (settembre 2022) abbiamo impostato nel nostro sistema operativo un criterio di selezione dei clienti che ci autorizzano ad utilizzare i propri riferimenti per finalità di marketing. L'intento sarebbe quello di utilizzare tale consenso per veicolare eventuali promozioni della Compagnia che riteniamo interessanti per loro e non per inviare frequentemente comunicazioni commerciali.

Riguardo l'aspetto comunicativo, ciò che pubblichiamo sono News con contenuto generico, non mirate ai nostri clienti. 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 post vengono scritti nel nostro sito pubblico www.consorziocaes.org nella sezione News e parimenti nel nostro blog. Successivamente sono pubblicati sui nostri canali social: Facebook, Twitter e LinkedIn.

Abbiamo invece 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 la loro acquistati o di potenziale loro interesse (l'abbiamo chiamato "Approfondimento assicurativo"). Nel nostro sito pubblico, per ogni prodotto of-

ferto, 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).

INDICATORI 2022

► Nella composizione delle retribuzioni dei lavoratori e degli addetti alla vendita non vi sono elementi variabili in base alle vendite

► L'organizzazione non stabilisce obiettivi di fatturato per il suo personale

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 insoddisfazione 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.

INDICATORE 2022

► **0 reclami** ricevuti da CAES nel 2022

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 anziane con più di una certa età o alle persone diversamente abili).

La prima polizza che è andata a scardinare l'innassicurabilità della disabilità (e che quindi ha consentito di assicurarla a pieno titolo) è stata

la polizza 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 svantaggiato 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. Le potenziali problematiche potrebbero essere le seguenti:

1. il cliente riceve tutta la documentazione precontrattuale e contrattuale tramite e-mail. Non ha di fronte a sé un consulente che gli spiega cosa deve compilare e sottoscrivere (e quindi cosa deve operativamente fare per giungere alla conclusione del contratto) o che gli illustra le caratteristiche del prodotto che sta per acquistare. Inoltre, nel caso si verificasse un sinistro, non può recarsi fisicamente presso la nostra agenzia a denunciare il fatto;
2. il cliente, al momento, se non dispone di firma digitale certificata, è obbligato a restituire la documentazione contrattuale in cartaceo, firmata manualmente, spedendola tramite posta ordinaria o raccomandata e quindi sostenendo un esborso economico per questo invio.

Nel concreto, la mancata presenza fisica non ha mai rappresentato un limite. Ne è la prova il fatto che non abbiamo mai ricevuto reclami ufficiali relativi alla gestione delle pratiche ma neppure semplici e-mail di lamentela.

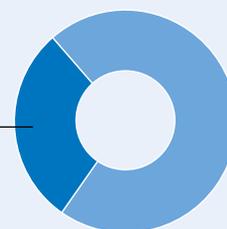
Relativamente al limite evidenziato al punto 2), esso al momento resta anche se stiamo affrontando il tema.

Clienti svantaggiati

Il 50% circa dei nostri clienti è costituito da Enti del Terzo Settore. Per convenzione, ai fini degli indicatori probanti di cui sotto, potremmo considerare svantaggiati solo quegli enti che si

INDICATORE 2022

Clients (persons legal entities) that occupy disadvantaged persons	Revenue generated 2022
Cooperative sociali	519.160 €
Organizzazioni di volontariato	129.715 €
Fondazioni di comunità	18.011 €
Altre Onlus	111.578 €
Totale fatturato di riferimento	778.464 €
TOTALE FATTURATO	2.689.701 €

28,94%
% sul
fatturato
totale

occupano di disagio, ossia cooperative sociali, onlus e associazioni di volontariato (odv) - laddove sia possibile identificarle come tali nel nostro database (ad esempio, laddove una realtà è indicata semplicemente come "associazione" non la includeremo nel calcolo).

Cerchiamo di rendere fruibili i nostri servizi a questi soggetti, **instaurando un dialogo con i referenti ed utilizzando un linguaggio (condiviso) chiaro e semplice**. Rispetto invece ai clienti persone fisiche, possiamo considerare clienti svantaggiati le persone straniere che ci richiedono una polizza Incendio/Scoppio 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. A tutte queste tipologie di clienti, mettiamo a disposizione sul nostro sito le schede che mettono bene in evidenza i pro e i contro dei prodotti acquistabili. 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.

Rispetto al come garantisce che le imprese più piccole e impegnate in favore del bene comune possano non essere svantaggiate e godere

delle stesse condizioni e degli stessi servizi riservati alle grandi imprese, ricordiamo che i nostri prodotti e servizi sono 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 degli stessi testi di condizioni di assicurazione che offriamo loro vi sono quindi già presenti delle personalizzazioni per tutelarli al meglio.

Su questo aspetto, aggiungiamo che la nostra polizza Infortuni per gli 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. Riteniamo quindi utile inserire come indicatore probante anche la % di queste polizze rispetto al nr. totale.

INDICATORI 2022

► **466** Nr. polizze Infortuni
per gli utenti stipulate nel 2022

► **4,48%**
del totale
polizze

► **9,13%**
del totale polizze stipulate
da Enti del Terzo Settore

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

Definizione obiettivi di miglioramento	Azioni
Approfondire meglio i bisogni assicurativi dei clienti ed acquisirne i dati e le informazioni necessarie	Sviluppo di un nuovo profilatore on-line dei clienti per analizzarne i bisogni
Migliorare gli strumenti formativi e informativi a favore dei clienti inerenti la cultura assicurativa	Piano redazionale per NL (o altri canali) per trasmettere contenuti formativi in materia assicurativa
Valutare la soddisfazione del cliente rispetto alla gestione delle pratiche di sinistro	Prevedere la richiesta di feedback automatizzati (occorre valutarne le modalità)
Continuare a monitorare e comprendere le motivazioni di chi ci manda le disdette	Analisi e reportistica sulle motivazioni delle disdette
Ridurre le barriere per i clienti	Messa a disposizione dei clienti dello strumento di firma digitale per la sottoscrizione delle polizze assicurative

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D1.1 Relazioni etiche con i clienti	8/8
D1.2 Assenza di barriere	9/9
D1.3 Attività di marketing e comunicazione non etiche (NEG)	0/0

D2. COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

D2.1 - COOPERAZIONE CON I CONCORRENTI

Al momento, le attività di cooperazione attivate con i concorrenti sono riconducibili ad accordi di collaborazione con altri intermediari assicurativi (nr. 9 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, che possono essere stipulate nell'ambito della vita privata, professionale, nell'attività associativa o in quella di impresa).



Un nostro socio, la cooperativa sociale Lo Scoiattolo, è anche concorrente in quanto, tra le sue attività, gestisce un'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 (sviluppi su nuovi prodotti, questionario VSA - Valutazione Socio-Ambientale, ecc.) (si veda successivo tema D3.1) va a beneficio diretto delle altre agenzie della rete Eticapro.

Si è dato inoltre avvio ad un ulteriore percorso di confronto e di cooperazione insieme agli agenti Assimoco appartenenti alla rete Eticapro: la costituzione di un'apposita Commissione in cui 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 sog-

getti con cui collaborare, privilegiando coloro che hanno valori simili ai nostri. Anche perché, in senso generale, molti concorrenti (intendendo in questo caso le compagnie assicurative e non gli intermediari) hanno un impatto negativo molto pesante sia sulla società che sull'ambiente.

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.

Nel 2022 abbiamo partecipato all'Associazione RIES, per sensibilizzare i cosiddetti "consumatori critici" su questa tematica, e al progetto Cantieri Viceversa, in cui il ruolo di CAES è stato quello di portare le istanze assicurative promosse dagli ETS, che abbiamo raccolto in questi anni, e raccontare come vi abbiamo risposto. In questo modo, ci impegniamo nella cooperazione, nell'ambito di iniziative della società civile, per elevare gli standard ecologici/sociali/qualitativi del settore.

INDICATORE 2022

Cooperazione con...	N. di imprese
Imprese con stessi servizi in stessa area geografica*	59
Imprese con stessi servizi in aree geografiche diverse	0
Imprese di altri settori	0
Associazioni / ONG / imprese per elevare gli standard ambientali / sociali di settore**	2

*è stato considerato il nr. totale di 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
Progetto Eticapro**	2.377,5
Ore di lavoro complessivamente lavorate in CAES	12.858,5
Peso in %	18,49%

*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

D2.2 - SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

Con riferimento al progetto Eticapro - meglio descritto nel tema D2.1 - ci è capitato di svolgere attività di consulenza specifica sulla base di richieste ricevute da altri agenti appartenenti alla Rete Eticapro, che dovevano affrontare casi particolari di assicurazioni a favore di enti non profit.

Oltre, a ciò, in passato, quando ci è stato richiesto, abbiamo sempre cercato di andare incontro alle richieste dei nostri interlocutori.

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

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D2.1 Cooperazione con i concorrenti	8/8
D2.2 Solidarietà con i concorrenti	2/2
D2.3 Abuso di posizione dominante sul mercato nei confronti dei concorrenti (NEG)	0/0

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 il pacchetto di garanzie Pedalo Sicuro in abbinamento ad una polizza RC Auto. Si tratta di una copertura dedicata 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 si pratica una mobilità alternativa.



Nell'ambito del progetto Eticapro (e quindi congiuntamente con Assimoco e Banca Etica), stiamo realizzando un **Questionario di valutazione di impatto socio-ambientale (VSA)** relativo ai modi fare azienda - e quindi dedicato alle figure giuridiche. CAES sta inoltre pianificando la creazione di un Questionario simile per le persone fisiche, che vada a valutare i loro comportamenti sostenibili.

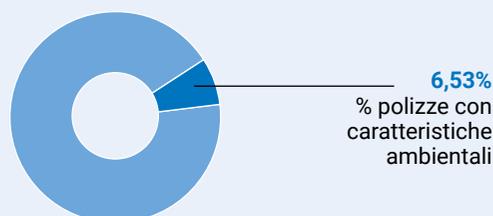
Tali questionari si pongono l'obiettivo di premiare con un'agevolazione economica chi ottiene un rating positivo da questa valutazione. L'obiettivo per CAES è quindi quello di sostituire lo sconto commerciale con uno **sconto di merito - un qualcosa che nel mercato assicurativo ancora non esiste**. Nei confronti dei clienti, invece, l'obiettivo è quello di farli ragionare sulla loro posizione attuale di sostenibilità e incentivarli al miglioramento. Questa attenzione è importante anche sotto l'aspetto strettamente assicurativo: più si fa prevenzione, minore è il rischio che si verifichi un incidente.

L'impatto ambientale negativo dei nostri prodotti, anche lato clienti, deriva essenzialmente dal consumo di carta e toner per la stampa dei documenti che gli stessi ricevono e che ci devono restituire compilati e sottoscritti, oltre al loro invio tramite posta ordinaria. Stiamo lavorando alla digitalizzazione del nostro processo di vendita che migliorerà anche questo aspetto (si veda tema D1.2).



INDICATORE 2022

Prodotti assicurativi con caratteristiche ambientali	N. polizze
RC Auto ETICAR	663
Infortunati Eticapro Assimoco	16
TOTALE	679
Polizze complessive a l 31/12/2022	10.394



D3.2 - UTILIZZO MODERATO DI PRODOTTI E SERVIZI (SUFFICIENZA)

All'interno dei processi di coprogettazione 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.

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 assicurativi 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

Definizione obiettivi di miglioramento	Azioni
Migliorare sotto l'aspetto socio-ambientale la qualità dei servizi assicurativi offerti	Messa in linea del questionario VSA per le persone giuridiche e pianificazione del questionario VSA per le persone fisiche, al fine di sostituire lo sconto commerciale con uno sconto basato su un rating
Sviluppare prodotti che inglobano il principio della sufficienza	Realizzazione di un prodotto RC Auto a consumo in ambito ETICAR

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D3.1 Rapporto costi/benefici ambientali di prodotti e servizi (efficienza e circolarità)	6/6
D3.2 Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)	3/3
D3.3 Accettazione intenzionale di un impatto ambientale eccessivo (NEG)	0/0

D4. 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 **coprogettazione** 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 potevano avere bisogno. Un importante esempio di coprogettazione 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. Come a dire: più utenti si assicurano e più virtuoso è il loro comportamento automobilistico, più vantaggiose saranno le condizioni per tutti. ETICAR quindi diventa uno strumento di sostegno economico al circuito del consumo critico;
- **la Commissione ETICAR. Ed è questo l’aspetto fondamentale in tema di coprogettazione**. 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.

I prodotti con una maggiore sostenibilità socio-ambientale realizzati con la partecipazione dei clienti sono quindi tutti quelli a cui abbiamo partecipato 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 ricomprendere tutto quando può accadere all’abitazione e non

lascia quindi spazio ad alcuna scoperta (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, con l'ultima edizione entrata in linea nel 2021, 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 (ad oggi non presente sul mercato).

INDICATORI 2022

▶ **100%*** Percentuale di innovazioni di prodotti e servizi realizzata grazie a suggerimenti da parte dei clienti

*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)

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, si faccia riferimento al progetto ETICAR che riferendosi alle polizze RC Auto identifica una strada molto precisa (e ad oggi ancora controcorrente) verso la mutualità. Riteniamo, in linea generale, che nel mercato servirebbero delle logiche identificative (sulla base dei soggetti che si hanno di fronte) e non settoriali o territoriali. 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.

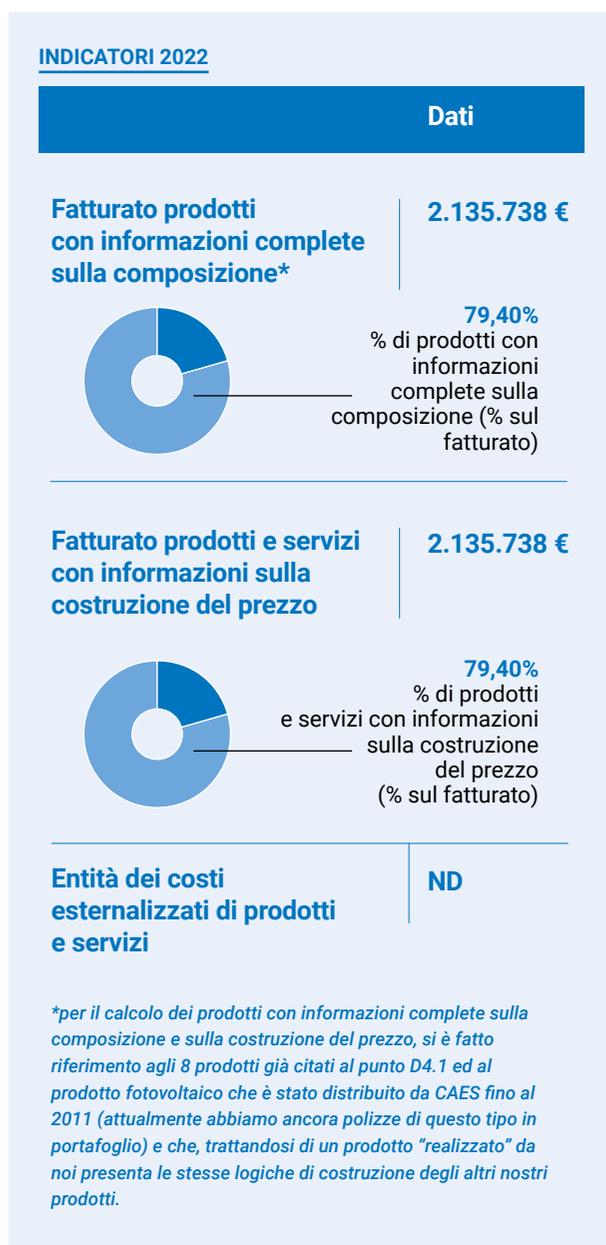
I prodotti che offriamo sono polizze assicurative, di conseguenza, non vi sono esternalità negative specifiche nella loro “costruzione” e nella nostra attività in generale. Anzi, come già specificato, spesso i prodotti stessi si fanno carico di elementi di sostenibilità sociale ed ambientale non comuni 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.

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 aspetti da migliorare su questo tema.

VALUTAZIONE AUTO/PEER	
D4.1 Partecipazione dei clienti, co-progettazione di beni e servizi e analisi di mercato	7/7
D4.2 Trasparenza dei prodotti e servizi	9/9
D4.3 Assenza di indicazioni sulle sostanze pericolose (NEG)	0/0



CONTESTO SOCIALE • TEMA E

- 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

E1. SENSO 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 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.

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 coinvolgerlo 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. Percepiano 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: grazie agli strumenti di premialità che abbiamo inserito nei prodotti e che abbiamo in previsione di inserire all'interno degli appositi "Questionari di valutazione socio-ambientale" ci poniamo l'obiettivo di rendere più consapevoli i nostri assicurati delle proprie scelte (se parliamo di persone fisiche, ad esempio, nell'ambito del consumo critico);

- **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 SDG's).

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.



SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
 1 NO POVERTY	1.4 Entro il 2030, assicurare che tutti gli uomini e le donne, in particolare i poveri e i vulnerabili, abbiano uguali diritti riguardo alle risorse economiche, così come l'accesso ai servizi di base, la proprietà e il controllo sulla terra e altre forme di proprietà, eredità, risorse naturali, adeguate nuove tecnologie e servizi finanziari, tra cui la microfinanza	Progetto: cauzioni per housing sociale (a tutela della prima casa per i migranti) - avviato con le cooperative del gruppo CGM ad ottobre 2022	Prodotto fidejussorio dedicato a progetti di housing sociale	N. polizze	//	Progetto avviato ma attualmente non ci sono polizze (i dati verranno mappati)	Inclusione sociale assicurativa dell'accesso alla casa - creazione di una famiglia - benessere e tranquillità della persona - stabilità lavorativa - qualità della vita	Da definire - tramite questionario		
	 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	11.1 Entro il 2030, garantire a tutti l'accesso ad un alloggio e a servizi di base adeguati, sicuri e convenienti e garantire l'ammodernamento dei quartieri poveri								
 1 NO POVERTY	1.4 Entro il 2030, assicurare che tutti gli uomini e le donne, in particolare i poveri e i vulnerabili, abbiano uguali diritti riguardo alle risorse economiche, così come l'accesso ai servizi di base, la proprietà e il controllo sulla terra e altre forme di proprietà, eredità, risorse naturali, adeguate nuove tecnologie e servizi finanziari, tra cui la microfinanza	Progetto: cauzioni per housing sociale (a tutela della prima casa per i migranti) - avviato con le cooperative del gruppo CGM ad ottobre 2022	Polizze infortuni per gli enti non profit	Non misurabile						
 1 NO POVERTY	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	Polizze abitazione che coprono eventi straordinari (estensione a tutti della garanzia Primo soccorso per danni quali terremoto, alluvioni e inondazioni, applicazione del principio di mutualità) - Target: sottoscrittori polizze casa	Polizza Tutela multirischi per l'abitazione	N. polizze	1.053* *Tutte le polizze casa presenti nell'anno con esclusione dell'edizione 2016	1.645* *Tutte le polizze casa presenti nell'anno con esclusione dell'edizione 2016	Resilienza - capacità di reagire e far fronte all'evento	N. sinistri aperti/indennizzi erogati per tipologia di evento	Dato non raccolto	N. 1 sinistro aperto - indennizzo erogato: 3.030 €
 2 ZERO HUNGER	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	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 dedicate - Target: Produttori agricoli	Prodotto Agricoltu Assimoco con clausola dedicata all'attività agricola sociale e biologica	N. polizze	15	17	Promozione del biologico; incremento di scelte consapevoli ecosostenibili e con impatto socio-ambientale positivo	TO BE Potranno essere valutate ulteriori categorie di scontistica/premialità in funzione di azioni di miglioramento, anche attraverso il Questionario VSA che è in fase di sviluppo		

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
		Sostegno economico alla rete WWOOF Italia e co-progettazione di prodotti assicurativi dedicati al mondo WWOOF	Prodotto RCT e Infortuni/ Malattia dei volontari con contraente WWOOF Italia	N. assicurati	4.402	6.097	Promozione del volontariato in agricoltura biologica	Non misurabile		
	2.5 Entro il 2020, assicurare la diversità genetica di semi, piante coltivate e animali da allevamento e domestici e le loro specie selvatiche affini, anche attraverso banche del seme e delle piante gestite e diversificate a livello nazionale, regionale e internazionale, e promuovere l'accesso e la giusta ed equa condivisione dei benefici derivanti dall'utilizzo delle risorse genetiche e delle conoscenze tradizionali collegate, come concordato a livello internazionale	Diamo supporto assicurativo ai soggetti che si occupano della tutela della biodiversità e della conservazione dei semi antichi - si veda Rete dei Semi Rurali	Prodotti RCT, Incendio, Infortuni in base alle singole necessità	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	Tutte le nostre polizze Infortuni. Sono state strutturate in modo da garantire a prezzi accessibili coperture di qualità, riducendo al minimo le franchigie e gli scoperti e garantendo condizioni aggiuntive senza sovrapprezzo	Prodotti Infortuni proposti da CAES sia per le persone che per le figure giuridiche	N. polizze	2.466	2.624	TO BE Indagine sul grado di tutela raggiunto da questi prodotti nell'ambito di un questionario più ampio da predisporre per i clienti che sono stati assistiti a seguito di un sinistro (in cui si chiede loro un riscontro rispetto al servizio ricevuto)			
 	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 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	Regolamento interno di CAES che garantisce al personale parità di trattamento di genere	//	//	Si veda il tema C1.3					

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
	7.2 Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale	Abbiamo scelto come fornitore di energia elettrica è nostra, la cooperativa che eroga esclusivamente energia 100% rinnovabile	//	Consumi	4.998 kwh	6.300 kwh	Risparmio di CO ₂ e PM10 rispetto al mix energetico nazionale	CO ₂ e PM10 evitate Fonte: bollette periodiche ÈNostra	CO ₂ evitata: 1.926,08 kg - PM10 evitata: 15.967,52 mg	CO ₂ evitata: 2.728,65 kg - PM10 evitata: 22.620,96 mg
  	7.2 Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale 13.3 Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale riguardo ai cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e di allerta precoce 12.2 Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali	Abbiamo supportato la compagnia Assimoco nel migliorare il prodotto Fotovoltaico Protetto, che tutela gli impianti fotovoltaici. Abbiamo inserito clausole migliorative (estensione alla copertura degli inverter) dedicate a chi aderisce ad una CER (Comunità Energetica Rinnovabile,) oltre ad aver contribuito all'inserimento di un'estensione specifica sulle batterie di accumulo (ad oggi non presente sul mercato), facendoci quindi portavoce di quei clienti che nella loro vita quotidiana scelgono di non utilizzare fonti energetiche fossili	Prodotto Fotovoltaico Protetto con estensioni migliorative	N. polizze	0* <i>*Le clausole migliorative sono state inserite a fine novembre 2022</i>	0* <i>*Le clausole migliorative sono state inserite a fine novembre 2022</i>	Qualità della copertura assicurativa legata alla scelta consapevole di produrre energia da fonti rinnovabili	N. indennizzi richiamati sui prodotti fotovoltaici	Dato non raccolto per il 2022	
	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 (polizza RC Auto con applicazione del principio di mutualità e attenuazione differenze tariffarie a livello geografico presenti nel mercato) - Target: sottoscrittori di polizze ETICAR (gasisti, soci di Banca Etica, soci di banche del tempo, soci di Amnesty International - Sezione Italia)	Prodotto RC Auto ETICAR	N. polizze ETICAR - individuata una maggior inclusione sociale ed equità tra gli assicurati Differenziale delle tariffe tra diverse aree geografiche	621	663	Cultura e sensibilità dell'equità e della mutualità che deriva da una dimensione relazionale	Tasso di variazione n. polizze ETICAR	15%	7%

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
				(tra quanto applicato nel mercato e quanto applicato nel Progetto ETICAR) -a supporto della mutualità		delle tariffe di mercato: 10,30 *				

* Dati al 31/12/2022. 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. Il valore che misura la dispersione intorno alla media della tariffa ETICAR è di 5,87 mentre la deviazione standard delle tariffe di mercato è di 10,30. ETICAR garantisce quindi una minor dispersione e, di fatto, una minor differenza tariffaria tra i territori (la tariffa ETICAR presenta 11 classi tariffarie)

	<p>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</p> <p>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</p>	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	Tutti i prodotti - in funzione della richiesta del soggetto assicurato. Ai fini dell'indicatore riportiamo il nr. complessivo delle seguenti polizze: Tutela Multirischi Abitazione con codice provenienza Banca Etica, Infortuni utenti, polizze multirischi per le Banche del Tempo, Responsabilità Civile Terzi per Associazioni e Cooperative Sociali, Tutela Multirischi per il volontariato e Multirischi Danni ai Beni	N. polizze	6.738	7.455	Viene garantito pari accesso alle coperture assicurative a persone/progetti generalmente non graditi dalle compagnie assicurative tradizionali rispetto a tutti gli altri	Non misurabile		
---	--	--	---	------------	-------	-------	---	----------------	--	--

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
 	<p>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</p> <p>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</p>	Premiazione dei clienti che presentano un abbonamento annuale al trasporto pubblico (tramite il Progetto ETICAR con una scontistica dedicata)	Prodotto RC Auto ETICAR	N. polizze ETICAR in cui è stato applicato lo sconto per la mobilità sostenibile	1	13	Non misurabile			
	12.2 Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali	Installazione di un impianto di filtrazione/depurazione dell'acqua presso gli uffici aziendali che, collegato con l'impianto idraulico, consente di bere in sicurezza l'acqua del rubinetto	//	Litri di acqua bevuti (stima)	3.326	3.352	Risparmio di bottiglie di plastica da 1lt	N. bottiglie plastica da 1 litro (stima)	3.326	3.352
	12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo	Utilizzo di materiale di consumo eco-compatibile relativamente alla caffetteria in ufficio	//	N. pezzi di materiale eco-compatibile	3.800	5.400	Promozione di consumi e comportamenti ecologici nei confronti dei lavoratori	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	Incontri per la diffusione e promozione di una cultura assicurativa etica - Target: i partecipanti ai nostri incontri pubblici	//	N. persone partecipanti a nostri incontri	85	184	Maggior consapevolezza finanziario-assicurativa nei partecipanti	TO BE Realizzare un "questionario di valutazione" da sottoporre ai partecipanti al termine dell'incontro		
Premialità nella polizza Infortuni Eticapro Assimoco: condizioni normative dedicate (aumento indennizzi/azzerramento franchigie e scoperti) a favore di clienti che usano sistemi di mobilità alternativa/fanno volontariato		Prodotto Infortuni Eticapro Assimoco	N. polizze	1*	16	Qualità della copertura assicurativa legata ad un comportamento virtuoso dell'assicurato	N. indennizzi in cui vi è stata una premialità legata al comportamento virtuoso	Dato non raccolto per il 2022		

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
		Sostegno economico e supporto tecnico con polizze assicurative dedicate ad iniziative che promuovono il rispetto della natura, ad esempio "Puliamo il mondo" organizzato e gestito da Fondazione Legambiente. Rendiamo quindi possibile lo svolgersi in sicurezza di queste iniziative fornendo le tutele assicurative adeguate	Prodotto Tutela multirischi per il volontariato	Entità della donazione erogata a favore di "Puliamo il Mondo" N. volontari assicurati in questo evento *	2.500 € N. 117.000 volontari assicurati	2.500 € N. 117.000 volontari assicurati	Non misurabile			

* È stato calcolato solo il dato di Fondazione Legambiente. Non abbiamo informazioni per poter mappare adeguatamente le altre realtà che si occupano di tutela dell'ambiente

	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'afforestazione e riforestazione a livello globale	Nel corso degli anni abbiamo ridotto l'utilizzo di carta - eliminando circa 58.000 stampati all'anno (dato al 31.12.2022) attraverso la digitalizzazione del nostro processo di vendita	//	N. di fogli risparmiati rispetto all'annualità precedente	0* <i>*Nel 2021 non sono stati attuati miglioramenti in termini di riduzione di stampe rispetto al 2020</i>	11.961	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>	0	40.667,4
		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	60.000	40.000	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>	Dato non raccolto	68.000
	16.2 Eliminare l'abuso, lo sfruttamento, il traffico e tutte le forme di violenza e tortura contro i bambini	Sostegno economico e supporto tecnico con polizze assicurative dedicate a realtà che promuovono il rispetto dei diritti umani, ad esempio ad Amnesty International - Sezione Italia	Prodotto Tutela multirischi per il volontariato e Prodotto Infortuni Economia Solidale (utilizzato per assicurare i collaboratori)	Entità della donazione erogata a favore di Amnesty International - Sezione Italia →	2.000 € Nr. 2.005 persone assicurate	2.000 € N. 1.977 persone assicurate	Non misurabile			

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
				N. complessivo di volontari, attivisti, osservatori e collaboratori di Amnesty International Sezione Italia assicurati*						

* È stato calcolato solo il dato di Amnesty International - Sezione Italia. Non abbiamo informazioni per poter mappare adeguatamente le altre realtà che si occupano di tutela dei diritti umani

	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	68% 0 reclami ricevuti	61% 0 reclami ricevuti	Protezione aggiuntiva e gratuita degli assicurati che subiscono un sinistro	TO BE Individuare uno strumento automatizzato per valutare la soddisfazione dei clienti rispetto alla gestione delle pratiche di sinistro		
	17.16 Migliorare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile, integrato da partenariati multilaterali che mobilitino e condividano le conoscenze, le competenze, le tecnologie e le risorse finanziarie, per sostenere il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in tutti i Paesi, in particolare i Paesi in via di sviluppo	Annoveriamo tra i soci le cooperative sociali Chico Mendez, Pangea - Niente Troppo e Quetzal - La bottega solidale società in liquidazione, che si occupano di commercio equo	//	N. soci botteghe del mondo	3 su 9	3 su 9	Ci facciamo portatori delle istanze del commercio equo	Non misurabile		
	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	Annoveriamo tra i soci il consorzio sociale SIR, le cooperative sociali Naturcoop, Urbana e Lo Scoiattolo e due società benefit (Sisifo e Assimoco) con l'obiettivo di creare partnership strutturate e condividere obiettivi comuni	//	N. soci che presentano caratteristiche interessanti sotto il profilo della forma giuridica	6 su 9	6 su 9	Ci facciamo portatori delle istanze della cooperazione sociale e del mondo benefit	Non misurabile		

→ → → → → → →

SDG	Target SDG	Attività di CAES	Prodotti/ Polizze	Output	Dato 2021	Dato 2022	Outcome	Indicatore	Dato 2021	Dato 2022
		Partecipiamo a tavoli di confronto trasversali quali l'Associazione RIES (Rete Italiana per l'Economia Solidale) e il progetto Cantieri ViceVersa (promosso dal Forum per la Finanza Sostenibile e dal Forum del Terzo Settore) con l'obiettivo di condividere strategie	//	Ore dedicate ai tavoli di confronto	10	13	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 reciprocamente attraverso la comunicazione nelle nostre reti. I progetti "Promuoviamoci" sono spesso il punto di partenza per sviluppare con i partner progetti assicurativi dedicati	//	N. partnership avviate	16	17	Sviluppo di progettualità congiunte	Non misurabile		

E1.2 - IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

Tra gli obiettivi di CAES vi è quello di fare cultura attraverso la promozione della finanza etica e 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 2022 abbiamo:

- organizzato il corso di formazione dal titolo **"Le coperture assicurative per le imprese sociali"**, all'interno del più ampio **programma formativo previsto dal nostro socio Consorzio SIR** (01/02/22). I partecipanti sono stati operatori e liberi professionisti nell'ambito della cooperazione sociale;
- organizzato il corso di formazione dal titolo **"Gli adempimenti assicurativi per i volontari degli ETS"** promosso dal nostro assicurato **CSV Ponente Ligure Solidale ODV**, a favore delle proprie associazioni aderenti (30/03/22). Abbiamo affrontato il tema dei nuovi obblighi assicurativi previsti dal Codice del Terzo Settore (D.Lgs. 117/2017). I partecipanti sono stati consiglieri e volontari di APS e ODV;
- portato il nostro contributo, partecipando alla serata dal titolo **"Imprese dell'altro mondo - Come fare profitto rispettando i diritti**

umani e l'ambiente", organizzato all'interno della **manifestazione Terra Mater di Saronno (VA)**. In questo caso abbiamo portato la nostra testimonianza raccontando come, in questi anni, siamo riusciti nella nostra attività a creare valore sociale (07/11/22). Hanno partecipato imprenditori, liberi professionisti e cittadini.

Sempre nel 2022 abbiamo partecipato ad un paio di incontri on-line organizzati dall'Associazione RIES (Rete Italiana per l'Economia Solidale) sul progetto ETICAR e sulle nostre progettualità assicurative alternative (17/01/22 e 02/03/22). Parliamo inoltre di attività formativa se ci riferiamo alla nostra partecipazione ai Cantieri Viceversa, (si veda tema E4.2), in cui abbiamo portato le nostre best practice. Rileviamo, in generale, che laddove i beneficiari siano rappresentanti di organizzazioni o professionisti, a loro volta possono trasferire questa cultura assicurativa alternativa e quindi gli effetti della stessa si possono moltiplicare. Anche nella relazione con Banca Etica, spingiamo affinché la banca si ponga come promotore di un percorso culturale finanziario non solo bancario ma anche assicurativo. Può essere utile, ai fini di questo tema, considerare la mappatura delle risposte ricevute dai nuovi clienti in merito al "come sono entrati in contatto con CAES" (l'analisi ed il relativo grafico sono stati riportati nel tema D1.1). Al di là delle iniziative aperte al pubblico, è utile ricordare anche qui gli "Approfondimenti assicurativi", (si veda il tema D1.1) come strumento di formazione ed informazione.

INDICATORE 2022

► **184** Nr. di persone raggiunte nel 2022 con l'attività di promozione di una cultura assicurativa eticamente orientata

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

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E1.1 Prodotti e servizi soddisfano bisogni umani fondamentali e contribuiscono ad una buona vita | 9/9

E1.2 Impatto dei prodotti e servizi sulla società | 7/7

E1.3 Prodotti e servizi non etici (NEG) | 0/0

E2. CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE**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 nei relativi acquisti. 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 (sovrapprovigione 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.

INDICATORI 2022

Ricavi	680.604 €
Imposte e contributi	68.328 €
Imposte sul reddito effettivamente pagate (ad esempio, imposte sul reddito e sulle plusvalenze)	5.970 €
Imposte e i contributi sulle retribuzioni dei lavoratori corrisposte dall'organizzazione	66.128 €
Differenza tra salario lordo e netto (somma dell'imposta sul salario e dei contributi previdenziali del lavoratore dipendente - purché trattenuti direttamente dall'azienda)	46.108 €
Somma di tutte le sovvenzioni ricevute dall'organizzazione	0 €
Calcolo del valore aggiunto	478.462 €
Aliquota netta (in percentuale): la somma delle imposte in rapporto al valore aggiunto	14%
Salari dipendenti	248.781 €
Imposta reddito / Fatturato %	0,30%
Imposte sui salari / Salari %	0,90%



E2.2 - CONTRIBUTI VOLONTARI A FAVORE DELLA COLLETTIVITÀ

CAES svolge **diverse azioni di volontariato** a favore della collettività.

Fa parte della nostra mission **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 pic-

cole 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).

DONAZIONI EROGATE

Partecipazione a Fiera 4 Passi - Pace e Sviluppo Coop Soc

Partecipazioni indirette a fiere/manifestazioni tramite Altreconomia Coop

Sostegno a iniziativa Puliamo il mondo - Fondazione Legambiente

Sostegno ad Amnesty International - Sezione Italia

Sostegno a Italia che Cambia

Promozione su altragenda di Altreconomia Coop.

Partecipazione a Fa la cosa giusta! Milano

Partecipazione a fiera L'Isola che c'è (Como)

Partecipazione a evento "Terra Mater" (Saronno)

Partecipazione a manifestazione Festival Oltreconfini

Sostegno ad Emergency ONG

**TOTALE
SOSTEGNO
AL TERRITORIO
ED ALLE
COMUNITÀ**

21.608 €

CAES però non eroga solo risorse monetarie ma mette a disposizione anche 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 2022 - come descritto anche nel tema E4.2 - abbiamo partecipato all'associazione RIES e al progetto Cantieri Vice-Versa. Tali partecipazioni generano un impatto (individuabile come outcome): **la promozione di un altro modo di fare economia.**

E2.3 - EVASIONE ED ELUSIONE FISCALE

Abbiamo un paio di fornitori con sede in Irlanda. Il primo offre il servizio di incasso di carte di credito/debito on-line. A seguito dell'introduzione dell'obbligo di POS/strumenti di pagamento elettronici nel giugno 2022 ci siamo strutturati per dare questa possibilità (prima di ciò, i clienti pagavano esclusivamente con bonifico bancario). Su suggerimento del nostro fornitore di software ci siamo rivolti a questo soggetto perché fornisce il servizio a tariffe agevolate per gli Enti del Terzo Settore e quindi ne abbiamo potuto fruire. Il secondo è invece il fornitore dell'apparecchio specifico POS per l'ufficio. In questo caso abbiamo successivamente disdetto il contratto di fornitura.

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 conseguente corretta gestione delle suddette polizze.

Evitiamo e preveniamo la corruzione (ad esempio, in materia di conflitti di interesse) norma-

do tutti i rapporti commerciali che stipuliamo, avvalendoci quando necessario del supporto di legali, al fine di evitare di incorrere in possibili sanzioni e garantire la massima trasparenza ai clienti finali.

INDICATORE 2022

► Non facciamo donazioni ai partiti politici né svolgiamo attività di lobby

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Evitare fenomeni di elusione/evasione fiscale nella catena di fornitura

Azioni

Valutare fornitori nazionali in sostituzione di soggetti ubicati all'estero

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E2.1 Imposte e oneri sociali	0/0
E2.2 Contributi volontari a favore della collettività	9/9
E2.3 Evasione ed elusione fiscale (NEG)	0/0
E2.4 Mancata prevenzione della corruzione (NEG)	0/0

► 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. Al momento, quella che utilizziamo è necessaria:

fino a che la compagnia con cui lavoriamo ci chiede la restituzione dei documenti contrattuali in cartaceo anche il nostro archivio, per semplicità di gestione, viene mantenuto cartaceo. Nel momento in cui ci verrà consentito di far sottoscrivere ai nostri clienti tutta la documentazione in digitale, smantelleremo progressivamente anche il nostro archivio cartaceo e la tenuta

<u>INDICATORE 2022</u>		
CONSUMI IN AMBITO AMBIENTALE	UNITÀ DI MISURA	DATO
Emissioni di gas serra che hanno un impatto sull'ambiente	tonnellate CO2eq	2,03536
Trasporti (per trasferte)	km	700
Equivalentente CO2 relativo ai trasporti	tonnellate CO2eq	0,1022
Benzina/carburante	litri	45,5
Equivalentente CO2 relativo al consumo di benzina	tonnellate CO2eq	0,00998
Consumo di energia elettrica	kWh	6.300
Equivalentente CO2 relativo al consumo di energia elettrica	tonnellate	1,93316
Consumo di gas ¹	m3	ND
Temperatura media interne durante il periodo di riscaldamento ²	°C	19°
Temperatura media interne durante il periodo di raffrescamento	°C	26°
Consumo di acqua potabile	m3	ND
Consumo di carta riciclata - FSC Carbon Balance Printing ³	kg	200
Toner - RE Made in Italy	n.	20
Impiego di altri materiali di consumo (cialde, nr. bicchierini, nr. stecche, bustine the, bicchieri grandi) ⁴	n.	5.400
Impiego di altri materiali di consumo (bustine cappuccino e cioccolato più antiche) ⁵	n.	450
Impiego di altri materiali di consumo (bustine cioccolato) ⁶	n.	60
Impiego di altri materiali di consumo (bustine di zucchero) ⁷	n.	1.650
Impiego di altri materiali di consumo (carta asciugamani e carta igienica)	n.	32
Impiego di altri materiali di consumo (rotolo asciugamani in tessuto) - certificata UNI EN 14065:2016 tessili sistemi di controllo	n.	36
Saponi liquidi	n.	12
Utilizzo di luce artificiale: consumo energetico, inquinamento di luce in ambienti esterni	Lumen (in ambienti esterni), kwh	ND

1. il gas viene fornito tramite teleriscaldamento centralizzato e non è misurabile
 2. valvole impostate a 19° su tutti i caloriferi
 3. alla risma: 2,5kg. Il produttore della carta riciclata, Steinbeis Papier, inoltre dichiara sul proprio sito che l'acquisto della loro carta riciclata consente di risparmiare il 100% del legno, il 72% di energia, l'83% dell'acqua e il 55% di CO2, rispetto all'acquisto di carta tradizionale
 4. il materiale residuo viene smaltito nell'umido
 5. il materiale residuo viene smaltito nel secco
 6. il materiale residuo viene smaltito nella plastica
 7. il materiale residuo viene smaltito nella carta

delle pratiche sarà esclusivamente elettronica. **Nel 2022 abbiamo aggiunto un tassello a questo processo di digitalizzazione, con l'invio in digitale delle polizze RC Auto (questo anche a seguito della non più presente obbligatorietà di inviare al cliente la carta verde). Il processo è stato quindi completato rispetto al flusso documentale da CAES ai clienti.**

Già questa attività ci ha consentito di evitare la stampa di circa 37.200 fogli all'anno.

La nostra azienda si è interrogata in questi anni rispetto agli impatti ambientali della propria attività, tant'è che abbiamo cercato di ridurli in maniera proattiva. Le nostre riflessioni in merito attengono il come lavoriamo per ridurre le stampe e quali procedure adottiamo rispetto al digitale. L'obiettivo è puntare su strumenti a basso consumo.

Sul fronte energetico, abbiamo fatto la scelta consapevole di avvalerci del fornitore è nostra (si veda tema A3.1).

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

Sul tema "materiali di consumo", le scelte 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.

Nella nostra attività, non abbiamo la necessità di considerare la prospettiva gate to gate, essendo ciò che offriamo un servizio e non un bene. Inoltre, la nostra non è un'attività energivora quindi non abbiamo mai pensato di effettuare un confronto con altre aziende simili dal punto di vista dei consumi e dell'impatto ambientale. Su questo aspetto però rileviamo di aver con-

diviso le nostre conoscenze ed i miglioramenti ottenuti: se da un lato essi sono pubblicati sui nostri bilanci sociali annuali, dall'altro ci sono stati richiesti dei confronti nel merito delle nostre buone pratiche di digitalizzazione da parte della compagnia Assimoco.

E3.2 - IMPATTI AMBIENTALI RELATIVI

Questo aspetto 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 (generalmente sono più piccole) ed operano in territori ben circoscritti (mentre il nostro ambito è l'intero territorio nazionale). 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.

E3.3 - VIOLAZIONE DEI REQUISITI AMBIENTALI E IMPATTO AMBIENTALE ELEVATO

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

Rispettiamo puntualmente 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.

VERSO IL BENE COMUNE

Definizione obiettivi di miglioramento

Programmazione dei consumi sul riscaldamento in un'ottica di risparmio energetico (l'attuale sistema di teleriscaldamento è infatti centralizzato)

Azioni

Valutare l'opportunità di renderci autonomi nel riscaldamento sfruttando la pompa di calore di ns. proprietà

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E3.1 Impatti ambientali assoluti e strategie di gestione	7/7
E3.2 Impatti ambientali relativi	2/2
E3.3 Violazione dei requisiti ambientali e impatto ambientale elevato (NEG)	0/0

E4. TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

E4.1 - TRASPARENZA

Dal 2013 CAES pubblica annualmente il proprio bilancio sociale. 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.

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 sui nostri sito, blog e 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.

Per migliorare ulteriormente la nostra capacità di trasmettere le informazioni adeguate ai nostri stakeholder e per migliorare i nostri processi abbiamo deciso di redigere questo bilancio sociale con lo strumento del Bilancio del Bene Comune. **Segnaliamo, in questa sezione, che CAES aderisce alle Centrali Cooperative Confcooperative - Federsolidarietà 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 (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, salvo quanto accade nella Commissione ETICAR ma che vi è una grande apertura da parte nostra verso un confronto analitico. La co-progettazione che caratterizza la Commissione ETICAR è stata spiegata dettagliatamente al tema D4.1 ma anche su questo tema può essere ripresa in quanto a tutti gli effetti rappresenta una forma istituzionalizzata di dialogo e confronto con gli stakeholder (non necessariamente 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. Dialogo e confronto con soggetti rappresentativi degli stakeholder avvengono grazie alla nostra partecipazione:

- in qualità di soci, all'attività dell'**Associazione RIES**, che possiamo considerare rappresentativa dei consumatori critici;
- in qualità di ospiti, del **Progetto Cantieri ViceVersa**, promosso dal Forum per la Finanza Sostenibile e dal Forum del Terzo Settore. In questo tavolo si parla nello specifico delle necessità finanziarie degli enti non profit e quindi ci si confronta sia con i referenti di altre compagnie assicurative (oltre che di banche) che con i rappresentanti degli ETS. È un tavolo quindi, in una certa misura, rappresentativo dei soggetti non profit e queste occasioni di confronto sono molto utili per raccogliere nuovi stimoli e pensare a nuove progettualità.

INDICATORE 2022

► **13** le ore dedicate a questi tavoli di partecipazione

E4.3 - MANCANZA DI TRASPARENZA E INFORMAZIONI DELIBERATAMENTE ERRATE

Per quanto già indicato, non rientriamo in questa fattispecie

VERSO IL BENE COMUNE

Non ci sono aspetti da migliorare su questo tema.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E4.1 Trasparenza	8/8
E4.2 Coinvolgimento del contesto sociale	8/8
E3.3 Mancanza di trasparenza e informazioni deliberatamente errate (NEG)	0/0

IN SINTESI: LE "STELLE" DEI VALORI, DEGLI STAKEHOLDER E DEI TEMI

Di seguito un'analisi di come CAES si posiziona rispetto alle tematiche affrontate nel bilancio dell'Economia del Bene Comune (i punteggi si riferiscono alla valutazione ottenuta nella Peer):

Calcolatore Bilancio del Bene Comune Stella dei valori per CAES



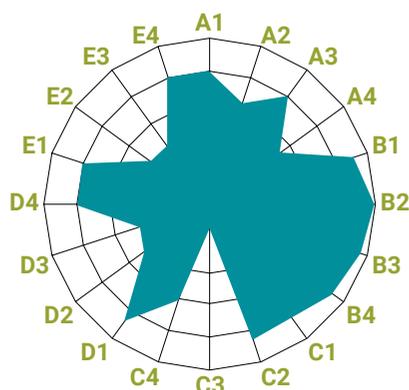
QUADRO DEL BILANCIO		
Dignità umana	218,1 di 264	83%
Solidarietà & giustizia	186,1 di 278	67%
Sostenibilità ambientale	145,1 di 192	50%
Trasparenza & cogestione	119,4 di 167	72%
SOMMA	669 di 1000	67%

Calcolatore Bilancio del Bene Comune Stella degli stakeholder per CAES



QUADRO DEL BILANCIO		
Fornitori	140,3 di 194	72%
Proprietari & partner finanziari	92,4 di 97	95%
Collaboratori	175,0 di 292	60%
Clienti & Concorrenti	144,4 di 222	65%
Contesto Sociale	116,7 di 194	60%
SOMMA	669 di 1000	67%

Calcolatore Bilancio del Bene Comune Stella dei temi per CAES

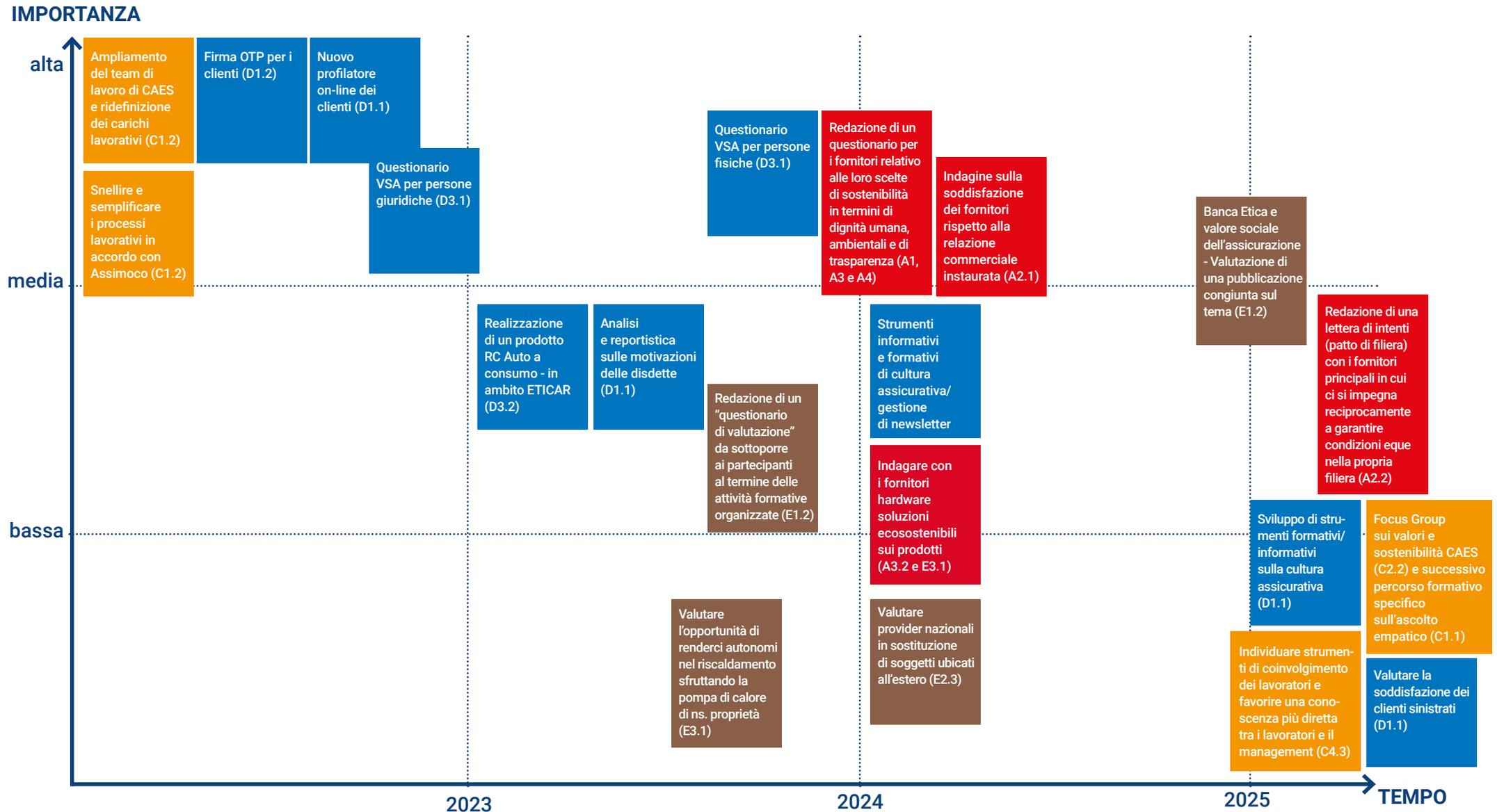


QUADRO DEL BILANCIO					
A1	44,4 di 56	80%	C3	11,1 di 83	13%
A2	36,1 di 56	65%	C4	25 di 42	60%
A3	44,4 di 56	80%	D1	47,2 di 56	85%
A4	15,3 di 28	55%	D2	27,8 di 56	50%
B1	12,5 di 14	90%	D3	25 di 56	45%
B2	27,8 di 28	100%	D4	44,4 di 56	80%
B3	39,6 di 42	95%	E1	44,4 di 56	80%
B4	12,5 di 14	90%	E2	25 di 56	45%
C1	69,4 di 83	83%	E3	25 di 56	45%
C2	69,4 di 83	83%	E4	22,2 di 28	80%
SOMMA (Temi A, B, C, D)	669 di 1000	67%			

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Il seguente schema riassume gli obiettivi di miglioramento emersi durante la stesura del bilancio EBC.

Gli obiettivi vengono inseriti in funzione della loro importanza e dell'arco temporale nel quale si prevede di realizzarli.



ATTESTATO VALUTAZIONE PEER

Group evaluation MATRICE 5.0 (Valutazione in gruppo peer)

Organizzazione: Consorzio Assicurativo Etico e Solidale CAES, I-20148 Milano www.consorziocaes.org

Altri partecipanti: Tenero Consulting sas, Società Mutua Piemonte ETS

Facilitatore: dott. Graziano Tolve

L'ECONOMIA
DEL BENE COMUNE
Un modello economico che ha futuro

Il presente documento attesta il risultato e l'avvenuta valutazione reciproca tra un gruppo di organizzazioni, partendo da un'auto-valutazione. Ai fini di questa attestazione non vengono richiesti documenti probanti: le organizzazioni partecipanti alla valutazione di gruppo hanno validato reciprocamente i risultati delle autovalutazioni di ciascuna organizzazione, in un processo di raffronto delle proprie politiche e azioni orientate al Bene Comune. Il facilitatore fa da garante per una valutazione coerente. Si precisa che i risultati della valutazione tra pari possono differire da quelli risultanti da un audit esterno.
Per ulteriori informazioni sulla matrice, sui temi ed aspetti e sul sistema audit si consulti: www.febc.eu o www.economia-del-bene-comune.it

Punteggio complessivo group evaluation:

670/1000

Attestato valido fino al: 01/06/2025

Valore Portatore d'interesse	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ecologica	Trasparenza & condivisione delle decisioni	Punteggio complessivo per PORTATORE DI INTERESSE
A) Fornitori	A1 La dignità umana lungo la filiera Punteggio 44/56 → 80%	A2 Solidarietà e giustizia nella filiera Punteggio 36/56 → 70%	A3 Sostenibilità ecologica nella filiera Punteggio 44/56 → 80%	A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la filiera Punteggio 15 /28 → 60%	Punteggio 140/194 → 72%
B) Proprietari & partner finanziari	B1 Atteggiamento etico nell'impiego del denaro Punteggio 13/14 → 90%	B2 Atteggiamento sociale nell'impiego del denaro Punteggio 28/28 → 100%	B3 Investimenti socio-ecologici e impiego del denaro Punteggio 40/42 → 100%	B4 Proprietà e condivisione delle decisioni Punteggio 14/14 → 100%	Punteggio 94/97 → 96%
C) Collaboratori	C1 La dignità umana sul posto di lavoro Punteggio 69/83 → 80%	C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro Punteggio 69/83 → 80%	C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori Punteggio 11/83 → 10%	C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda Punteggio 25/42 → 60%	Punteggio 175/292 → 60%
D) Clienti & concorrenti	D1 Relazioni etiche con la clientela Punteggio 47/56 → 90%	D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti Punteggio 28/56 → 50%	D3 Impatto ecologico dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi Punteggio 25/56 → 50%	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti Punteggio 44/56 → 80%	Punteggio 144/222 → 65%
E) Contesto sociale	E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società Punteggio 44/56 → 80%	E2 Contributo per la collettività Punteggio 25/56 → 50%	E3 Riduzione dell'impatto ecologico Punteggio 25/56 → 50%	E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni Punteggio 22/28 → 80%	Punteggio 117/194 → 60%
Punteggio complessivo per VALORE	Punteggio 218/264 → 83%	Punteggio 186/278 → 67%	Punteggio 145/292 → 50%	Punteggio 121/167 → 73%	Somma 670/1000 → 67%

Federazione per l'Economia del Bene Comune in Italia
Il Presidente pro tempore: dott.ssa Lidia Di Vece

Lidia Di Vece

Facilitatore:

Graziano Tolve

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	Pagina
2) Informazioni generali sull'ente		
Nome dell'ente	Dati introduttivi	9
Codice fiscale/Partita IVA	Dati introduttivi	9
Forma giuridica e qualificazione ai sensi del codice del Terzo Settore	Dati introduttivi; B4.1	9; 30
Indirizzo sede legale	Dati introduttivi	9
Altre sedi	Dati introduttivi	9
Aree territoriali di operatività	Dati introduttivi	9
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; 58; 68
Altre attività svolte in maniera secondaria/strumentale	Dati introduttivi; E1.1; E1.2	9; 58; 68
Collegamenti con altri enti del Terzo Settore (inserimento in reti, gruppi di imprese sociali...)	B1.2; B3.2; B4.1	26; 28; 30
Contesto di riferimento	Dati introduttivi; Cenni storici	9; 10
3) Struttura, governo e amministrazione		
Consistenza e composizione della base sociale /associativa (se esistente)	B4.1	30
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 incaricati espressione di specifiche categorie di soci o associati)	B4.1; B4.2; C4.3; E2.4	30; 32; 42; 71
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	30; 42; 74 74
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; 30; 34; 37; 38; 38; 40; 41; 41; 42; 44; 47; 49; 51; 53; 55; 74; 74

Segue a pagina 80

NORMATIVA BS PER IS (LINEE GUIDA DM 186/2019)	SEZIONI DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAGINA
4) Persone che operano nell'ente		
<p>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.)</p>	C3	39
<p>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</p>	B4.1; C2.1; E2.4	30; 37; 71
<p>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.</p>	C2.1; C4.1	37; 41
5) Obiettivi e attività		
<p>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</p>	D1; E1.1; E1.2	44; 58; 68
<p>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</p>	B3.2; E2.2	29; 70
<p>Elementi/fattori che possono compromettere il raggiungimento dei fini istituzionali e procedure poste in essere per prevenire tali situazioni</p>	E2.4	71
6) Situazione economico-finanziaria		
<p>Provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati</p>	E2.3; E2.4; E4.1; E4.2; E4.3	71; 71; 74; 74; 75
<p>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</p>	A3; B3; C3; D3; E3	21; 28; 39; 51; 71
<p>Segnalazioni da parte degli amministratori di eventuali criticità emerse nella gestione ed evidenziazione delle azioni messe in campo per la mitigazione degli effetti negativi</p>	A1; C1; C2; D1; E1; E2.4	17; 34; 37; 44; 58; 71

Segue a pagina 81

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	71; 71; 74; 74; 75
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	21; 28; 39; 51; 71
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	17; 34; 37; 44; 58; 71
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	30
8) Monitoraggio dell'organo di controllo sul Bilancio Sociale		
	Relazione dell'organo di controllo (se richiesta)	83

Dott. DANILO GIOVANNI GUBERTI • COMMERCIALISTA
ISCRITTO AL N° 29627 REGISTRO DEI REVISORI CONTABILI

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 SCS (di seguito "la Società") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori del Consorzio CAES Italia SCS 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 declinate 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 SCS 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 SCS 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 SCS relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 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, 21 aprile 2023

Il Revisore

Danilo Giovanni Guberti





Consorzio
Assicurativo
Etico
Solidale

Via Gavirate, 14
20148 - Milano
Tel. 02-87166257
Fax 02-93664856

www.consorziocaes.org
comunicazione@consorziocaes.org



in collaborazione con

Gruppo
Assimoco
ASSICURAZIONI MOVIMENTO COOPERATIVO

