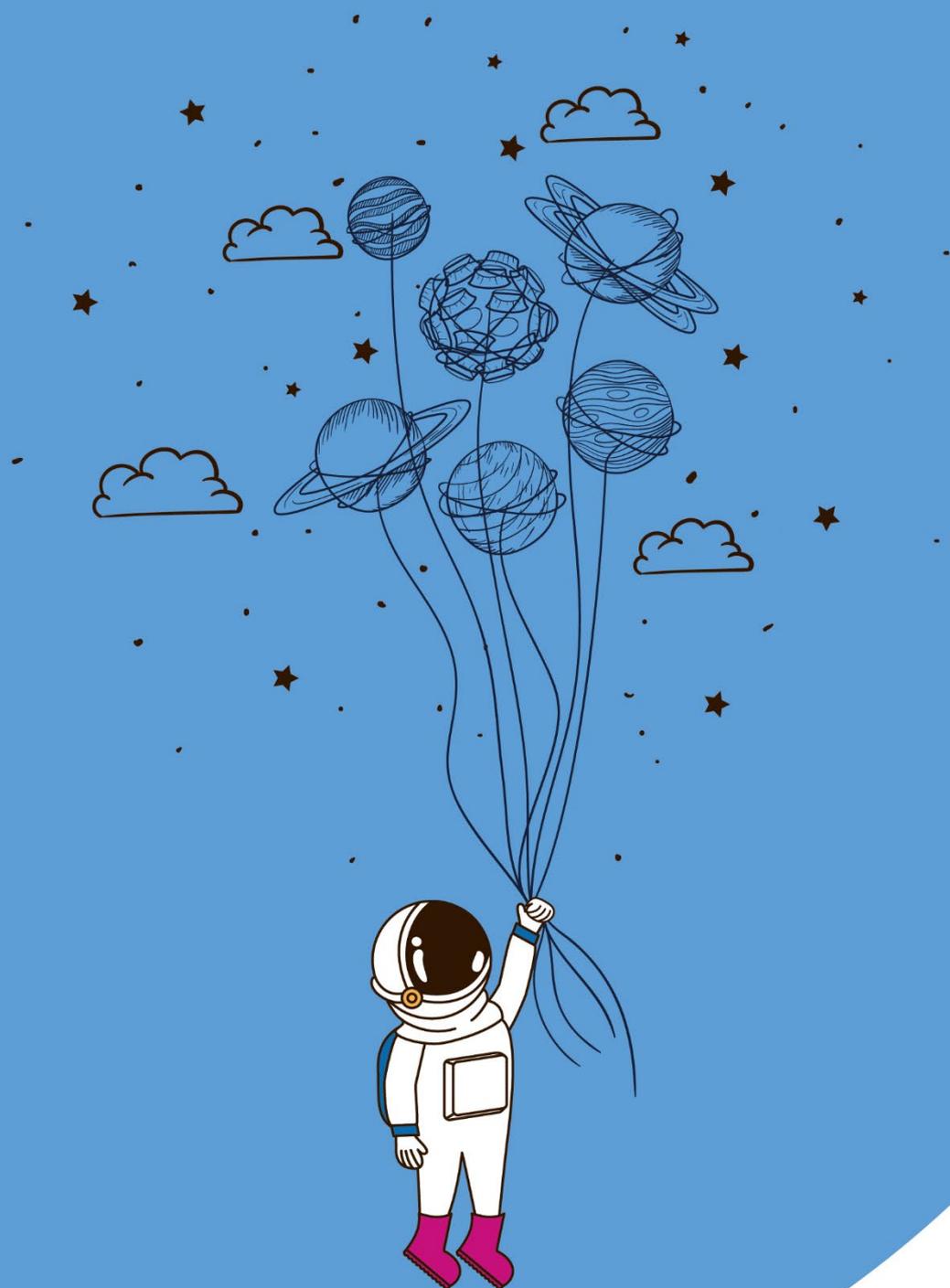


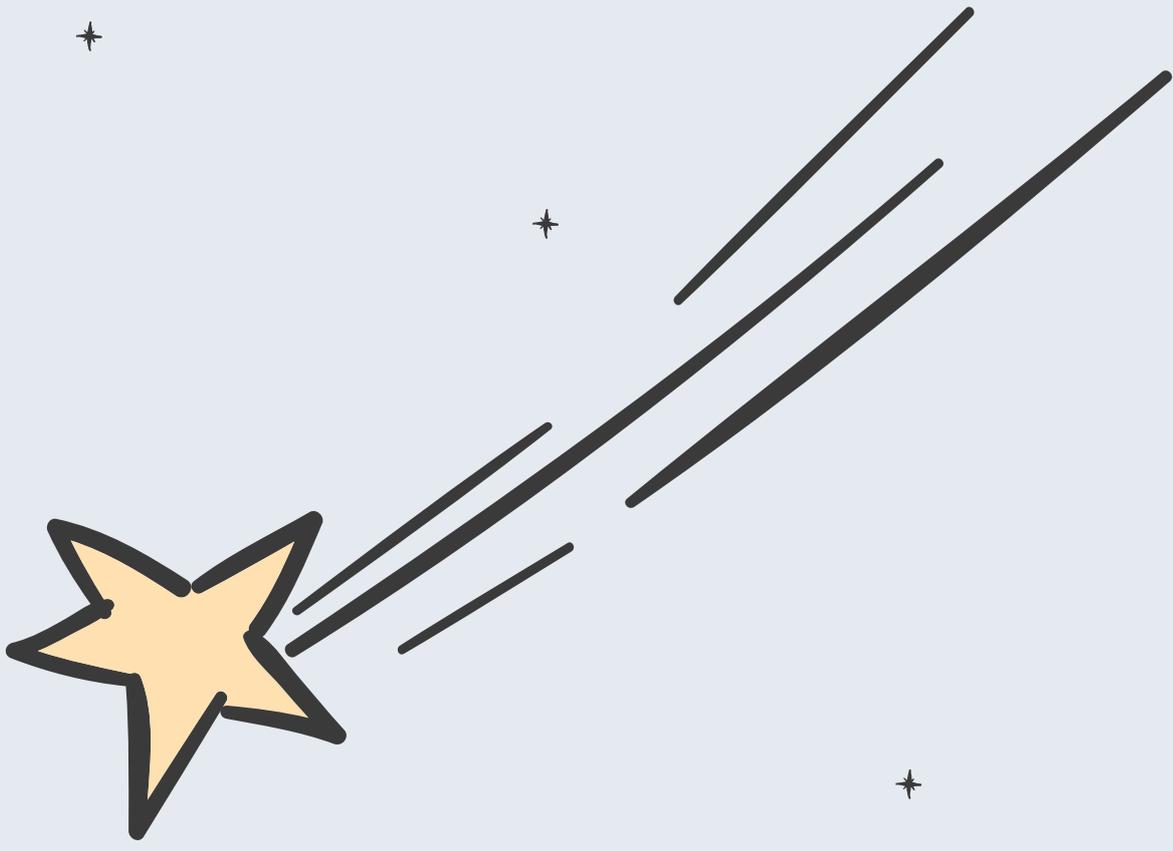
Relazione di impatto 2023

Bene Assicurazioni S.p.A.
Società Benefit



INDICE

Lettera dell'AD	3
La Buona Impresa: orientamento di fondo	6
Nota metodologica	8
Assunto alla base della redazione del documento	8
Rendicontazione annuale 2023: GOVERNANCE	11
Chi siamo	12
Modello di business	13
Struttura e governo societario	14
SABI – autovalutazione rispetto alla Governance	17
Essere Società Benefit	20
Cos'è una Società Benefit	21
Bene come Società Benefit	22
Le Finalità di Beneficio Comune di Bene Assicurazioni	24
Il Beneficio Comune: rendicontazione e valutazione del valore creato	27
Finalità di Beneficio Comune 1: Area del servizio assicurativo – PRODOTTO –	29
La creazione di valore tramite il PRODOTTO	30
1.1 – Prestazione del servizio assicurativo	32
1.2 – Sensibilizzazione del ruolo sociale dell'assicurazione	34
1.3 – Innovazione tecnologia anche a beneficio del settore	39
Finalità di Beneficio Comune 2: Area Persone – LAVORO–	42
La creazione di valore tramite il LAVORO	43
2.1 – Creare buone opportunità di lavoro favorendo l'inserimento dei più giovani	45
2.2 – Cura per i Benefitter	47
2.3 – Cura per gli ambienti di lavoro	52
Finalità di Beneficio Comune 3: Area società e comunità	54
3.1 Sostegno di iniziative filantropiche	55
Sostenibilità sociale e ambientale	59
La creazione del valore economico	60
Obiettivi 2024	61
Considerazioni conclusive	62



Lettera dell'AD

Cari stakeholder,

la costante relazione che ci lega da tempo ha ormai consolidato una visione strategica che ha un significativo impatto sulla crescita del Gruppo Assicurativo Bene.

Questo rappresenta per noi un punto focale come Società Benefit alla continua ricerca del beneficio comune che intendiamo conseguire, attraverso il nostro fare BENE impresa.

Il mondo in cui viviamo cambia con rapidità, e tutti ci accorgiamo che emergono nuovi rischi che pongono molte domande a noi assicuratori e a tutte le società di servizi del nostro ecosistema. Domande alle quali abbiamo la responsabilità di dare precise risposte.

Una cosa è certa: il futuro incalza e non c'è più tempo, non possiamo aspettare o indugiare, inerti di fronte al cambiamento, ognuno deve fare la propria parte.

Mai come nell'ultimo anno si è parlato tanto di intelligenza artificiale e di come, l'innovazione tecnologica si stia dimostrando indispensabile nel fornire risposte alle sfide sociali: decarbonizzazione, sicurezza, salute, clima. Ma non dobbiamo mai dimenticare che questa ondata di nuove tecnologie ci impone anche di comprenderne e valutarne opportunità e rischi, soprattutto di natura etica.

In fondo è proprio questo il quadro nel quale si inserisce il tema della sostenibilità e delle azioni a supporto di un mondo migliore, a partire dalle scelte in ottica ESG, di tutto il mondo dei servizi finanziari e assicurativi. Per questo motivo tutti noi dobbiamo fare di più, anche se la strada può essere lunga, perché spetta a noi identificare e anticipare i nuovi rischi del vivere sociale, quale unica direzione per rendere la vita più sicura, più equa e più inclusiva per il maggior numero di persone possibile.



*Andrea Sabia,
Amministratore Delegato -
Bene Assicurazioni*

Più in generale voglio confermare il nostro grande sforzo sul tema della protezione in senso lato, che ci ha spinto a rendere le nostre polizze e i loro servizi sempre più inclusivi e orientati a garantire un presidio di assistenza e di soluzione del problema, in ogni ambito della vita privata e professionale. Infatti, tutti i nostri prodotti sono ricchi di servizi complementari, come ad esempio facilitare l'accesso alla giustizia attraverso l'assicurazione di tutela legale, che, tuttavia, necessitano di essere promossi e valorizzati con gli assicurati e i potenziali clienti, i quali spesso non sono a conoscenza di queste garanzie già comprese nelle nostre polizze.

Il claim "assicurarsi è bene" rappresenta per noi il fulcro del messaggio che quotidianamente ci impegniamo a sostenere non soltanto attraverso un'offerta di prodotti sempre più specialistica, ma anche garantendo facilità di accesso, attraverso l'omnicanalità e i servizi a valore aggiunto in termini di accessibilità, e che disponibili sia online, che offline, cioè, sia in modalità di erogazione diretta, e che intermediata.

Così appare più nitido il ruolo del Gruppo Assicurativo che rappresento, e di tutti i suoi partner strategici nel contribuire a definire e sostenere il ruolo fondamentale dei nostri agenti, come risk advisor e veri consulenti per gli individui, le famiglie e le imprese,

contribuendo concretamente nella loro azione quotidiana a differenziare la nostra proposizione di offerta da quella dei principali competitor, ancora troppo spesso orientati solo al profitto e al rispetto degli obblighi di legge.

Se riusciremo ad incoraggiare questa evoluzione, del ruolo stesso dell'agente di assicurazione, che dovrebbe saper far apprezzare la propria vicinanza e la prossimità della sua agenzia ad ogni cliente, il valore della consulenza nella scelta della polizza migliore, il vantaggio di un'assistenza continua, nel momento del bisogno, scopriremo di aver sviluppato un nuovo *mind set* e una nuova personalità nel fare gli assicuratori, che non apparterrà più a pochi eletti, ma probabilmente diverrà patrimonio comune, condiviso per ognuno di noi, migliorando di conseguenza anche l'impatto nei confronti della Società.

Per quanto ci riguarda, forti della nostra dinamica e giovane storia aziendale, ma anche delle centinaia di anni di lavoro cumulato in questo settore da parte dei manager fondatori della Compagnia e dei suoi Partner, abbiamo le competenze, i mezzi e l'ambizione per evolvere ulteriormente il nostro ruolo di esperti dei rischi, per dare il nostro contributo e concorrere al progresso delle persone che lavorano con noi e si affidano a noi, ma più in generale dell'economia e della società in cui viviamo, nella prospettiva di costruire un percorso proiettato realmente nel grande tema della sostenibilità, con una vera sensibilità ESG, che a partire dagli SDG dell'agenda 2030, ci porti concretamente a testimoniare la nostra natura e il nostro DNA benefit, per contribuire concretamente a passare da una sola economia degli shareholders, ad una reale economia degli stakeholders.

La Buona Impresa: orientamento di fondo¹

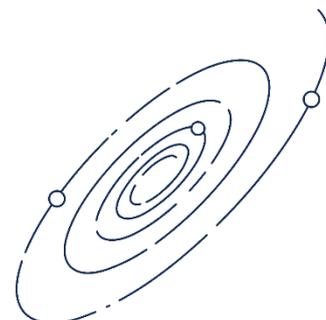
Bene Assicurazioni e il Gruppo Assicurativo Bene condivide una visione dell'imprenditoria e dell'economia che va oltre il mero profitto, e coinvolge i valori umani, la responsabilità sociale, l'innovazione tecnologica, oltre che l'equilibrio tra sviluppo economico e benessere sociale con il ruolo di agente di cambiamento positivo nella società.

Crediamo fermamente di appartenere alla categoria di imprese definite dalla letteratura di settore come *"Business with purpose"* concependo l'impresa stessa, come "a servizio delle persone", strumento per creare valore condiviso attraverso quello che sa fare meglio: il proprio core business. È nell'ambito della nostra attività quotidiana, dunque che perseguiamo la creazione di valore per i nostri stakeholder e per tutta la società.

In qualità di società benefit Bene Assicurazioni ha sancito, all'interno del proprio statuto societario, il perseguimento, nell'ambito dell'esercizio della propria attività di impresa, alcune finalità di beneficio comune con l'obiettivo di generare effetti positivi per gli stakeholder sulla base dei seguenti pilastri.

- Core business: sviluppando e migliorando l'offerta prodotti attraverso l'ascolto costante dei bisogni del cliente finale;
- Innovazione tecnologica: investendo risorse nello sviluppo di nuove tecnologie e soluzioni innovative per contribuire al progresso del settore e della società nel suo complesso;
- Valorizzazione dei collaboratori: promuovendo percorsi di crescita personale e professionale, condizioni di lavoro sicure e opportunità di arricchimento culturale extra lavorative;
- Responsabilità sociale: promuovendo il sostegno di progetti di filantropia, sociali e culturali.

È proprio per questo che Bene Assicurazioni adotta e condivide interamente quanto sostenuto e declinato nel modello de *"La Buona Impresa"*: un approccio all'osservazione, valutazione e gestione dell'impresa promosso dalla Fondazione Buon Lavoro, come tentativo di superare il diffuso pregiudizio rispetto al contrasto tra economia e bene comune.



¹ <https://labuonaimpresa.it>

Il Manifesto della Buona Impresa

La Buona Impresa, interpretando in modo coscienzioso e responsabile la natura stessa dell'impresa, definisce la propria finalità attraverso una visione sistemica.

Come impresa, persegue un triplice scopo, ricercando – con cura e responsabilità – la sinergia tra tre tipologie di obiettivi:

il successo dei propri prodotti o servizi, la creazione e organizzazione di buona occupazione, la creazione di valore economico.

Applicando tale visione, nessuno dei tre risultati è puramente strumentale, ma si qualifica in quanto deriva dagli altri due e a sua volta li influenza positivamente.

Come attore sociale, fa leva sulla coincidenza di interessi con gli stakeholder, perseguendo al tempo stesso il proprio scopo di lungo periodo e la creazione di valore per il contesto, consapevole che dallo stesso fare impresa deriva un rilevante impatto sociale: offrire prodotti e servizi che rispondono a bisogni della società, favorendone sviluppo e benessere; creare occupazione e occasione di soddisfazione professionale per le persone; condividere valore economico.

La Buona Impresa considera un prerequisito imprescindibile l'impegno a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che l'attività d'impresa ha sulla comunità e sull'ambiente, monitorando e riducendo eventuali effetti negativi.

Infine, essa comunica con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

Nota metodologica

Assunto alla base della redazione del documento

La presente Relazione d'Impatto è stata redatta in conformità alla normativa sulle Società Benefit (legge n. 208 del 28 dicembre 2015, commi 376-383). A tal fine l'azienda ha deciso di avvalersi dello *Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto SABI*, applicativo derivato dal Modello della Buona Impresa promosso da Fondazione Buon Lavoro.

La metodologia di reporting della Buona Impresa prevede che questo sia fondato sul **principio di "materialità"** con l'obiettivo di identificare e riportare solo le informazioni rilevanti e significative riguardanti l'impatto sociale, ambientale ed economico di un'organizzazione, sia positivo sia negativo.

Questo principio consente all'organizzazione di concentrarsi sulle tematiche più significative per gli stakeholder interni ed esterni, guidando la rendicontazione verso argomenti di importanza e rilevanza per la sostenibilità complessiva dell'azienda.

La materialità del Gruppo Assicurativo Bene è stata determinata tenendo in considerazione i seguenti fattori:

- **impatto significativo**: aspetti materiali che hanno un impatto significativo sull'azienda stessa, sugli stakeholder e sull'ambiente;
- **interesse degli stakeholder**: in particolare i Benefitter, i clienti, gli investitori, e gli altri portatori di interesse;
- **rischi e opportunità**: valutazione sia dei rischi sia delle opportunità per l'azienda in termini di sostenibilità;
- **contesto settoriale e normativo**: valutazione che include le aspettative degli stakeholder e le best practice del settore.

L'esito dell'analisi della materialità si esprime attraverso la **mappa del valore condiviso**: vengono rappresentati gli elementi in cui si gioca la capacità dell'impresa di generare un impatto positivo attraverso prodotto, lavoro e valore economico, i tre pilastri fondamentali del modello della Buona Impresa, sia dal punto di vista dell'azienda sia dei propri stakeholder determinando la rilevanza degli elementi attraverso i quali l'impresa delinea il suo impatto.

Sui temi identificati come rilevanti, il modello di reporting della Buona Impresa, prevede che la relazione includa il punto di vista dell'impresa e dei propri stakeholder rispetto ai seguenti "pilastri":

- Portare sul mercato buoni **prodotti**/servizi;
- Creare e organizzare un buon **lavoro** per le persone;
- Creare e condividere **valore economico**;
- Agire **responsabilmente** verso l'Ambiente e la Comunità;
- Governare l'impresa in modo trasparente ed economicamente e socialmente **sostenibile**.

Questo avviene tramite la somministrazione da un lato, di questionari di autovalutazione all'Alta Direzione di Impresa e dall'altro di invio di survey specificatamente individuate per le differenti categorie di stakeholder.

Nel primo anno di adozione del modello SABI, Bene Assicurazioni ha deciso di adottare un approccio di lungo periodo e di costruzione del valore stabile nel tempo. A questo proposito ha scelto di analizzare e confrontare la visione d'impresa come determinata dal management e dall'Alta Direzione aziendale rispetto a quanto percepito e diffuso quotidianamente dal lavoro dei team che compongono l'azienda stessa, quale primo punto di contatto frequente e assiduo con gli stakeholder esterni o interni.

Struttura del documento

La Valutazione d'Impatto della Buona Impresa sarà suddivisa in 6 capitoli, analogamente alla struttura di SABI, ai quali si aggiunge un capitolo introduttivo che illustra la metodologia utilizzata e un capitolo conclusivo:

- Premessa e metodologia
- Governance
- Le finalità di beneficio comune: Prodotto
- Le finalità di beneficio comune: Lavoro
- Le finalità di beneficio comune: Sviluppo Sostenibile
- Sostenibilità Sociale e Ambientale
- Valore Economico
- Conclusioni e obiettivi

La prima parte riguarda la descrizione dell'azienda, della sua visione e della governance essenziale nella valutazione dell'impresa stessa.

La parte centrale ha l'obiettivo di rendere conto delle performance dell'impresa secondo i tre pilastri fondamentali individuati per l'attività della Buona Impresa Prodotto, Lavoro e Il Valore Economico e nel perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune individuate nello statuto societario.

Ciascuno dei capitoli illustrerà:

- l'esito prodotto da SABI, attraverso una radar chart e un commento specifico;
- descrizione delle azioni intraprese dall'azienda durante il corso dell'anno in merito alla Finalità di Beneficio Comune (FBC) oggetto di analisi;
- indicatori raccolti a supporto, inclusa l'osservazione degli impatti generati rispetto agli obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs)

L'ultima parte, infine, sintetizza la valutazione d'impatto della Buona Impresa attraverso la restituzione degli output di sintesi del framework SABI:

- Radar a 6 vertici con la sintesi del Valore creato tramite Prodotto, Lavoro e Valore Economico. Facendo un parallelo con il bilancio economico-finanziario, questo è il "Conto Economico" dell'azienda.
- Radar a 4 vertici sulla Sostenibilità della Creazione di valore nel tempo. Stando nel parallelo di cui sopra, questo è lo "Stato Patrimoniale" dell'impatto.
- tabella di sintesi che mostra l'impatto sugli SDGs.

La presente Relazione di Impatto è redatta nel perimetro di quanto realizzato da Bene Assicurazioni nel corso dell'anno 2023.

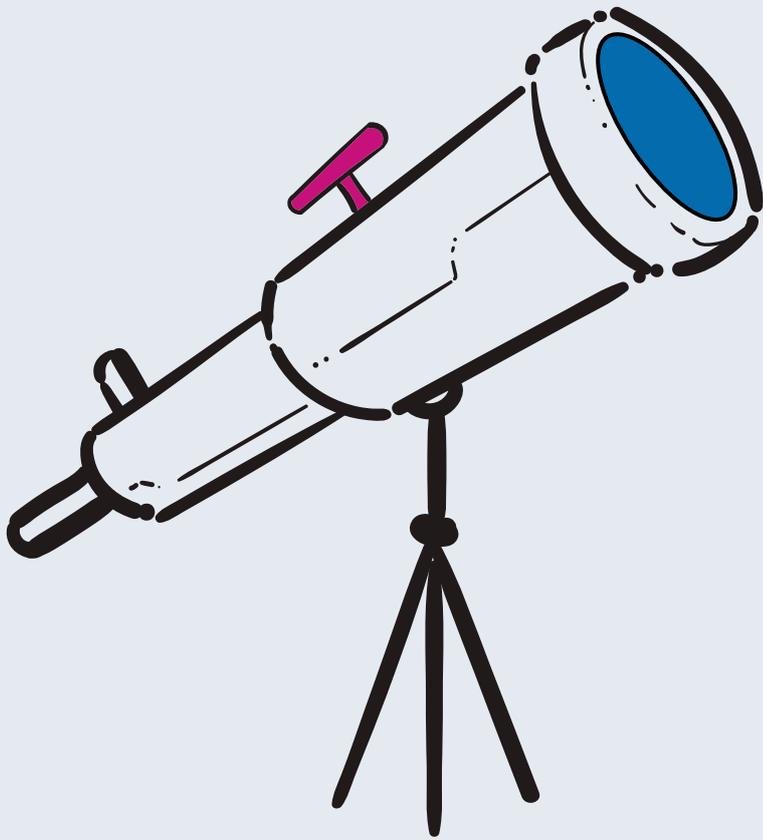
Specifiche e separate relazioni di impatto per le società FIT S.r.l. e bSERVICE scarl verranno allegate ai singoli bilanci di esercizio.

Tuttavia, con il fine di completezza e chiarezza, nel corso del documento saranno riportati alcuni riferimenti o dati relativi alle società controllate.

Redazione del documento

La redazione della presente Relazione di Impatto è stata coordinata dall'Ufficio Relazioni Esterne | ESG e Impatto, con la collaborazione di un gruppo di lavoro interno all'azienda in rappresentanza dei loro principali stakeholder e in funzione all'area oggetto di analisi:

- per l'area Prodotto: Direzione Operations, Area Affari, Customer Care e Direzione Commerciale;
- per l'area Persone: Ufficio People Management;
- per l'area Valore Economico: Direzione Finance e Direzione Operations;
- per l'area Sostenibilità: Direzione Finance, Direzione Operations e Ufficio Relazioni Esterne | ESG e Impatto.



**Rendicontazione
annuale 2023:
GOVERNANCE**

Chi siamo

Bene Assicurazioni S.p.A. Società Benefit è una compagnia di assicurazioni privata ed indipendente costituita nel 2016 su iniziativa di manager d'estrazione assicurativa. La compagnia conta sul supporto di due primarie società assicurative e industriali, Nürnberger Group e Italmobiliare, quali partner strategici e co-investitori industriali, aventi elevata solidità e reputazione, che partecipano con i soci promotori al progetto imprenditoriale, condividendo una visione di lungo periodo.

- Il gruppo tedesco **Nürnberger**, una solida realtà internazionale di elevato standing e rating, con competenze tecniche specialistiche, esclusive e necessarie per affrontare rischi e opportunità dell'economia digitale, partecipa sin dalla costituzione al progetto in qualità di azionista di larga e qualificata minoranza in Bene Assicurazioni S.p.A. SB, con una chiara e condivisa visione del futuro.
- **Italmobiliare** rappresenta per il Gruppo un partner di lungo periodo, che si affianca al gruppo tedesco Nürnberger, in grado di valorizzare le competenze chiave della Compagnia, per supportare il business model della tech company e rafforzare l'attenzione verso le esigenze di sicurezza, trasparenza e semplicità offerte ai clienti.

La solidità e coesione della compagine azionaria con una comune visione di lungo periodo, nonché la presenza dei promotori come azionisti, con una gestione radicata nelle mani del management promotore, rafforzano lo standing del Gruppo e il radicamento del progetto sul mercato italiano



Il Senior Management di Bene Assicurazioni

Il team dei manager fondatori, di comprovata professionalità ed esperienza e che controlla la maggioranza del capitale, costituisce Bene Assicurazioni, con l'obiettivo di creare una compagnia di assicurazione seguendo un approccio fortemente innovativo, basato su un modello di business cliente-centrico, in un'ottica di omnicanalità integrata, puntando sul digital insurer

model per valorizzare la centralità del cliente e per eccellere nel servizio agli intermediari, facendo leva sulla tecnologia più avanzata.

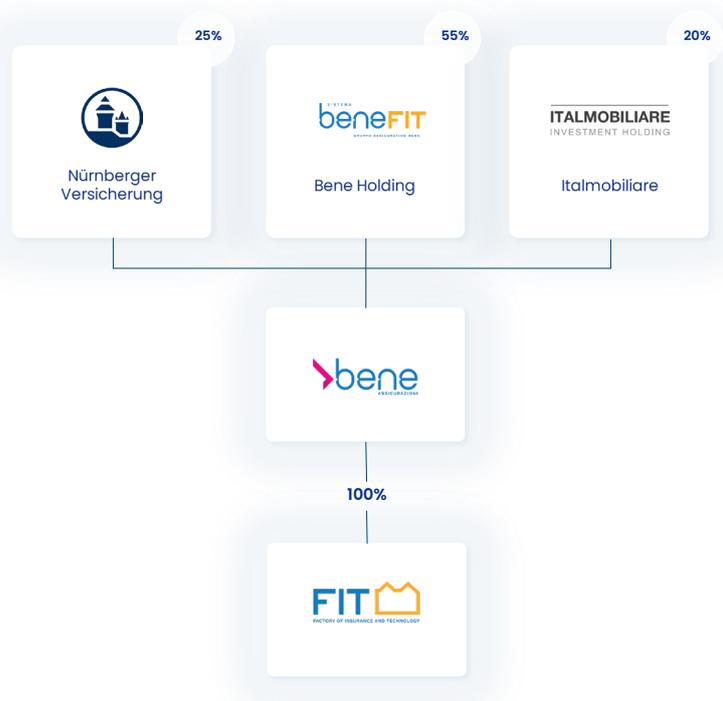
Bene Assicurazioni intende, infatti, sviluppare l'omnicanalità integrata, che, costituendo il fulcro dell'integrazione tra i diversi canali di relazione con il cliente, attribuisce all'agente un ruolo di primo piano nel processo d'acquisto delle polizze, ma al contempo sviluppa diversi strumenti e modalità di informazione, a cui il cliente potrà accedere per soddisfare le proprie esigenze.

L'internazionalità della compagine azionaria e la comune visione di lungo periodo nonché la presenza dei promotori come azionisti ed una gestione saldamente nelle mani del management rafforzano lo standing della Società.

A completamento della struttura del Gruppo Bene Assicurazioni, Bene Assicurazioni S.p.A. SB detiene la partecipazione di controllo al 100% della società FIT Srl SB, una società di intermediazione assicurativa che integra l'offerta con la vendita di soluzioni assicurative operando essenzialmente su mandato di primarie compagnie di assicurazione specialistiche (specialty lines e affari di nicchia, che non rientrano nel core business della Società).

bSERVICE S.r.l. S.B., è una società consortile, costituita nel 2021, con sede a Milano che svolge attività di servizi a favore del Gruppo, quale presidio all'innovazione digitale per gli aspetti informatici e gestione della liquidazione dei sinistri.

Organigramma societario BA



Modello di business

Da un punto di vista tecnico e tecnologico, il Gruppo Assicurativo Bene può essere considerato come una piattaforma digitale integrata con una licenza assicurativa e un modello di distribuzione innovativo, che persegue un puro approccio omnicanales Full stack agendo a 360° sulla filiera industriale del business.

Bene Assicurazioni è, a tutti gli effetti un full stack insurer perché offre una copertura flessibile nell'intero arco della catena del valore assicurativa e ha pieno controllo su ogni aspetto del prodotto garantendo profondità di innovazione:

- con vista orizzontale di business, attraverso una gamma di offerta completa e versatile che copre la totalità dei canali distributivi passando dalla vendita offline intermediata da specialisti consulenti, esperti del settore assicurativo, approdando alla vendita diretta online sul sito web della Compagnia oppure sui siti di comparazione con altre compagnie di settore.
- con vista verticale con Target Operating Model unico che integra e comunica con le tre componenti fondamentali dell'architettura funzionale: fabbrica di prodotto, piattaforma applicativa e rete distributiva.

Struttura e governo societario

Il governo societario di impresa è rappresentato dall'insieme delle metodologie, dei modelli e dei sistemi di pianificazione, gestione e controllo necessari al funzionamento degli organi sociali della Compagnia.

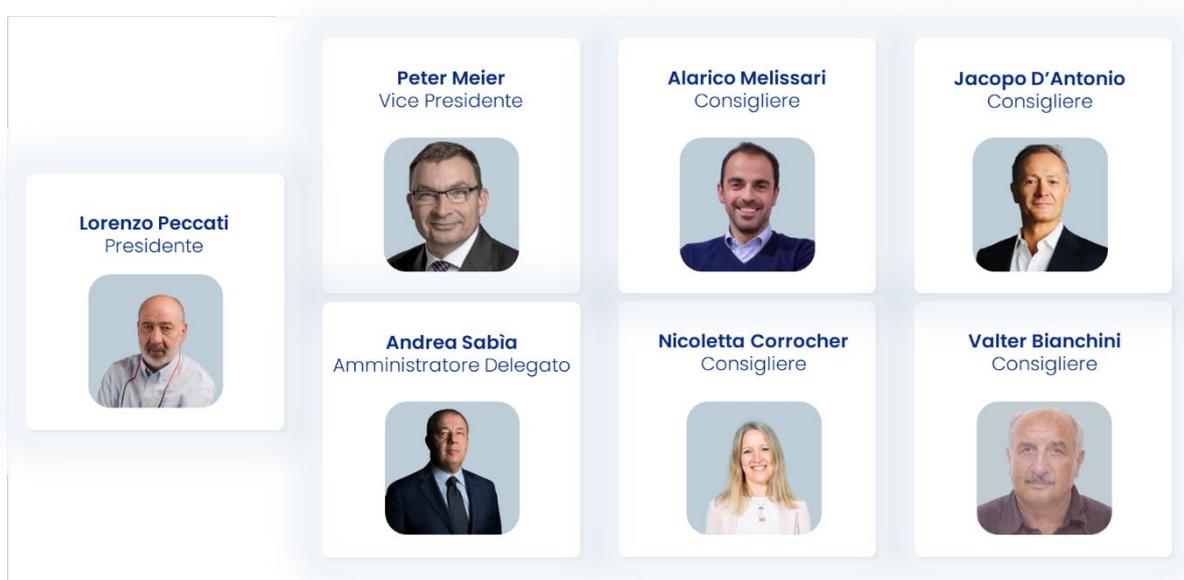
Il modello di governo societario della Compagnia è quello c.d. tradizionale secondo la normativa italiana: esso prevede un'assemblea dei soci, che è l'organo sociale che, con le sue deliberazioni, esprime la volontà degli azionisti, un consiglio di amministrazione, al quale è affidata la gestione strategica per il perseguimento dello scopo sociale, e un collegio Sindacale con funzioni di vigilanza del rispetto della legge e dello Statuto. La revisione legale dei conti è invece demandata ad una Società di revisione

Un corretto sistema di governo societario si fonda su alcuni elementi cardine, quali il ruolo centrale attribuito al Consiglio, la corretta gestione delle situazioni di conflitto di interessi, la trasparenza nella comunicazione delle scelte di gestione societaria e l'efficienza del sistema di controllo interno e gestione dei rischi.

Come precedentemente evidenziato, in quanto Società per azioni, soggetta alla legge italiana, il sistema di corporate governance della Società è imperniato sui seguenti principali attori:

- **Assemblea:** L'Assemblea regolarmente costituita è l'organo sociale che esprime con le sue deliberazioni la volontà degli azionisti. Le deliberazioni adottate in conformità della legge e dello Statuto vincolano tutti i soci, compresi quelli assenti o dissenzienti
- **Consiglio di Amministrazione:** Il Consiglio ha ogni più ampio potere di gestione per il perseguimento dello scopo sociale. Eletto ogni tre anni dall'Assemblea, nomina un Presidente (salvo che non venga nominato dall'Assemblea), può nominare un Vicepresidente (salvo che non venga nominato dall'Assemblea) – forniti di attribuzioni statutarie – e un comitato esecutivo. Può, inoltre, nominare uno o più Amministratori Delegati. Di tutti questi organi sociali determina poteri e compensi.
- **Presidente e Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione:** Oltre alle altre attribuzioni spettanti a termini di legge, il Presidente presiede l'Assemblea. Inoltre, convoca e presiede il Consiglio ed il Comitato Esecutivo, se nominato, ne fissa l'ordine del giorno, ne dirige, coordina e modera i lavori e proclama i risultati delle rispettive deliberazioni.
 - Il Presidente non ricopre un ruolo operativo non essendogli state attribuite deleghe aggiuntive rispetto ai poteri previsti dallo Statuto.

- Il Consiglio elegge fra i suoi componenti un Vicepresidente, al quale spetta di sostituire in tutte le sue attribuzioni il Presidente, in caso di assenza o impedimento.
- **Amministratore Delegato (CEO):** L'Amministratore Delegato è il principale responsabile della gestione della Società. All'Amministratore Delegato spetta il potere di guida e gestione operativa della Società, in Italia ed all'estero, con ogni facoltà di ordinaria amministrazione, in coerenza con gli indirizzi generali programmatici e strategici determinati dal Consiglio ed entro limiti di valore determinati, fatti salvi i poteri attribuiti dalla legge o dallo statuto in via esclusiva ad altri organi della Società ovvero altrimenti delegati dal Consiglio. L'Amministratore Delegato ha l'incarico di proporre al Consiglio le operazioni e i progetti strategici che lo stesso esamina per l'assunzione delle deliberazioni di sua competenza. L'Amministratore Delegato è altresì l'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi.



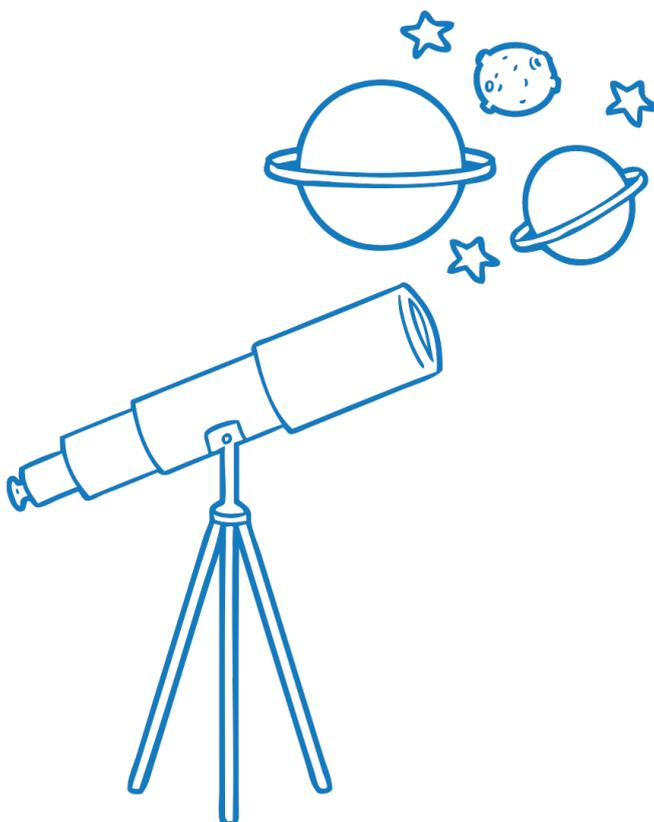
Consiglio di amministrazione BA

- **Collegio Sindacale:** Il Collegio Sindacale è l'organo avente funzioni di vigilanza sull'osservanza della legge e dello Statuto nonché di controllo sulla gestione. Lo stesso non ha, invece, la funzione di controllo legale dei conti, che spetta ad una società di revisione, iscritta nello speciale albo, che è organo di controllo esterno alla Compagnia.
- **Società di Revisione:** Alla Società di revisione compete di verificare, nel corso dell'esercizio, la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili. Alla stessa spetta, inoltre, di accertare che il bilancio d'esercizio e quello consolidato corrispondano alle risultanze delle scritture contabili e degli accertamenti eseguiti e che i medesimi documenti contabili siano conformi alle norme che li disciplinano.

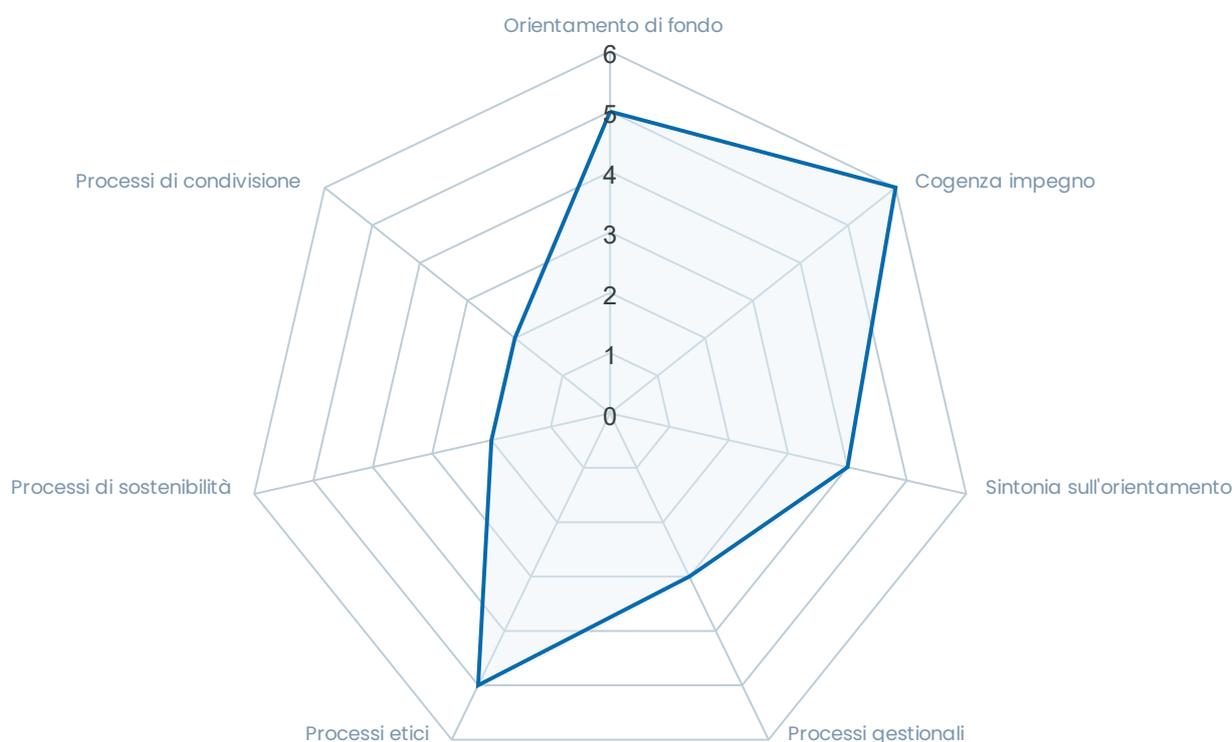
Costituiscono, inoltre, parte integrante del sistema di governo societario della Compagnia, il **Comitato di Direzione**.

L'Amministratore Delegato, nell'esercizio della propria funzione, può avvalersi di Comitati, con lo scopo di approfondire collegialmente i più significativi aspetti gestionali. Al riguardo, sono stati istituiti i seguenti Comitati tecnico-operativi, di natura manageriale:

- **Il Comitato di Direzione (CdD)** è un organo consultivo istituito al fine di garantire una forte coesione nella gestione del business e un processo decisionale più efficace e condiviso attraverso un approccio manageriale di squadra, che promuova lo scambio di opinioni e l'allineamento sulle priorità strategiche della Società.
Il CdD rappresenta il principale meccanismo a supporto delle decisioni strategiche dell'Amministratore Delegato
- **Il Comitato per gli Investimenti** ha compiti consultivi, propositivi ed istruttori nei confronti del CEO. Il Comitato è chiamato a svolgere un'analisi periodica delle politiche d'investimento, delle principali linee guida operative e dei relativi risultati, individuando eventuali proposte di approfondimento o di intervento da sottoporre all'attenzione del Consiglio, in coerenza con il risk appetite e la risk tolerance della Società; tale analisi periodica riguarda anche l'asset allocation della Società (per asset class), le principali concentrazioni, le partecipazioni strategiche nonché le operazioni di investimento e di disinvestimento di particolare rilevanza effettuate nel periodo precedente.
- **Il Comitato Fidi:** In ambito del ramo cauzioni, il Comitato Fidi ha compiti consultivi, propositivi ed istruttori nei confronti del CEO. Compito del Comitato è quello di valutare le richieste di affidamento di importo superiore a una determinata soglia. Il Comitato Fidi è composto da n. 4 membri (oltre al CEO, il CFO, il responsabile del ramo cauzioni e il responsabile dell'unità Affari) e si riunisce in relazione alle necessità operative del ramo.



SABI – autovalutazione rispetto alla Governance



Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (SABI) – Governance

Rispetto all'orientamento di fondo dell'impresa, Il Gruppo Assicurativo Bene è nato per contribuire ad innovare il mondo delle assicurazioni, coinvolgendo in un sistema "benefit" tutte le persone che ci danno fiducia e che, come noi, guardano al futuro con pensiero positivo.

Questo orientamento di fondo è profondamente condiviso dall'Alta Direzione che trova in esso il senso stesso del proprio investimento. Per questa ragione prendere un impegno cogente in questa direzione inserendolo in statuto societario e vincolando gli amministratori al suo perseguimento è stata una scelta perseguita fin da subito dal gruppo assicurativo bene e sfociata nel raggiungimento della qualifica di società benefit.

L'**orientamento di fondo** e la **cogenza di impegno** nonché la **sintonia sull'orientamento** volti al perseguimento allo stesso tempo della prosperità dell'impresa e dello sviluppo della società sono elementi fortemente caratterizzanti l'identità della compagnia unitamente all'orientamento alla trasparenza e alla condivisione del piano strategico industriale di medio lungo periodo con i propri stakeholder.

- Sono diversi i momenti di confronto, durante il corso d'esercizio, che coinvolgono i Benefitter, a seconda del proprio livello di inquadramento, che consentono l'azienda di condividere internamente i risultati economico-finanziari anche nei confronti dell'andamento di mercato e dei competitor. A titolo esemplificativo e non esaustivo: Budget Day dedicato al senior e middle management, Festa d'estate e d'inverno dedicati

a tutti i Benefitter, Kick off commerciale dedicato alla gestione della rete di intermediazione.

- Incontri e offsite specifici organizzati anche al fine di comunicare e condividere l'avvio di programmi e progetti strategici coerenti con il piano di sviluppo industriale d'impresa, realizzati in un contesto di feedback, confronto e proposta attiva. A titolo esemplificativo e non esaustivo: checkpoint trimestrali dedicati ai senior e middle manager.
- Eventi e documentazione redatta anche in relazione al valore creato e all'impatto benefit dell'azienda sia internamente sia all'esterno del contesto aziendale. A titolo esemplificativo e non esaustivo: il programma Pink Belt Ambassador, incontri culturali interni, pubblicazione della relazione di impatto sul sito di Compagnia, sviluppo di una sezione di sito ad hoc per le tematiche benefit e di impatto sociale ².

In relazione al **presidio e alla definizione dei processi aziendali** la Compagnia, che ha da poco concluso la fase di start up si è dedicata in un primo momento di costruire un governo e presidio di impresa sano ed etico, in linea con il sistema valoriale del Gruppo Assicurativo Bene. In particolare, attraverso la costituzione ed il monitoraggio costante di questi elementi:

- **Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi:** il Consiglio della Compagnia ha approvato i principi e le caratteristiche fondanti del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nel quale sono definite dettagliatamente le finalità, i principi, la struttura, i ruoli, le responsabilità, nonché i principali dispositivi, in ottemperanza a quanto previsto dal Regolamento IVASS n. 38/2018, che rappresenta il principale riferimento normativo per le disposizioni alle imprese di assicurazione in materia di controllo interno e gestione dei rischi.

L'Alta Direzione è responsabile, a diverso livello, dell'attuazione, del mantenimento e del monitoraggio del Sistema. Il Sistema attribuisce inoltre a tutte le funzioni aziendali adeguata collocazione nell'ambito di un disegno contraddistinto da due livelli organizzativi:

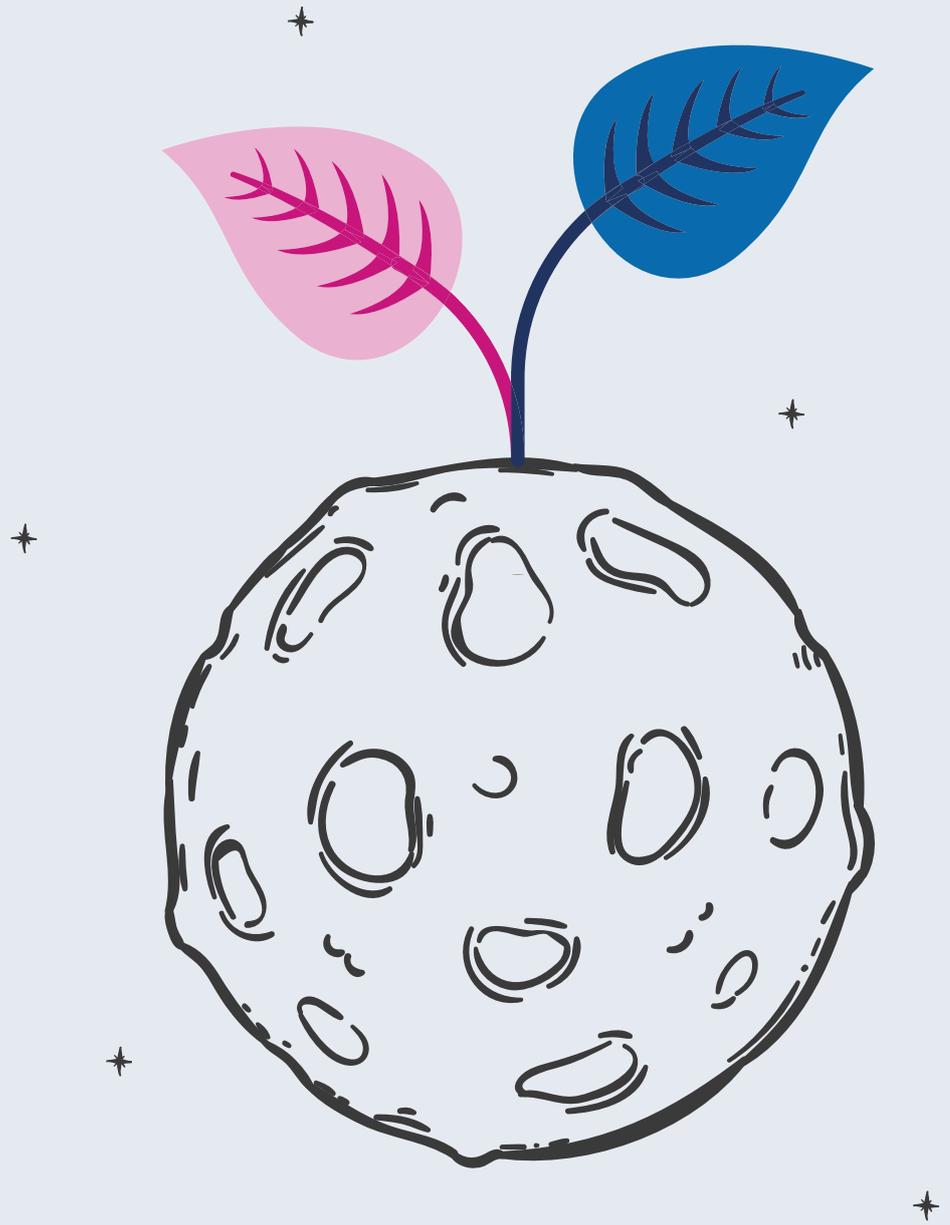
- il primo, quello operativo, che trova il proprio raccordo organizzativo massimo nell'Alta Direzione ed è supportato da presidi focalizzati sulla funzionalità di specifiche aree della gestione dei rischi e dei controlli;
 - il secondo, quello di controllo, dotato di un elevato grado di indipendenza organizzativa, che ha il compito di valutare la tenuta del Sistema dal punto di vista dei controlli.
- **Modello di Organizzazione e Gestione 231 (MOG):** al fine di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività di business, nella salvaguardia della posizione e dell'immagine di cui la Compagnia gode nel mercato, nonché delle aspettative dei propri azionisti e del lavoro dei dipendenti, è stato adottato nel 2023 il MOG. La Parte Generale del MOG è disponibile sul Sito nella sezione dedicata al sistema di governance.
 - **Diffusione della cultura aziendale della legalità:** Bene Assicurazioni promuove e favorisce la diffusione di una cultura aziendale della legalità, caratterizzata da comportamenti

² <https://benefit.bene.it>

corretti e garantisce efficaci ed efficienti mezzi volti a prevenire, gestire e segnalare eventuali violazioni, attraverso canali sicuri e riservati, di leggi e regolamenti, della Carta dei Valori e del Codice di comportamento, del Modello Organizzativo 231, nonché del sistema di regole e procedure vigenti nella Società.

- **Whistleblowing:** grazie alla partecipazione attiva e responsabile dei dipendenti e di terze parti, segnalando eventuali comportamenti non conformi, si consente alla Società di individuare eventuali irregolarità e adottare tempestivamente i dovuti correttivi, prevenendo eventuali danni di tipo economico o reputazionale. La Società ha adottato una Politica in materia di whistleblowing, che definisce principi, modalità e presidi funzionali ad una corretta gestione delle segnalazioni, tutelando la riservatezza dei soggetti coinvolti e proteggendoli da eventuali ritorsioni.

Irrobustito l'aspetto di formalizzazione e presidio dei rischi e dell'agire nel pieno rispetto dell'etica e della legalità Bene si sta dedicando ora al consolidamento e alla formalizzazione di processi e procedure con l'obiettivo di esplicitare le prassi gestionali che integrino al loro interno gli obiettivi sociali incluso il presidio degli aspetti di Sostenibilità Sociale e Ambientale e il coinvolgimento degli stakeholder.



Essere Società Benefit

Cos'è una Società Benefit

Le Società Benefit, conosciute fuori dall'Italia come Benefit Corporation, rappresentano uno dei modelli d'impresa più avanzati in termini di impatto positivo sociale e ambientale.

L'Italia nel 2016 è la prima Nazione europea e il primo Paese dopo gli Stati Uniti d'America a introdurre nel proprio ordinamento le Società Benefit come una nuova forma giuridica d'impresa. La caratteristica della legge n.208/2015 (Legge di stabilità 2016) è che non istituisce una forma di società a sé, non si tratta infatti di una nuova forma di S.r.l., S.p.a. o altro, bensì identifica una serie di requisiti che le imprese devono soddisfare per essere Società Benefit potendo però mantenere la loro veste giuridica precedente.

Questa forma societaria è definita come una società «[...] che nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, persegue una o più finalità di beneficio comune [...]» e le cui modalità di agire la vedono operare «[...] in modo responsabile, sostenibile e trasparente [...]» nei confronti di un'ampia cerchia di portatori di interessi elencati dal legislatore. Inoltre, essendovi la previsione di «[...] altri portatori di interessi» il legislatore riconosce la possibilità che vi siano altri soggetti legati in modo diretto o indiretto all'impresa non elencati nel comma 376 della legge, ma che meritano comunque di vedere i propri interessi tutelati.

La stessa norma per "beneficio comune" intende "il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica dell'azienda, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi".

Le finalità di queste società vanno indicate nell'oggetto sociale e sono «[...] perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto», così da attribuire certezza e chiarezza all'obiettivo perseguito della società.

La forma giuridica di Società Benefit ha dato origine a un nuovo modello d'azienda che richiede ai manager l'equilibrio tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività.

Tale modello prende in considerazione il presupposto secondo il quale perseguire la logica del profitto bilanciando l'interesse dei soci con quello degli altri stakeholder, non costituisce un vincolo per le imprese, bensì un'opportunità di differenziazione e di crescita.

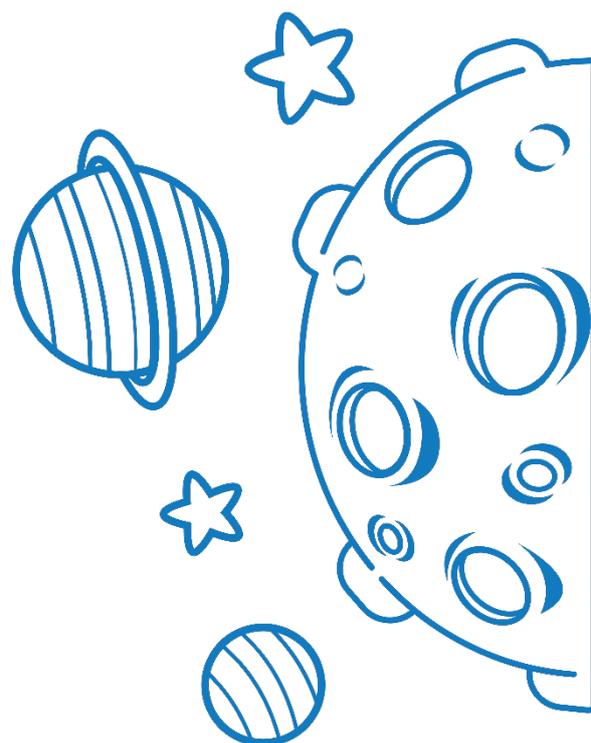
A garanzia di ciò, le Società Benefit sono chiamate a nominare il responsabile della relazione di impatto dell'azienda il cui compito è quello di assicurare e relazionare in maniera trasparente e completa, attraverso una relazione annuale, che l'azienda, nello svolgere le proprie attività, miri al perseguimento degli scopi di beneficio comune dichiarati nel proprio statuto. Infatti, nella relazione, il responsabile dovrà descrivere i progressi riguardo gli obiettivi inseriti nello statuto e definire i target per il nuovo anno.

Bene come Società Benefit

Lo Statuto, approvato dall'Assemblea dei soci il 22 aprile 2022, ha suggellato la trasformazione di Bene Assicurazioni in "Società Benefit", formalizzando un impegno che sin dalla nascita la contraddistingue, avendo promosso lo sviluppo e il sostegno, nell'ambito delle attività del Fondo FarBENE, nato per impulso e volontà del compianto Giovanni Moretti, già Vicepresidente della Società, di micro progetti imprenditoriali, volti a favorire lo sviluppo economico e sociale delle diverse comunità del continente africano.

La decisione dell'Assemblea, in linea con l'impegno già assunto dalle controllate FIT e bService sui temi della sostenibilità, indirizza ora anche la Compagnia verso un nuovo modo di far business, innovativo e virtuoso, con l'obiettivo di creare una cultura diffusa e condivisa dei valori perseguiti e degli impegni presi, rispondendo alle esigenze di tutti gli stakeholders sempre più attenti alla sostenibilità ambientale e sociale.

prosperità ambientale, sociale ed economica a lungo termine, associando il tema del profitto alle "finalità di beneficio comune".





Innovazione e futuro
Inclusione e diversità
Trasparenza e semplicità

futuro

Operiamo ogni giorno con la massima attenzione verso la collettività, con uno sguardo orientato al **futuro**, investendo nella crescita e nello sviluppo tecnologico a basso impatto ambientale.

impatto

Vogliamo ricoprire un ruolo, nella gestione dei rischi delle persone e delle attività economiche d'impresa che abbia **un grande impatto** nella realtà attuale, per i protagonisti di domani.

persone

Ci prendiamo cura delle **persone**, che non sono solo Clienti e sentiamo una forte responsabilità nei loro confronti, data dalla fiducia che investono in noi ogni giorno per la protezione dei loro beni, del loro patrimonio, e per la loro sicurezza personale.

valorizzazione

Crediamo in una **società inclusiva** dove tutti siano protagonisti. Ci impegniamo a realizzarla sostenendo la **valorizzazione** del singolo e lo sviluppo del suo potenziale offrendo, all'interno della nostra azienda, pari opportunità di crescita e realizzazione.

trasparenza

Lavoriamo operando sempre con la **massima trasparenza e semplicità** in ogni servizio offerto. Ci impegniamo per essere protagonisti del settore assicurativo di oggi e di domani.

Questo è **BENE**.

Questo è il mondo del **Sistema Benefit!**

Le Finalità di Beneficio Comune di Bene Assicurazioni

Lo Statuto Societario

Il 23 marzo 2022, l'Assemblea straordinaria ha approvato il nuovo Statuto societario di Bene, che ha previsto la trasformazione della nostra Compagnia in Società Benefit, unendosi così a quanto già praticato con le controllate FIT e bSERVICE, e consolidando di fatto l'intero Gruppo secondo gli standard delle Società Benefit.

Questo traguardo è per noi motivo di orgoglio, che ci sprona a creare una cultura diffusa e condivisa dei valori e degli impegni che abbiamo deciso di perseguire, con gli impatti positivi che vogliamo concretizzare verso tutti i nostri stakeholders. Siamo convinti che la sinergia e la collaborazione possa aiutarci ad amplificare l'impatto positivo e la trasformazione verso un nuovo modo di fare business.

La società, ai sensi della Legge 28 dicembre 2015 n. 208, art.1 comma 376 – 384, persegue le seguenti finalità di beneficio comune, nei limiti consentiti dalle norme che disciplinano i requisiti dell'esercizio dell'attività assicurativa

- i. lo sviluppo, la promozione, la valorizzazione, la divulgazione, il sostegno di tematiche di diritto e pratica delle assicurazioni nonché la sensibilizzazione sull'importanza sociale dell'assicurazione sia con riguardo agli operatori professionali della intermediazione assicurativa ai sensi dell'art. 106 del D.Lgs. 209/2005 sia con riguardo alla collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi anche attraverso l'organizzazione diretta e il patrocinio di seminari, convegni, giornate formative e/o di aggiornamento e riqualificazione professionale, workshop, in aula o a distanza, nazionali e internazionali;
- ii. la progettazione, lo sviluppo, la produzione, la cessione in uso e il noleggio di prodotti, sistemi, servizi e opere dell'ingegno, piattaforme digitali e sviluppo di applicazioni informatiche multimediali ed ipertestuali nel comparto assicurativo; il sostegno e la sponsorizzazione di attività di ricerca scientifica finalizzate alla progettazione e alla strutturazione di modelli distributivi semplificati di prodotti e servizi assicurativi ad alto contenuto tecnologico e a basso impatto ambientale anche attraverso la riduzione o quando possibile – l'eliminazione dell'uso di materiale cartaceo, e allo scopo di valorizzare la cultura assicurativa nella collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi;
- iii. la promozione, nell'esercizio dell'attività sociale, di nuovi modelli di sviluppo che abbiano alla base gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 e che mirino alla generazione di impatti positivi e valore condiviso sull'azienda, i lavoratori, gli stakeholders e sulla società; la diffusione della cultura della sostenibilità, anche tramite organizzazione di conferenze, seminari, convegni, workshop, campagne di comunicazione e corsi di formazione; la misurazione, in conformità alla normativa anche regolamentare nazionale e europea tempo per tempo

- vigente dell'impatto generato dalle proprie attività, anche in considerazione dei fattori ESG;
- iv. prendersi cura delle persone, considerandole sempre anche un fine e mai solo un mezzo, in tutti gli aspetti della relazione e in tutte le fasi della vita aziendale; dare valore al loro lavoro, favorendo la soddisfazione dei bisogni di realizzazione professionale e, al tempo stesso, l'eccellenza operativa dell'azienda. La società, pertanto, si propone di assicurare la tutela, la salvaguardia, la dignità e l'incolumità dei propri dipendenti/ collaboratori/ amministratori e di tutte le altre risorse coinvolte nel proprio ciclo produttivo, sostenendone la crescita e la realizzazione umana e professionale anche tramite la creazione di un ambiente di lavoro stimolante e produttivo supportando, ad esempio, l'organizzazione di attività culturali e formative, iniziative volte a favorire coinvolgimento e partecipazione, nonché l'accesso a servizi di welfare aziendale;
- v. promuovere la parità di genere negli organi societari e a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale, anche attraverso lo sviluppo di sistemi di welfare aziendale e modalità di lavoro che favoriscano il work-life balance e le esigenze familiari;
- vi. la progettazione e lo sviluppo di iniziative filantropiche in Europa e nei Paesi in via di sviluppo, con particolare riferimento al continente africano.

Da Statuto a quotidianità: gli FBC di Bene secondo il WHY Framework®

Con l'adozione del Modello della Buona Impresa l'azienda ha svolto, nel corso dell'anno, un lavoro di semplificazione e facilitazione dell'accesso alla comprensione e all'attuazione delle Finalità di Beneficio Comune (FBC) individuate nello Statuto Societario di Bene sulla base del WHY Framework®, metodologia di osservazione e rendicontazione degli impatti ideata da Goodpoint srl Società Benefit, società di consulenza che fornisce supporto alle aziende finalizzato a massimizzare l'impatto dei loro progetti sociali.

Di seguito, pertanto, si riporta la declinazione delle finalità di beneficio comune e degli obiettivi specifici di Bene Assicurazioni S.p.A. Società Benefit, che costituiscono la struttura di questa relazione, dando evidenza dei relativi impatti sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).



Le Finalità di Beneficio Comune (FBC) di Bene Assicurazioni

Area	Finalità di Beneficio Comune	SDGs
Area servizio assicurativo	1.1 Prestazione del servizio assicurativo	1.5, 3.8, 8.10, 9.1, 11.5, 13.1, 16.1
	1.2 Sensibilizzazione dell'importanza sociale dell'assicurazione	4.7, 8.10, 10.2, 12.8, 16.10, 17.17
	1.3 Innovazione tecnologia anche a beneficio del settore	8.2, 9.5, 16.6, 17.6
Area Persone	2.1 Creare buone opportunità di lavoro favorendo l'inserimento anche dei più giovani	4.4, 8.6, 9.3, 10.4
	2.2 Cura per i Benefitter	3.4, 4.4, 5.5, 5.6, 8.6, 10.2
	2.3 Cura per gli ambienti di lavoro	3.9, 5.5, 8.8, 10.2
Area Società e Comunità	3.1 Sostegno iniziative filantropiche	1.2, 2.1, 3.8, 4.4
	3.2 Diffusione della cultura di Società Benefit e della sostenibilità	8.4, 9.4, 12.6, 13.3

Assegnazione indicatori dei Sustainable Development Goals (SDG) dell'agenda 2030 dell'ONU alle Finalità di Beneficio Comune di Bene Assicurazioni

Il Beneficio Comune: rendicontazione e valutazione del valore creato

Struttura del report

Nelle pagine che seguono osserveremo in modo analitico le performance di Bene Assicurazioni relative all'anno 2023, in termini di creazione di valore per il contesto, attraverso i pilastri fondamentali dell'attività della Buona Impresa: Il Prodotto (1), Il Lavoro (2).

In questa stessa struttura trovano collocazione anche le tre **Finalità di Beneficio Comune di Bene**, illustrate all'inizio di ciascun capitolo attraverso le quali la compagnia si pone l'obiettivo di avviare e partecipare al processo di innovazione nel settore dell'assicurazione. Per farlo Bene da un lato si sforza di portare sul mercato sempre più prodotti ad alto valore aggiunto, dall'altro si impegna a creare e garantire buone e stabili condizioni di lavoro, il tutto con l'obiettivo finale di infondere un senso di sicurezza e protezione totale e collettiva, condiviso sia per il cliente finale sia per i propri dipendenti.

Ciascuno dei pilastri fondamentali è osservato sotto due punti di vista: la creazione di valore condiviso e la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.

Rispetto alla creazione di valore, ciascuno dei seguenti capitoli si apre con un grafico a ragnatela che rappresenta la valutazione dell'impresa rispetto agli elementi che la qualificano, costruita attraverso lo Strumento di Autovalutazione partecipata della Buona Impresa, su una scala da 1 a 6 (1= FORTE CRITICITA'; 2= QUALCHE PROBLEMA; 3= OK MA MIGLIORABILE; 4= BEN PRESIDATO; 5= UN RISULTATO SPECIALE; 6= INSUPERABILE).

Tale valutazione mette a confronto, su ciascun elemento, l'autovalutazione dell'Alta Direzione e del management dell'impresa e la valutazione redatta dai team interni all'azienda, primo punto di contatto con gli stakeholder di riferimento: i clienti per il capitolo prodotto, i lavoratori e i fornitori per il capitolo lavoro, i soci per il capitolo sul valore economico.

	Pilastri di valutazione	Dimensioni di valutazione
1. Area servizio assicurativo (PRODOTTO)	<ul style="list-style-type: none">• Portare sul mercato prodotti ad alto valore aggiunto infondendo al cliente finale senso di sicurezza e protezione	<ul style="list-style-type: none">• Servizi e prodotti a valore aggiunto,• comunicazione trasparente ed efficace
2. Area persone (LAVORO)	<ul style="list-style-type: none">• Garantire ed assicurare senso di sicurezza del posto di lavoro e appartenenza all'azienda	<ul style="list-style-type: none">• Creazione di posti di lavoro anche per i più giovani• Sviluppo e diffusione della cultura a 360°
3. Area società e comunità	<ul style="list-style-type: none">• Sostenere e promuovere iniziative di sviluppo economico nel continente Africano e diffondere la cultura della sostenibilità verso gli stakeholder	<ul style="list-style-type: none">• Avvio di progetti in Africa• Diffusione della cultura benefit

Dimensioni di valutazione delle Finalità di Beneficio Comune di Bene Assicurazioni

Accanto alla tensione verso la creazione di valore attraverso i pilastri fondamentali dell'attività di impresa, Bene Assicurazioni - coerentemente con il modello della Buona Impresa - presta attenzione a presidiare le ricadute sociali e ambientali del business, con l'obiettivo di ridurre il più possibile l'impatto negativo sull'ecosistema e i suoi abitanti.

A integrazione dei capitoli che descrivono i risultati ottenuti rispetto alle 3 Finalità di Beneficio Comune di Bene, il report si completa con un capitolo sulla Sostenibilità Sociale e Ambientale, e sul Valore Economico generato in cui diamo conto delle performance legate ai temi ritenuti materiali dall'impresa e dagli stakeholder.

La mappa del valore condiviso

Coerentemente con il modello SABI, accanto alla rendicontazione di quanto svolto dalla Compagnia in relazione alle finalità di beneficio comune individuati nello statuto societario, sono stati identificati, per ciascuno dei pilastri di rendicontazione, gli elementi chiave in cui riteniamo si giochi la capacità dell'impresa di generare un impatto positivo.

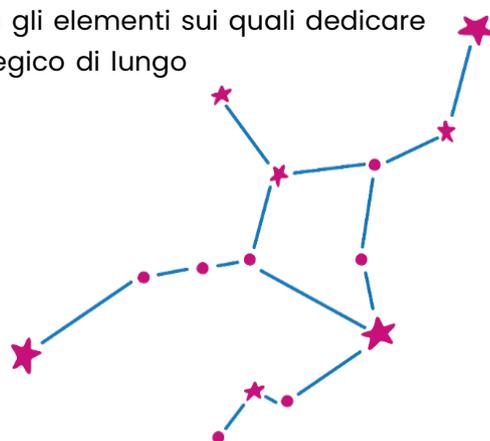
A ciascuno degli elementi del *Modello della Buona Impresa* è stata attribuita una rilevanza (da 0= non rilevante/non applicabile a 3= molto rilevante), sia da parte del management e dell'Alta Direzione dell'azienda sia da parte dei Team a diretto contatto con gli stakeholder, confluita nella matrice qui sottorappresentata.



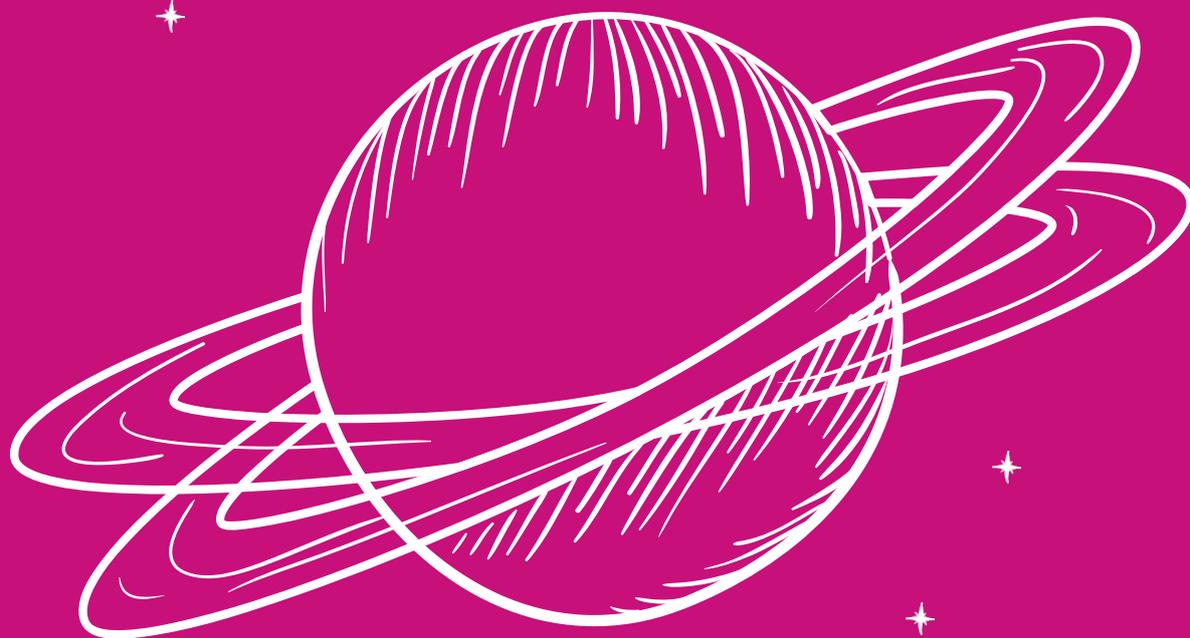
Mappa del valore condiviso di Bene Assicurazioni

La mappa del valore condiviso è cartina tornasole delle tematiche prioritarie per l'azienda e dello stato dell'arte circa la maturità delle azioni ad oggi intraprese.

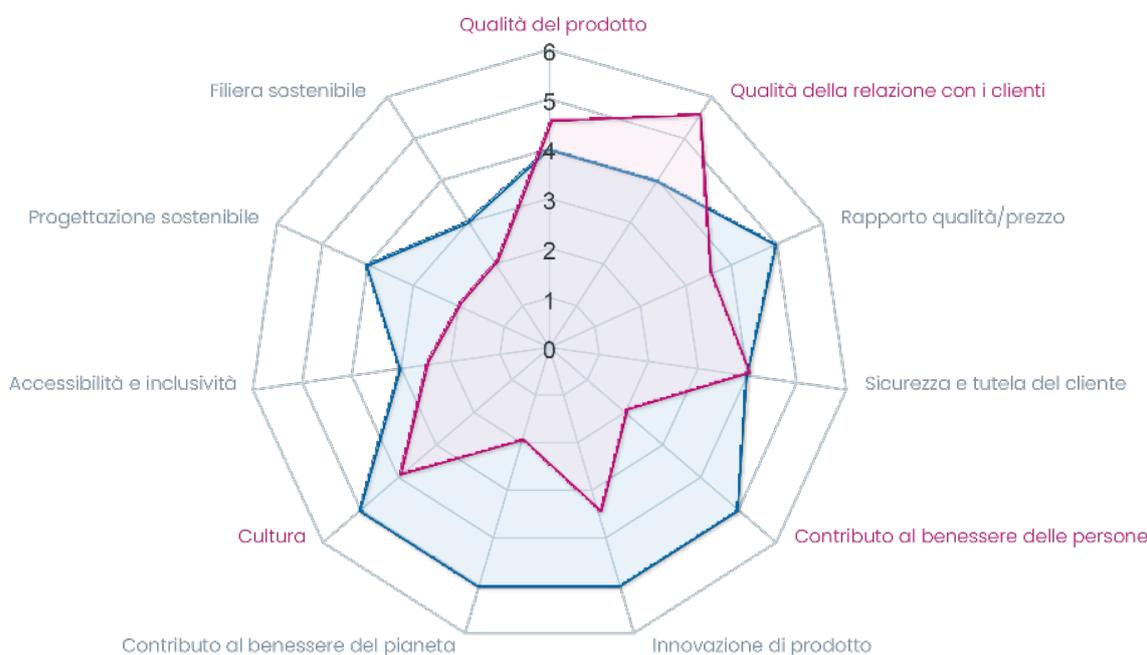
Sulla base delle evidenze emerse la Compagnia individua gli elementi sui quali dedicare maggiore presidio nella predisposizione di un piano strategico di lungo periodo.



Finalità di Beneficio
Comune 1: Area del
servizio assicurativo -
PRODOTTO -



La creazione di valore tramite il PRODOTTO



Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (SABI) - Prodotto

Bene Assicurazioni offre ai propri clienti una gamma di prodotti per linee verticali, con forti elementi di innovazione nei contenuti, nelle garanzie e nella tipologia di erogazione del servizio, sviluppati per la vendita tramite rete agenziale, affiancata da una linea sviluppata specificamente per l'online.

L'obiettivo dichiarato di Bene è quello di innovare il mercato assicurativo agendo sull'intera filiera del business a 360° con una piattaforma integrata omnicanale che offra una copertura assicurativa completa e versatile in grado di servirsi di ogni canale distributivo.

La compagnia, infatti, riesce a raggiungere e soddisfare le esigenze dei propri clienti sia attraverso una tradizionale **vendita offline** intermediata da specialisti consulenti, esperti del settore e capaci di guidare verso la scelta della polizza migliore, sia per mezzo della vendita **diretta online** avvalendosi del sito web di Bene www.bene.it.

La realizzazione di un "buon" prodotto è, per noi, risultato di tre componenti:

- la **qualità dell'offerta**: la capacità di soddisfare i bisogni del cliente;
- il **contributo alla società**: l'intenzione, attraverso il prodotto, di creare valore comune;
- la **sostenibilità dell'offerta**: la capacità di continuare a produrre tale valore nel tempo, caratteristica essenziale del fare impresa.

Il grafico mostra alcuni disallineamenti fra il percepito del prodotto da parte del cliente finale rispetto all'impegno profuso dall'azienda in tal senso.

Bene, fin dalla sua costituzione, ha intrapreso un percorso di sensibilizzazione del cliente finale rispetto ai temi di protezione e sicurezza della persona, spesso considerati di poco rilievo

principalmente per aspetti culturali (l'assicurazione auto è percepita ancora oggi come una "tassa", un obbligo normativo a cui assolvere).

Sarà obiettivo dell'azienda individuare un piano d'azione di lungo periodo che includa l'individuazione di nuove modalità e fruizione del prodotto assicurativo in linea con le aspettative del cliente finale.

1.1 – Prestazione del servizio assicurativo

Come anticipato nella lettera di introduzione a questa relazione dall'Amministratore Delegato Andrea Sabà, il claim "assicurarsi è bene" rappresenta per noi il fulcro del messaggio che quotidianamente ci impegniamo a sostenere non soltanto attraverso un'offerta di prodotti sempre più focalizzata, ma anche garantendo facilità di accesso,

l'omnicanalità e i servizi a valore aggiunto in termini di accessibilità, che sia online, offline, in modalità di erogazione diretta o intermediata.

L'innovazione non è solo digitale, ma è anche in grado di raggiungere e coprire esigenze specifiche di mercati di nicchia, sia nella Personal Line che nella Commercial Line, attraverso il nostro originale sistema omnicanal e la complementarità d'offerta garantita da FIT, Managing General Agency, che consente la proposizione di prodotti specificamente disegnati su particolari esigenze dei consumatori finali siano essi persona fisica o persona giuridica come le PMI.



Il catalogo prodotti è in continuo divenire ed aggiornato in base all'evoluzione delle normative vigenti e alle esigenze della clientela e dei partner distributivi.

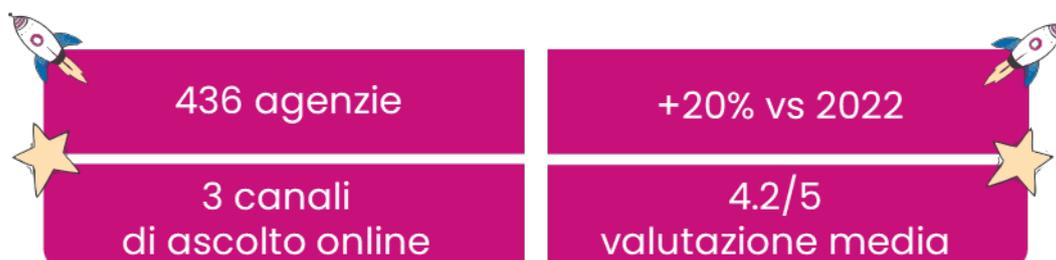
Lo facciamo attraverso l'ascolto attivo della nostra rete di intermediari per mezzo dell'Area Commerciale e dei Business Developer che quotidianamente interagiscono con la rete capillare di punti vendita sul territorio e garantiscono perfetta sintonia fra la direzione e i consulenti assicurativi.

Anche i dipartimenti a contatto con il consumatore finale quali Customer Care, Comunicazione e Marketing hanno ruolo sentinella nel captare segnali di cambiamento del mercato e percezione di nuovi rischi emergenti espressi attraverso l'interazione costante e quotidiana con gli assicurati, la relazione diretta sia tramite la linea voce sia tramite la linea social e live.

Nel corso del 2023 Bene ha realizzato e collocato un nuovo prodotto assicurativo per il canale online e agenziale: Bene PET, dedicata agli animali di affezione, che grazie a soluzioni innovative, si rivolge ai proprietari di cani e gatti domestici che hanno necessità di tutelare la salute del proprio animale da affezione e le eventuali richieste di risarcimento da parte di terzi, o per controversie legali.



Sono infatti circa 19 milioni gli esemplari tra cani e gatti fanno compagnia al 40% delle famiglie italiane. Questa soluzione, frutto di mesi di studio, analisi e revisione, mira a rappresentare una soluzione in grado di rispondere alle necessità del proprietario di un "amico peloso", attraverso l'offerta di tre soluzioni, tre distinte configurazioni di polizza, con crescenti livelli di copertura, riuscendo ad intercettare le esigenze e le possibilità di spesa dei clienti, e a semplificare la proposizione di vendita.



1. Area servizio assicurativo 1.1 Prestazione del servizio assicurativo						
Pilastri del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Indicatore	Esito
Portare sul mercato buoni prodotti e servizi assicurativi	Cliente finale	Modello distributivo omnicanale	Miglioramento continuo del modello distributivo a 360°	Reclutamento di agenzie sul territorio	Aumento agenzie sul territorio	
			Ampliamento e/o miglioramento dell'offerta core di agenzia	Studio e sviluppo di servizi a valore aggiunto per il sito web www.bene.it	Incremento dei servizi disponibili online	
		Offerta e catalogo prodotti		Sviluppo di nuovi prodotti	Aumento dei prodotti collocati dal canale fisico	
					Aumento dei prodotti collocati dal canale online	
		Assistenza e consulenza	Miglioramento dell'attenzione e della consulenza verso il cliente	Miglioramento del presidio del servizio al cliente	Miglioramento brand reputation	

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 1.1

1.2 – Sensibilizzazione del ruolo sociale dell'assicurazione

Il Gruppo Assicurativo Bene persegue, fin dalla costituzione, l'obiettivo di diffondere ai propri stakeholder quanto l'attività assicurativa svolga un ruolo cruciale nella società, fornendo protezione finanziaria, promuovendo la stabilità economica e sociale e incoraggiando comportamenti responsabili.

1. Gestione del rischio: fornire una forma di protezione finanziaria contro eventi imprevisti e rischi attraverso il concetto del trasferimento del rischio da un individuo o un'azienda a un'entità più ampia, come la compagnia assicurativa appunto. Ciò consente agli assicurati di affrontare eventi come danni alla proprietà, malattie o infortuni senza subire un grave impatto finanziario.
2. Promozione della stabilità economica: la mitigazione dei rischi che garantisce agli individui, alle famiglie e alle imprese la protezione da perdite finanziarie catastrofiche, contribuisce a mantenere maggiore sicurezza finanziaria e stabilità economica.
3. Supporto sociale: sostegno sociale ai beneficiari in momenti di difficoltà. Ad esempio, le assicurazioni sanitarie possono aiutare le persone ad accedere alle cure mediche necessarie senza dover sopportare oneri finanziari eccessivi, la garanzia tutela legale facilita agli assicurati l'accesso alla giustizia.
4. Promozione della responsabilità: incoraggiare la responsabilità personale e aziendale. Le persone, le famiglie, le aziende sono più propense a prendere precauzioni contro i rischi quando sono consapevoli delle conseguenze finanziarie che potrebbero derivare da tali rischi.

Il senso etico di fare assicurazione impone alla compagnia il rispetto di principi e valori in ogni fase di realizzazione del prodotto assicurativo:

- Equità: trattare tutti i clienti in modo equo e giusto, fornendo copertura adeguata e tariffe adeguate basate sul rischio individuale.
- Trasparenza: redigere condizioni di una polizza chiare, trasparenti e comprensibili per i clienti, al fine di renderli autonomi nella presa di decisioni informate.
- Integrità: operare con integrità e rispettare gli impegni presi con i propri assicurati, fornendo assistenza, attuando politiche di gestione del sinistro e risarcimento eque e servizi in conformità con i termini di polizza.
- Responsabilità sociale: svolgere l'importante ruolo di supporto alla comunità attraverso la divulgazione e l'organizzazione programmi di responsabilità sociale d'impresa.

Durante il corso dell'anno Bene ha avviato un programma di sensibilizzazione al ruolo sociale di fare assicurazione con eventi e iniziative mirate per ogni categoria di stakeholder.

Molta energia è stata profusa nei confronti della rete agenziale, punto di contatto fra la compagnia e i clienti finali



attraverso l'organizzazione di eventi in presenza con dibattiti confronti e momenti di incontro diretto con l'Amministratore Delegato Andrea Sabia.

Non di minore entità e rilevanza è il programma realizzato e definito dall'Ufficio People Management dedicato ai Benefitter per i quali è stato individuato un catalogo corsi di formazione focalizzato sulle hard skill al fine di rafforzare le competenze e l'expertise della squadra.

Anche per i clienti finali sono state realizzate iniziative di sensibilizzazione e riflessione sull'importanza del ruolo sociale dell'assicurazione e sul senso di protezione a 360° a mitigazione dei rischi della vita di tutti i giorni (si veda focus dedicato).

Roadshow sul territorio	11 tappe, circa 50 partecipanti medi
Webinar formativi	19 corsi, circa 950 partecipanti medi
Corsi in aula	11 corsi, circa 30 partecipanti medi

FOCUS *Bigino - impara l'assicuratese*

Il mondo delle assicurazioni è popolato da brand tradizionali, istituzionali, solenni e da alcuni più contemporanei e amichevoli.

C'è chi prova a presenziare molti canali e chi invece punta a selezionarli.

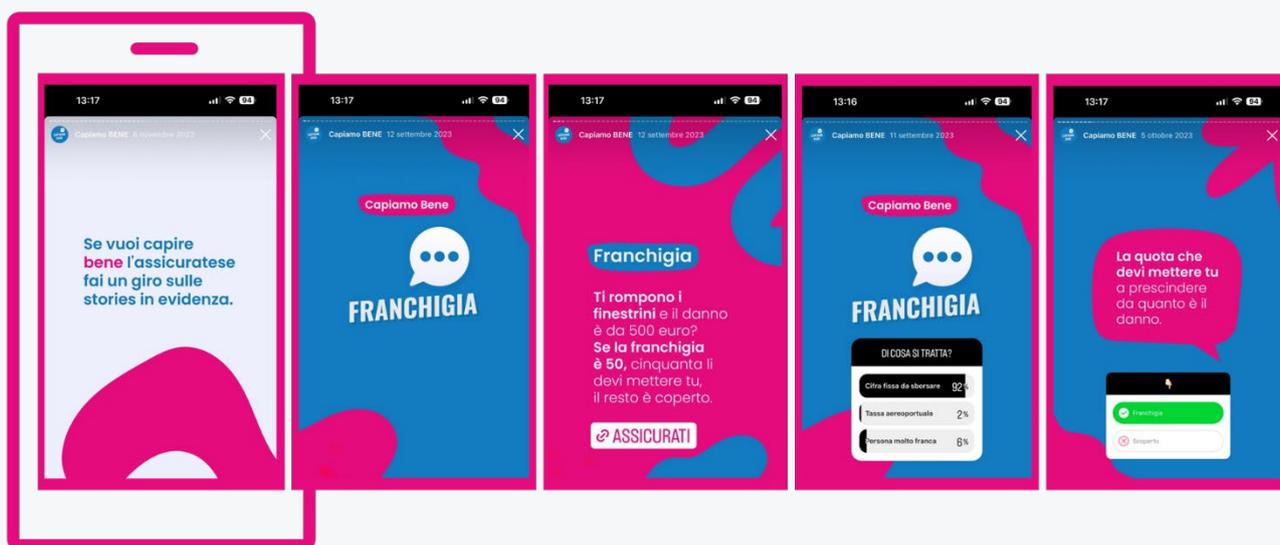
L'assicurazione è l'una tantum per eccellenza.

Si attiva una volta all'anno, per poi dimenticarsene.

E, quando serve, non è mai per una cosa positiva.

Ci si ricorda di lei quando capita una disavventura.

Raccontando la vita, Bene fa capire che l'assicurazione può essere utile in molte cose, più di quelle a cui di solito si pensa.



Rubrica Instagram: impara l'assicuratese

Bene assicurazioni nel corso del 2023 ha individuato e perseguito una strategia social per la realizzazione dei panni editoriali di Instagram e Facebook volta a sensibilizzare e coinvolgere l'assicuratore e il cliente verso la consapevolezza dell'utilità e del ruolo sociale dell'assicurazione attraverso l'ideazione di creatività di alcune rubriche ricorrenti:

- **Oggi Bene:** Racconta le avventure quotidiane che, anche se non sembra, riguardano sempre qualche aspetto del mondo assicurativo.
- **Presa Bene:** Una cosa bella, una notizia positiva, un sogno, obiettivo o desiderio che possa far sentire bene la community
- **Info e numeri:** Informiamo la community sul mondo assicurativo attraverso numeri salienti, approfondimenti o informazioni aggiuntive.
- **Bigino:** Spieghiamo Bene alcune diciture e incongruenze del mondo assicurativo in modo semplice e diretto e comprensibile a tutti
- **Problema/ soluzione:** Raccontiamo un prodotto a partire dal piccolo problema quotidiano che risolve, in cui tutti possono ritrovarsi, passando dalla reazione spontanea e umana, prima di arrivare alla soluzione
- **Q&A:** Uno dei professionisti di Bene risponde ad una domanda della community in modo semplice, realistico e caratteristico.



2.348.958
IMPRESSION

2.057.474
REACH

30.108
INTERAZIONI



L'orizzonte di osservazione dei dati riportati è di 6 mesi. Per impression si intende il numero di volte in cui un contenuto è stato visualizzato da un utente, per reach si intende il numero unico di utenti social che hanno visto quel contenuto, per interazioni si intendono azioni o i coinvolgimenti che gli utenti compiono in risposta a un contenuto online ad esempio like, commenti, condivisioni, clic su link, visualizzazioni di video

1. Area servizio assicurativo						
1.2 Sensibilizzazione dell'importanza del ruolo sociale dell'assicurazione						
Pilastrì del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Indicatore	Esito
Diffondere la cultura assicurativa e il senso etico di fare assicurazione	Cliente finale	Comunicazione tradizionale e digitale	Diffondere la cultura assicurativa e il senso di protezione a 360°	Piano Editoriale Social Instagram e Facebook studiato per diffondere cultura assicurativa	Interazioni social	
	Agente	Formazione continua	Rendere i consulenti assicurativi autonomi e consapevoli per la diffusione del tema	Realizzazione di webinar e corsi in presenza	Partecipazione attiva a webinar e corsi in presenza	
	Benefitter	Formazione continua	Diffondere la cultura assicurativa e favorire la diffusione del tema	Organizzazione di Masterclass, incontri a tema e conduzione di Osservatori tematici	Organizzazione momenti formativi	
					Partecipazione attiva	
	Business community	Divulgazione e dibattito	Diffondere la cultura assicurativa e favorire la diffusione del tema	Partecipazione a convegni di settore in qualità di speaker e opinion maker in testate giornalistiche	Presenza a convegni in qualità di speaker	
					Publicazioni su testate giornalistiche	
					Postalizzazione rivista cartacea	

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 1.2

1.3 – Innovazione tecnologia anche a beneficio del settore

Per Bene Assicurazioni innovare significa amplificare sociale e apportare significativi benefici agli stakeholder:

- sviluppo di prodotti e servizi: di sviluppare prodotti e servizi assicurativi che rispondono alle esigenze specifiche dei consumatori o dei gruppi target. Includendo ad esempio prodotti che promuovono la sostenibilità ambientale o iniziative volte a migliorare la salute e il benessere delle persone.
- Miglioramento dell'esperienza cliente: migliorare l'esperienza del cliente sia nell'efficientamento di processi di back office sia nell'ottimizzazione dell'esperienza utente e dell'accessibilità all'acquisto online.
- Gestione dei rischi: valutare e gestire i rischi in modo più preciso consentendo una migliore valutazione dei premi assicurativi, una riduzione delle frodi e una maggiore capacità di prevenire e mitigare i danni.
- Adattamento alle nuove sfide: prevedere e minimizzare cambiamenti rapidi e imprevisti, come cambiamenti normativi, evoluzione dei comportamenti dei consumatori e nuovi rischi emergenti.
- Trasparenza e accountability: contribuire a migliorare la trasparenza e l'accountability delle società benefit attraverso l'uso di tecnologie, ad esempio, processi e sistemi di gestione dati assicurativi più sicuri e trasparenti.
- Sviluppo di partnership e collaborazioni: favorire lo sviluppo di partnership e collaborazioni per consentire di ampliare la loro portata e di offrire servizi assicurativi più efficaci e mirati a gruppi specifici di clienti.
- Miglioramento dell'impatto: contribuire a migliorare l'impatto sociale, consentendo di valutare e monitorare al meglio gli effetti delle attività di business.

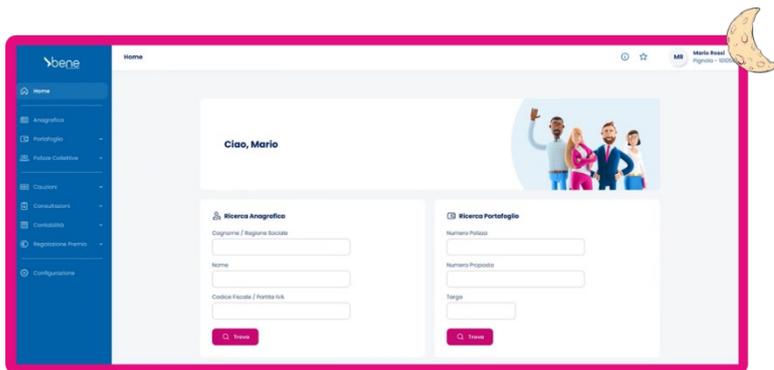
Nel corso del 2023 Il Gruppo Assicurativo Bene ha impiegato importanti investimenti nell'innovazione tecnologica a favore dell'agente e del cliente finale al fine di migliorare rispettivamente la strumentazione operativa quotidiana e l'esperienza utente e.

bPortal blu, la nuova piattaforma integrata per la rete agenziale, consente ad ogni intermediario di avere concreti vantaggi in termini di efficienza operativa, oltre ai molteplici supporti ed iniziative per poter ampliare il proprio portafoglio e far crescere la propria struttura organizzativa. Nel corso dell'anno sono state introdotte molteplici novità, fra le quali una rinnovata gestione anagrafica del cliente e una più efficiente flusso di emissione del prodotto auto con il duplice obiettivo di coniugare innovazione digitale e semplicità operativa, garantendo la "migliore vendibilità" nell'intermediazione del prodotto di punta dell'offerta "core" di Bene.



l'impatto

Anche per la gestione del postvendita e del backoffice sono state introdotti efficaci strumenti di monitoraggio come l'accesso alla piattaforma bREPORT che consente la modulare predisposizione di dashboard e cruscotti di sintesi con qualsiasi livello di granularità, dalla singola agenzia a tutto il territorio nazionale con la presentazione di dati aggregati e di sintesi ad esempio su sinistrosità, target di clientela, profittabilità di portafoglio etc.



Per quanto riguarda invece il cliente finale, il dipartimento di User Experience e User Interface è quotidianamente attivo nella creazione di un'esperienza utente positiva durante tutto il processo di acquisto e gestione delle polizze attraverso la costante ottimizzazione del flusso di navigazione e delle interazioni dell'utente durante il processo di acquisto e l'ottimizzazione dell'efficacia e dell'usabilità del design dell'interfaccia utente tramite ricorsivi test di usabilità su prototipi con utenti reali per valutare e identificare eventuali problemi o aree di miglioramento.

Durante il corso del 2023 sono stati costantemente "aggiustati" e "modificati" i percorsi di acquisto per il cliente finale focalizzando l'attenzione sia su aspetti funzionali e di accessibilità sia di disponibilità di strumenti e funzionalità alimentando continuamente la customer journey di servizi, non ultimo il modello "paga in tre rate" di PayPal per consentire al cliente una maggiore accessibilità alla coperture assicurative arricchite di servizi a valore aggiunto e autonomia e libertà di scelta di gestione delle proprie finanze.

1. Area servizio assicurativo
1.3 Innovazione tecnologia anche a beneficio del settore

Pilastrì del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Indicatore	Esito
Contribuire attivamente all'innovazione tecnologica e di processo di settore	Cliente finale	Servizi a valore aggiunto e di sicurezza per il cliente	Migliorare la customer experience	Realizzazione di servizi a valore aggiunto per il cliente rispettando i massimi standard di sicurezza	Paga in tre rate di payroll	
	agente	Servizi a valore aggiunto e di sicurezza per l'intermediario	Migliorare il servizio e facilitare il lavoro all'intermediario	Assistenza telefonica alla vendita	centralino telefonico integrato	
	Business Partner	Servizi a valore aggiunto e di sicurezza per i partner	Realizzare un Open Insurance Platform	Unica piattaforma di vendita e unico accesso SSO per tutti i prodotti assicurativi dell'offerta core di Bene e complementare di FIT	Realizzazione del Front End di vendita bPortal Blu	
				Disponibilità di uno strumento di consultazione dati proprietario,	Realizzazione di bREPORT	
				Unica piattaforma di vendita e unico accesso SSO per i prodotti assicurativi realizzati da Bene in qualità di risk carrier (es. autotrasporti e flotte auto)	Accesso alla piattaforma per i Partner	

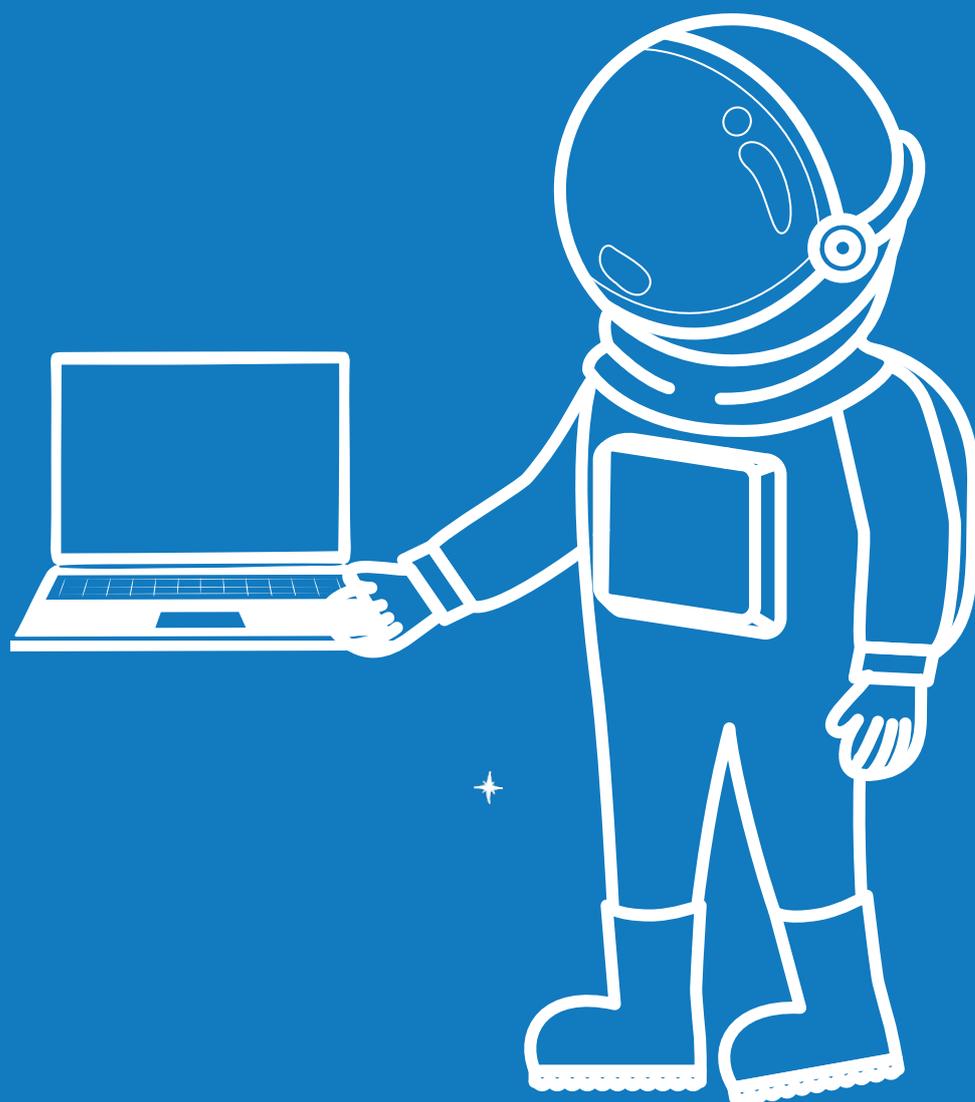
18

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 1.3

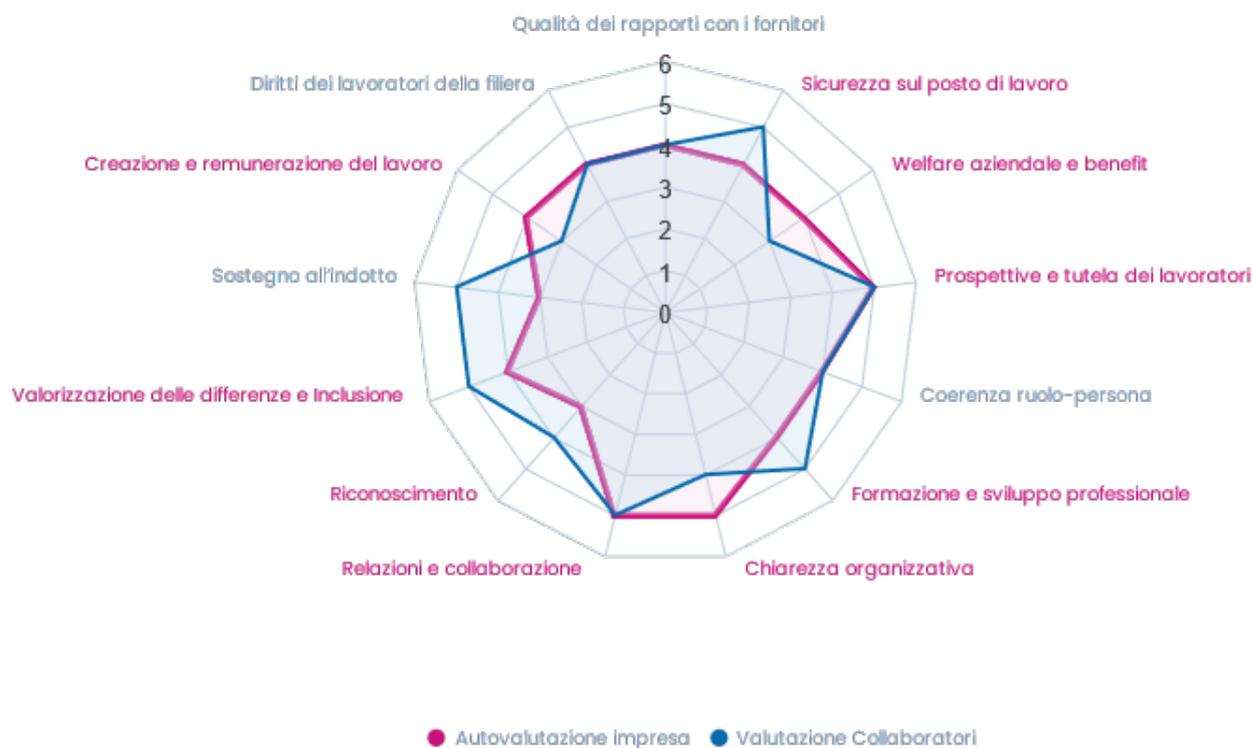
Finalità di Beneficio

Comune 2: Area

Persone - LAVORO-



La creazione di valore tramite il LAVORO



Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (SABI) - Lavoro

Per Bene Assicurazioni i “Benefitter” sono una comunità professionale di persone che condividono un approccio al lavoro ispirato da linee guida, principi e valori, che sono i fondamenti della visione aziendale.

In quanto Società Benefit la Compagnia intende utilizzare il proprio business come leva positiva per il futuro nel continuo e costante sforzo di promozione dell’innovazione del settore assicurativo, sempre ispirandosi ai temi della sostenibilità nell’interesse della formula ESG, Environmental, Social e Governance.

Bene è fortemente convinta che per essere sostenibili sia necessario anche poter offrire alle persone, attraverso la costruzione di rapporti di lavoro di qualità, un’occasione di realizzazione professionale e personale, favorita dalla condivisione della missione, il contributo al progetto e la partecipazione ai risultati.

Altri aspetti che Bene ritiene da sempre fondamentali per incoraggiare il coinvolgimento attivo e la condivisione dei Benefitter sono sicuramente, oltre a una continua e intensa attività formativa volta a “instillare” gocce di preziosa crescita personale e professionale, un’intensa attività di comunicazione interna e l’organizzazione di incontri culturali extralavorativi organizzati su tematiche di attualità o in occasione di ricorrenze particolari.

La realizzazione di questo impatto è affidata all’equilibrio dei risultati nelle 3 dimensioni che qualificano il lavoro come un “buon” lavoro:

- **impegno contrattuale e welfare**: la capacità di offrire un’occupazione solida, remunerativa e sicura;

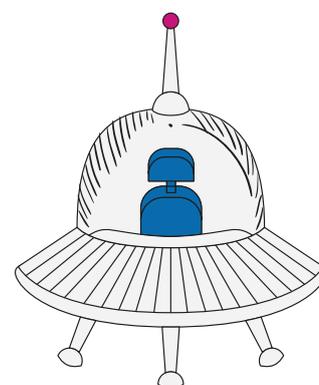
- **sviluppo e partecipazione** individuali: l'impegno a offrire occasioni di realizzazione dei propri obiettivi professionali, in un ambiente di lavoro trasparente, chiaro e costruttivo;
- **la sostenibilità del modello organizzativo**: la capacità di continuare a produrre valore nel tempo, per l'impresa e per le persone.

Esaminando la radar chart possiamo osservare come la valutazione espressa dagli uffici che rappresentano il primo punto di contatto con i Benefitter risulti, in buona parte degli elementi di valutazione, superiore all'autovalutazione realizzata dall'Alta Direzione aziendale a significare un segnale positivo ed incoraggiante per l'azienda nell'intraprendere un percorso continuativo e di medio lungo periodo soddisfacente.

Sono state valutate come "elementi speciali" dai collaboratori la **valorizzazione delle differenze e di inclusione**, la **sicurezza sul posto di lavoro**, le prospettive e le **tutele dei lavoratori** che rispecchiano l'impegno di Bene a volere essere un'azienda concretamente focalizzata e impegnata nella cura e nel benessere dei propri collaboratori. Oltre a ciò, il risultato dell'analisi mostra come l'azienda sia un posto di lavoro ritenuto sicuro e stimolante per possibilità di crescita professionale, apprendimento e posizione di mercato.

Altro risultato degno di nota è la più che positiva percezione della formazione e dello sviluppo professionale. Si tratta di un incoraggiante risultato per la Compagnia che, in qualità di società Benefit, attribuisce valore alla formazione come potente leva di cambiamento ed evoluzione dei Benefitter.

Nel complesso il quadro rispetto al pilastro "lavoro" è positivo, cartina tornasole del lavoro che l'azienda sta portando avanti sin dai primi giorni di attività. Proprio per questo sarà indispensabile continuare a presidiare con attenzione questi elementi, per garantire il prosieguo di questa fase di forte crescita e consolidamento dell'azienda.



2.1 - Creare buone opportunità di lavoro favorendo l’inserimento dei più giovani

Il Sistema Benefit è l’insieme dei valori che stanno alla base del Gruppo Assicurativo Bene, all’interno del quale ogni Benefitter ricopre un ruolo da protagonista e da testimonial nel continuo trasferimento attraverso ogni contatto quotidiano con i partner e gli stakeholder.

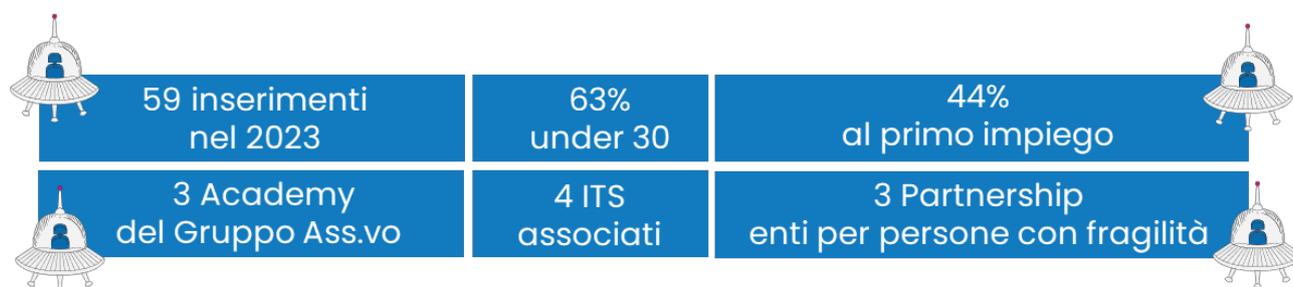
In questa ottica, operare all’interno del Sistema Benefit significa interpretare un ruolo che esalti la propria personalità, la velocità di pensiero e la capacità di prendere buone decisioni quotidiane, in grado di risolvere ogni singolo problema, al fine di trasformarlo in un’opportunità per la Compagnia, per i colleghi o per il cliente finale.

Pertanto, nello svolgimento del lavoro giornaliero ogni Benefitter è ben consapevole di essere chiamato a una relazione basata sulla lealtà, il rispetto e la trasparenza reciproca.



Questi valori, condivisi e introdotti dall’Alta Direzione sin dalla nascita di Bene Assicurazioni, hanno permesso raggiungere risultati di rilievo, arrivando a inaugurare nel 2023 oltre 420 agenzie, diventando un caso di studio per l’intero settore assicurativo.

Tutto ciò è figlio della visione di un modello di sviluppo aziendale innovativo, anche per quanto riguarda la gestione del capitale umano in una prospettiva di lungo periodo, oltre che di sacrificio e volontà comune di sentirsi ciascuno, nel proprio ambito, parte del progetto d’impresa.



2. Area Persone						
2.1 Creare buone opportunità di lavoro favorendo l'inserimento anche dei più giovani						
Pilastri del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Indicatore	Esito
Creazione di opportunità di lavoro per tutti	Benefitter	Talent Acquisition	Ampliamento dell'organico	Talent Acquisition	Nuovi inserimenti	
			Inserimento in azienda di giovani al primo impiego	Avvio percorsi di Accademy formativa con scopo di assunzione	Assunzione neo lavoratori	
				Coltivazione di partnership con ITS agenzie specializzate e università	n. Partnership attive	
			Inserimento in azienda di persone con fragilità	Avvio di partnership con enti e agenzie specializzate	n. Partnership attive	

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 2.1

2.2 – Cura per i Benefitter

Il Gruppo Assicurativo Bene attribuisce, come dichiarato all'interno dello Statuto di tutte le sue società, grande valore alla formazione e ai momenti di condivisione culturale come fattore accelerante per lo sviluppo di competenze e abilità in un'ottica di continua e costante crescita professionale e personale.

La formazione tecnica e manageriale ha portato a evidenti e significativi ritorni misurabili:

- Valorizzazione del Capitale Umano attraverso l'Investimento nella Formazione: Bene riconosce nel capitale umano un asset fondamentale per il successo e la sostenibilità del proprio modello di business. Pertanto, la Compagni ha investito significativamente nella formazione e nello sviluppo del team per promuovere la crescita professionale e il benessere dei Benefitter, nonché per garantire la fornitura di servizi di alta qualità ai clienti.
- Benefici della Formazione Continua: la compagnia implementato programmi di formazione continua che coprono una vasta gamma di competenze, tra cui conoscenze tecniche specifiche del settore assicurativo, competenze manageriali, leadership, comunicazione efficace e sviluppo personale. Questi programmi sono progettati per migliorare le capacità e le competenze dei collaboratori, consentendo loro di essere più efficaci nel loro ruolo e di adattarsi alle mutevoli esigenze del mercato.
- Impatto sull'Efficienza Operativa e sulla Qualità del Servizio: attraverso l'investimento nella formazione del capitale umano, ala compagnia ha notato un significativo impatto sull'efficienza operativa e sulla qualità del servizio. I Benefitter sono in grado di gestire in modo più efficace le complessità del settore assicurativo, rispondere prontamente alle esigenze dei clienti e fornire soluzioni personalizzate che soddisfano le loro aspettative. Questo si traduce in un miglioramento della soddisfazione del cliente, nel mantenimento della fiducia degli stakeholder e nella crescita della reputazione nel settore.
- Crescita Individuale e Coinvolgimento: la formazione ha avuto un impatto positivo sulla crescita individuale dei collaboratori e sul loro coinvolgimento nell'azienda. Attraverso opportunità di apprendimento e sviluppo, i Benefitter si sentono valorizzati e supportati nel percorso professionale, il che si traduce in un aumento della motivazione, dell'entusiasmo e dell'impegno verso il raggiungimento degli obiettivi aziendali.



Nondimeno le attività culturali extraprofessionali che rappresentano un importante investimento nel benessere, nello sviluppo personale e nella coesione del nostro team, contribuendo così a una cultura aziendale inclusiva e orientata alla crescita:

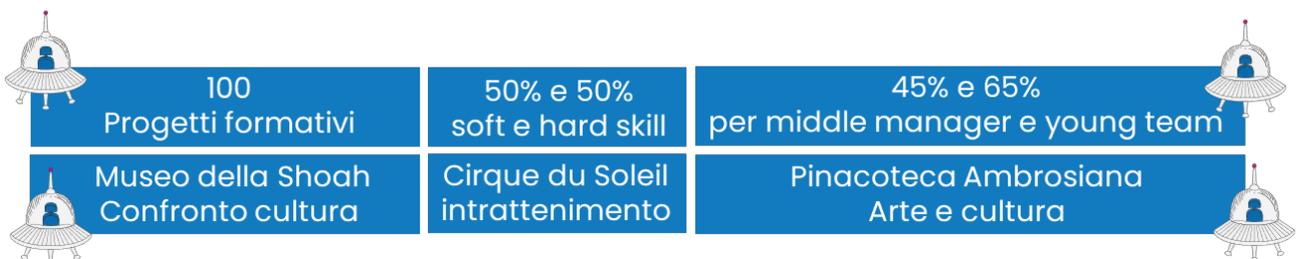
- Promozione del Benessere e della Diversità Culturale: il Gruppo Assicurativo Bene si impegna a promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, che valorizzi la diversità culturale e favorisca il benessere dei collaboratori. Attraverso iniziative come la visita al Museo della

Shoah di Milano, l'approfondimento della storia e della nascita del quartiere sede della Direzione Generale della Compagnia e la partecipazione a spettacoli del Cirque du Soleil, offriamo ai nostri collaboratori opportunità di arricchimento culturale e di riflessione su temi importanti come la storia, la memoria e la creatività.

- **Sensibilizzazione e Empatia:** la visita a luoghi storici e valoriali rappresenta un'occasione significativa per sensibilizzare i collaboratori su questioni sociali e storiche importanti, come l'Olocausto e i diritti umani. Attraverso l'esplorazione di testimonianze, documenti e opere d'arte, i Benefitter hanno l'opportunità di approfondire la propria comprensione e empatia nei confronti delle esperienze di altri, promuovendo così una maggiore consapevolezza e rispetto per la diversità umana.
- **Stimolo alla Creatività e all'Ispirazione:** La partecipazione a spettacoli teatrali, l'esposizione di opere d'arte negli uffici offre un'esperienza di cultura e intrattenimento che stimola la creatività, l'immaginazione e l'ispirazione. Attraverso l'osservazione di performance straordinarie e innovative, si ha l'opportunità di scoprire nuove prospettive e di alimentare la propria passione per l'arte e lo spettacolo.
- **Costruzione di Relazioni e Team Building:** le attività culturali extralavorative favoriscono la costruzione di relazioni positive tra i dipendenti e il team building. La condivisione di esperienze significative come la visita a un museo o lo spettacolo di un circo internazionale favorisce il dialogo, la condivisione e la coesione tra colleghi, creando un ambiente di lavoro più collaborativo e solidale.
- **Benefici per la Produttività e la Motivazione:** il valore delle attività culturali extralavorative si riflette anche nella produttività e nella motivazione del team. Offrendo l'opportunità di crescita personale e di arricchimento culturale, siamo in grado di promuovere un senso di appartenenza e soddisfazione nel lavoro, aumentando la motivazione e l'engagement dei dipendenti, con benefici tangibili per il nostro business e la nostra comunità.

In questa ottica durante il corso del 2023 è stato realizzato un fitto catalogo di corsi formativi con oltre cento progetti, suddivisi quasi in misura uguale tra hard skill e soft skill.

Altra attività sulla quale nel 2023 Bene ha lavorato molto è sicuramente quella della comunicazione interna. Nello specifico sono riprese le comunicazioni relative ai nuovi regolamenti aziendali, all'avvio del nuovo Piano Welfare e all'inserimento dei neoassunti che prevede una comunicazione aziendale scritta e un breve giro di introduzione e presentazione degli stessi tra gli uffici.



FOCUS Arte in BENE

Arte in Bene è un'iniziativa avviata nel 2018 che prevede una nuova modalità espositiva di opere d'arte in sede, ospitate temporaneamente nei luoghi di passaggio frequentati dai partner di Bene che vengono in visita, facendo susseguire mostre personali a tema di giovani artisti emergenti, che progressivamente favoriscano l'accrescimento del gusto estetico nei collaboratori e in tutti gli stakeholder. Al termine del periodo espositivo Bene Assicurazioni organizza un finissage con l'artista per favorire lo stimolo alla curiosità e al confronto e si impegna ad acquistare un'opera esposta.

- **valorizzazione della cultura e del benessere dei dipendenti:** Bene crede fermamente che la promozione di esposizioni temporanee a tema di artisti emergenti all'interno dell'azienda non solo arricchisca l'ambiente lavorativo con nuove forme d'arte, ma contribuisca anche al benessere emotivo e alla creatività dei dipendenti. L'opportunità di esplorare l'arte contemporanea e di partecipare a un'esperienza culturale stimolante può migliorare la soddisfazione sul posto di lavoro e favorire un clima positivo e inclusivo all'interno dell'azienda.
- **sostenibilità e impegno sociale:** l'acquisto di un'opera d'arte dall'artista in mostra dimostra un impegno tangibile verso la sostenibilità culturale e sociale. Bene si impegna a supportare direttamente gli artisti emergenti, contribuendo alla loro crescita professionale. Questo sostegno non solo beneficia gli artisti stessi, ma contribuisce anche alla creazione di un ecosistema culturale vibrante e inclusivo.
- **contributo agli SDGs e agli Indicatori della Cultura dell'UNESCO 2030:** l'iniziativa di promuovere esposizioni artistiche temporanee può essere correlata a diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, tra cui:

Sustainable Development Goals 2030 dell'ONU	Indicatori Cultura 2030 dell'UNESCO
4.4, 4.7, 8.2, 8.3, 8.5, 10.2, 10.3, 11.4, 11.7, 17.17	5

Indicatori SDGS e UNESCO di Arte in Bene

- l'Obiettivo 4 (Educazione di qualità), contribuendo all'obiettivo di garantire un'istruzione inclusiva, equa e di qualità per tutti
- l'Obiettivo 8 (Lavoro dignitoso e crescita economica), incoraggiando la diversificazione economica e la valorizzazione del settore culturale.
- L'Obiettivo 10 (Riduzione delle disuguaglianze), consentendo a talenti emergenti di esprimersi e di accedere a opportunità di sviluppo professionale.

- L'Obiettivo 17 (Partnership per gli obiettivi), collaborando con gli artisti emergenti e la comunità locale, Bene promuove la creazione di partenariati efficaci tra settori pubblici, privati e della società civile per raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Inoltre, l'UNESCO ha identificato diversi indicatori della cultura per il suo obiettivo 2030, a cui Arte in Bene mira a contribuire tra cui partecipazione culturale, sostenibilità culturale e accessibilità culturale.

Lorenzo Puglisi

Il 2023 ha visto le opere di [Lorenzo Puglisi](#) protagoniste della sesta mostra di Arte in Bene in un'esposizione dal titolo "Il [Mistero del Bene](#)" definita da una ricerca pittorica caratterizzata dall'utilizzo diffuso del nero per creare uno sfondo di buio assoluto da cui sprigionano fiotti di luce capaci di definire volumi, volti, parti del corpo, in un percorso verso l'essenzialità della rappresentazione e denso di rimandi alla storia della pittura.



A settembre 2023 si è svolto il finissage dell'esposizione alla presenza di molti Benefitter che hanno riconosciuto un'atmosfera creativa e stimolante che ha permesso di esplorare nuove forme di espressione artistica direttamente nei luoghi di lavoro.

Preziose anche le opportunità di networking e socializzazione durante l'evento per condividere idee e impressioni sull'esposizione d'arte con colleghi e dirigenti dell'azienda in un contesto informale rafforzando il senso di comunità e appartenenza all'azienda.



[Lorenzo Puglisi](#) (Biella, 1971) vive e lavora a Bologna. Negli ultimi anni la sua ricerca artistica si è concentrata su grandi tele riferite ad opere del passato e filtrate dalla sua iconografia, a cominciare dalla mostra *Paintings* curata da Mark Gisbourne alla galleria Sobering di Parigi nel 2016.

Ha tenuto numerose mostre personali e collettive in spazi pubblici e privati in Italia e all'estero, tra cui MUDEC a Milano, CAC La Traverse a Parigi, Pio Monte della Misericordia a Napoli, la Sagrestia del Bramante a Milano

e la Cripta di King' s Cross St. Pancras Church a Londra.

Dal 14 marzo 2022 il suo dipinto "Ritratto 270418" (Autoritratto), è entrato nella collezione del museo degli Uffizi, è uno straordinario esempio della sua singolare, personalissima tecnica.

Dal 20 aprile al 27 novembre 2022 Lorenzo ha presenziato alla 59° Biennale Arte di Venezia con "Viaggio al termine della Notte", un'installazione site specific di grande impatto visivo ed emotivo che l'artista ha esposto all'ingresso dell'Isola di San Servolo per il Padiglione della Repubblica Araba Siriana.

2. Area Persone
2.2 Cura per i Benefitter

Pilastri del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Indicatore	Esito
Assicurare un ambiente di lavoro favorevole al benessere e alla crescita personale e professionale	Benefitter	Momenti formativi	Accrescere il livello culturale e stimolare la curiosità intellettuale	Formazione soft	Avvio di nuovi corsi di formazione su soft skill	
				Arte in bene	Esposizione temporanea opere d'arte Realizzazione momenti culturali	 
		Benessere e worklife balance	Accrescere il benessere dei benefitter e il clima aziendale	Incontri culturali	Organizzazioni di eventi culturali per i Benefitter	
				Welfare aziendale	Avvio del programma welfare	

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 2.2

2.3 – Cura per gli ambienti di lavoro

Nel contesto di Bene Assicurazioni, la finalità di beneficio comune relativa alla "cura per gli ambienti di lavoro" è stata concepita con l'obiettivo primario di creare uno spazio di lavoro sano e accogliente che favorisca la condivisione e lo scambio fra i Benefitter.

Questa iniziativa si inserisce nella nostra missione di promuovere il benessere e la soddisfazione dei collaboratori, riconoscendo l'importanza fondamentale di un ambiente lavorativo positivo per il successo e la produttività dell'intera organizzazione.



Attraverso l'implementazione di politiche e pratiche volte alla cura degli ambienti di lavoro, ci impegniamo a fornire al team spazi fisici sicuri, puliti e confortevoli, che sostengano la loro salute e il loro benessere psicofisico.

Inoltre, miriamo a stimolare la collaborazione, la comunicazione e lo scambio di idee promuovendo un clima organizzativo inclusivo e motivante che favorisca la crescita personale e professionale di ciascun individuo.

Nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2023 Bene Assicurazioni ha avviato un progetto di ampliamento e rinnovo degli spazi di lavoro della Direzione Generale della compagnia. L'ambiente, pensato per stimolare nuove idee, lo scambio di conoscenze e competenze, dovrà riflettere i bisogni dei collaboratori di Bene, la cui età media è di 34 anni, in cerca di un luogo di lavoro che favorisca il benessere e da cui essere ispirati. Il layout progettuale rifiuta le vecchie gerarchie e le tradizionali logiche della routine lavorativa, pensato per venire incontro alla flessibilità delle nuove generazioni. Così il progetto, affidato ad una società specializzata nella progettazione di uffici, rivela un giusto equilibrio tra spazi a pianta aperta (prevalgono gli open space) e un reticolo ordinato di postazioni lavoro concepite per incoraggiare la collaborazione e l'interazione tra colleghi.

2. Area Persone

2.3 Cura per gli ambienti di lavoro

Pilastri del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Esito
Rendere disponibile uno spazio di lavoro sano che favorisca la condivisione e lo scambio fra i benefitter	Benefitter	Migliorie degli spazi di lavoro	Attenzione sostenibilità e benessere	<p>Progettazione ampliamento locali con attenzione alle materie prime</p> <hr/> <p>Creazione spazi di condivisione che favoriscano lo scambio fra i Benefitter</p>	 

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 2.3

Finalità di Beneficio

Comune 3: Area società e comunità



3.1 Sostegno di iniziative filantropiche

Bene Assicurazioni, in qualità di Società Benefit, si impegna fermamente nella promozione e nel sostegno di iniziative filantropiche in Africa, nell'ambito dell'area società e comunità.

Questo impegno nasce da una profonda convinzione nel potenziale trasformativo dell'aiuto umanitario e dalla nostra ferma convinzione che le aziende debbano assumersi una responsabilità sociale nei confronti delle comunità più vulnerabili del mondo.

Il nostro motivo di agire si radica nella comprensione del nostro ruolo come parte integrante di una società globale interconnessa, nella quale le sfide e le difficoltà affrontate da una comunità possono avere ripercussioni su scala mondiale. Perciò, crediamo che sia nostro dovere morale contribuire in modo significativo al benessere e allo sviluppo di queste comunità, promuovendo iniziative che favoriscano la loro crescita e il loro progresso.

I valori fondamentali che rappresentiamo, quali solidarietà, equità e sostenibilità, guidano le nostre azioni e decisioni in ogni aspetto del nostro operato. Riteniamo che la nostra missione non si limiti a perseguire il profitto, ma abbracci anche l'obiettivo più ampio di creare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente che ci circonda.

In questo spirito, collaboriamo attivamente con enti di beneficenza e altre istituzioni per identificare e sostenere progetti che possano apportare un reale cambiamento nelle vite delle persone, promuovendo al contempo la sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Partecipare a iniziative filantropiche in Africa non è solo un atto di generosità, ma rappresenta anche un'opportunità per i nostri dipendenti di mettere in pratica i nostri valori aziendali in contesti reali e di contribuire attivamente alla costruzione di un mondo migliore.

Attraverso il coinvolgimento in progetti di microimprenditorialità, sviluppo comunitario, iniziative di educazione e formazione, i Benefitter hanno l'opportunità di sviluppare competenze trasversali, come la leadership, la comunicazione interculturale e la resilienza, che non solo arricchiscono la propria esperienza professionale, ma contribuiscono anche allo sviluppo personale e alla crescita come individui.

Inoltre, l'impegno della compagnia verso le iniziative filantropiche in Africa si allinea direttamente con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e i relativi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). Contribuendo al raggiungimento di obiettivi cruciali come la lotta alla povertà, la promozione della salute e l'accesso all'istruzione, ci impegniamo a sostenere gli sforzi globali per costruire un futuro più equo, inclusivo e sostenibile per tutti.

Siamo consapevoli che il nostro contributo, seppur modesto, fa parte di un impegno collettivo più ampio per trasformare le promesse dei SDGs in realtà tangibile per le persone e le comunità in tutto il mondo.

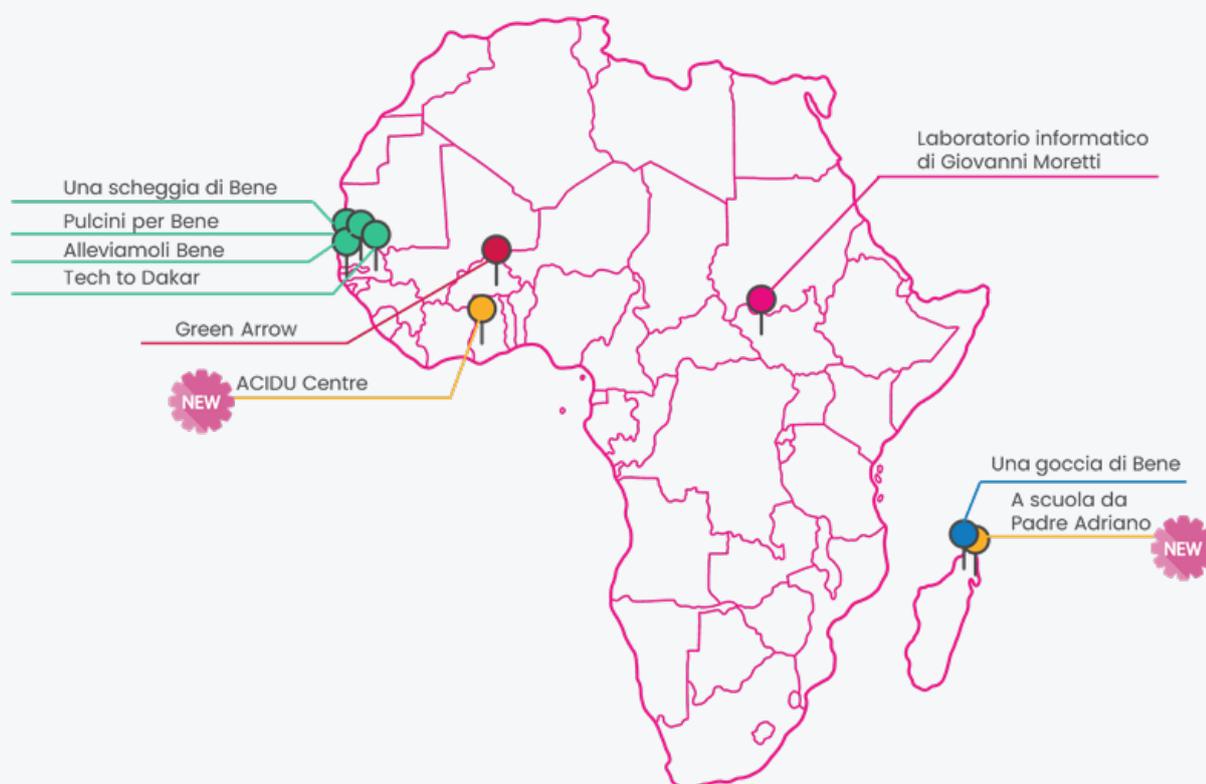


FOCUS Fondo FarBENE

Il 30 novembre 2017, è nato, per impulso e volontà del compianto Giovanni Moretti, già Vice Presidente di Bene Assicurazioni, Consigliere di Amministrazione di Bene Holding e co-promotore, il fondo benefico "FarBENE"³ con l'obiettivo di essere strumento per la redistribuzione della ricchezza attraverso lo sviluppo e il sostegno di iniziative di utilità sociale.

Il Fondo FarBENE privilegia, nella selezione dei progetti, le iniziative di micro-imprenditorialità che possano coniugare sviluppo duraturo per il, o i proprietari locali, e formazione destinata ai giovani di prima occupazione.

La logica dell'intervento del Fondo è quella di assistere e seguire ogni progetto, attraverso un coordinatore locale sul campo, conferendo risorse finanziarie che coprano l'intero fabbisogno dell'iniziativa e, a regime, portino ad una restituzione parziale delle risorse attraverso un originale finanziamento «sulla parola» senza interessi e senza durata prefissata, per responsabilizzare il beneficiario locale alla restituzione, in parallelo all'andamento delle attività, al fine di rendere possibile il finanziamento e l'avvio di una nuova iniziativa.



Le iniziative avviate da Fondo FarBENE in Africa

³ <https://benefit.bene.it/fondo-far-bene>

Dall'avvio del fondo benefico ad oggi sono già state realizzate 9 iniziative coinvolgendo 5 diversi paesi africani:

- il Senegal nel quale sono stati avviati quattro progetti di micro imprenditorialità e avviamento di piccole attività commerciali che, dopo il setup iniziale, sono ora in grado di auto mantenersi e finanziarsi assicurando il lavoro e la stabilità economica e alimentare di svariate famiglie.
- Il Sud Sudan dove è stato avviato nel tempo un progetto di approntamento di un laboratorio informatico da 52 postazioni ad uso esclusivo di una scuola secondaria superiore per garantire ai giovani ragazzi il giusto supporto allo studio e alla conoscenza dell'informatica al fine di ridurre il digital divide progetto di rilievo anche per la parità di genere in quanto consente tuttora anche alle giovani ragazze di intraprendere il percorso di studi riducendo di fatto il critico tema delle spose bambine.
- Il Burkina Faso dove abbiamo realizzato un piccolo ma significativo progetto ambientale. L'iniziativa green Arrow ha consentito di isolare e proteggere una scuola elementare dalle intemperie e dal vento dell'harmattan attraverso la piantumazione di 50 alberi in una disposizione a freccia dapprima cresciuti e custoditi da una comunità di donne e poi lasciati alle cure dei bambini stessi della scuola elementare alimentando anche un'iniziativa di formazione e di educazione civica e ambientale.
- il Madagascar dove abbiamo dapprima realizzato un progetto umanitario di realizzazione di un pozzo e di una strada utili al ripopolamento di una zona poco frequentata e al raggiungimento di un convento delle scuole clarisse dotato di foresteria per ospitare le persone di passaggio. Con il medesimo ente benefico abbiamo poi avviato un progetto nel 2023 di formazione e avviamento al lavoro con l'obiettivo di formare un piccolo gruppo di ragazzi volenterosi all'avvio della professione di carpenteria meccanica.
- Il Togo dove nel 2023 è stato avviato un progetto di sostegno e avvio di un centro di formazione permanente nella città di Lomé, la capitale dello Stato, per favorire lo studio di tematiche e materie emergenti al fine di consentire l'evoluzione professionale di ragazzi con poche disponibilità economiche. Il progetto, di interesse anche nazionale, è costantemente alimentato dalla passione, talento e disponibilità di imprenditori sia locali sia della diaspora che donano il proprio tempo alla formazione di giovani imprenditori del domani.

Progetto	descrizione	Ambito di intervento	SDGs
Una scheggia di Bene	Costruzione di una falegnameria in Senegal	Imprenditoria	1,1, 8,3, 9,3, 10,4
Pulcini per Bene	Costruzione di un'incubazione di uova allevamento di pulcini in Senegal	Imprenditoria	1,1, 2,3, 5A, 8,3
Alleviamoli Bene	Creazione di un'azienda di bioagricoltura e allevamento di polli in Senegal	Imprenditoria	1,2, 2,3, 5A, 5,5, 8,3
Tech to Dakar	Creazione di una start-up IT in Senegal	Imprenditoria	1,2, 8,3, 9,3, 10,1
ACIDU Centre	Realizzazione di un centro di formazione e avviamento lavoro in Togo	Avviamento al lavoro	1,2, 4,4, 8,6
A scuola da Padre Adriano	Realizzazione di una scuola di formazione di avviamento al lavoro di carpenteria meccanica in Madagascar	Avviamento al lavoro	4,4, 5,5, 8,6, 9,3
Laboratorio informatico Giovanni Moretti	Creazione di un laboratorio di informatica per una scuola di Sud Sudan	Educativo	4,4, 5A, 5,5, 9C, 10,2
Una goccia di Bene	Creazione di una strada e un pozzo in Madagascar	Umanitario	6,1, 6,1, 8,1, 9,1, 9,4, 11,2
Green Arrow	Piantumazione di alberi in Burkina Faso	Ambientale	11,5, 13,1, 15,1

Assegnazione indicatori dei Sustainable Development Goals (SDG) dell'agenda 2030 dell'ONU di Fondo FarBENE

3. Area Società e Comunità					
3.1 Sostegno iniziative filantropiche					
Pilastri del valore	Stakeholder	Dimensione di valutazione	Obiettivo	Azione intrapresa	Esito
Sostenere promuovere e realizzare progetti di emancipazione nel continente Africano			Favorire lo sviluppo dell'imprenditoria nel continente Africano	Avvio e coordinamento progetti esistenti e nuovi	
	Comunità	Gestione del Fondo Filantropico	Favorire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa	Avvio e coordinamento progetti esistenti e nuovi	
			Favorire l'accesso alle risorse ambientali e proteggere il territorio	Avvio e coordinamento progetti esistenti e nuovi	
3.2 Diffusione della cultura di Società Benefit e della sostenibilità					
Diffondere e formare gli stakeholder e la comunità circa il valore di Società Benefit e di sostenibilità	Cliente finale			Sezione sito web	
	Partner e agenti	Diffusione della cultura di sostenibilità	Individuare strumenti e soluzioni per diffondere la cultura della sostenibilità e della filantropia	Attività social e newsletter	
	Benefitter			Attività di formazione	

Azioni intraprese per il raggiungimento delle Finalità di Beneficio Comune 3.1 e 3.2

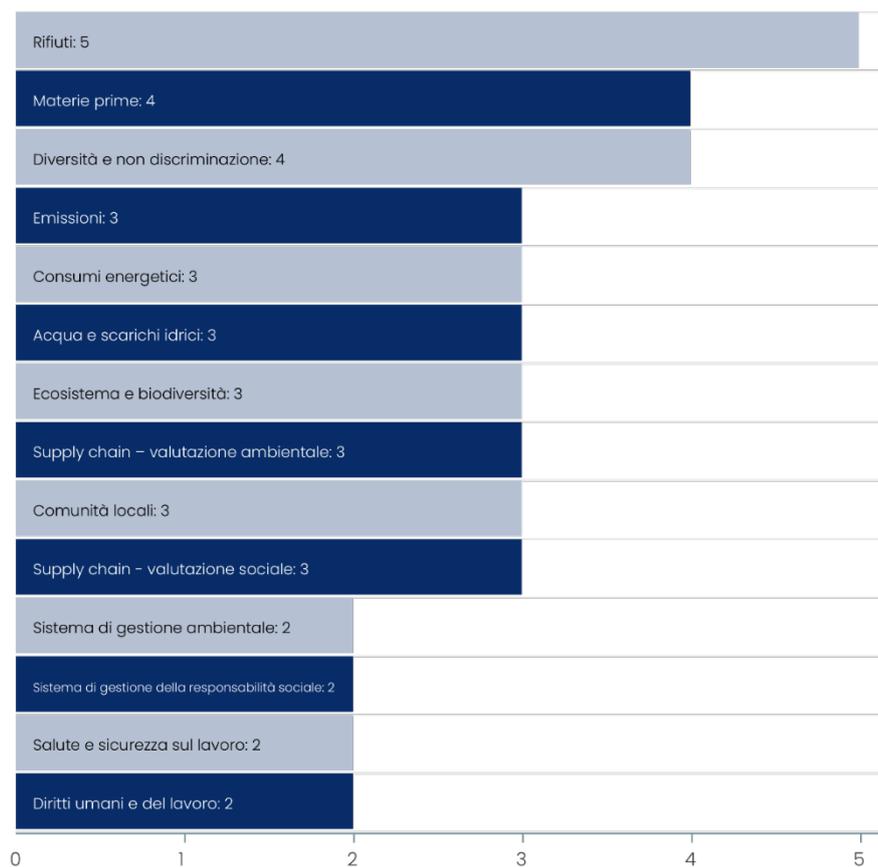
Sostenibilità sociale e ambientale

Bene assicurazioni, in quanto Società Benefit e in coerenza con la visione imprenditoriale della Buona Impresa, gestisce in modo responsabile, sostenibile e trasparente le proprie ricadute sulla comunità e sull'ambiente.

La Compagnia, operando nel mercato dei servizi e in virtù delle modeste dimensioni, considera il proprio impatto sugli aspetti della sostenibilità ambientale come estremamente contenuto e limitato alla ordinaria vita di ufficio. In questo senso, Bene non si è posta obiettivi specifici, ma certamente sono rispettate con attenzione tutte le normative e ogni Benefitter è attento all'uso consapevole delle risorse nell'intento di voler fare la propria parte per incidere il meno possibile sull'ecosistema.

Per quanto attiene invece alla sostenibilità sociale, Bene Assicurazioni conferma ritenere l'elemento importante. Infatti, nel rispetto dei capisaldi dell'uguaglianza di genere, l'azienda in ogni rapporto di lavoro si impegna a garantire pari opportunità e diritti nella vita lavorativa aziendale e offrire le stesse condizioni, gli stessi diritti e gli stessi servizi previsti dalla propria politica di Welfare Aziendale a tutti i dipendenti. Altro dato incoraggiante su questo fronte è

sicuramente la percentuale dei nuovi assunti 2023 di genere femminile che mostra un +3% rispetto allo scorso 2022. Si tratta di un importante punto di partenza per tendere, nei prossimi anni, a un costante aumento della presenza femminile in un settore storicamente e tipicamente popolato dal genere maschile.



Nella tabella riportata è possibile osservare i risultati relativi all'autovalutazione dell'azienda secondo la metodologia SABI per gli elementi relativi all'area Sostenibilità ambientale e Sostenibilità sociale, ordinati in scala decrescente.

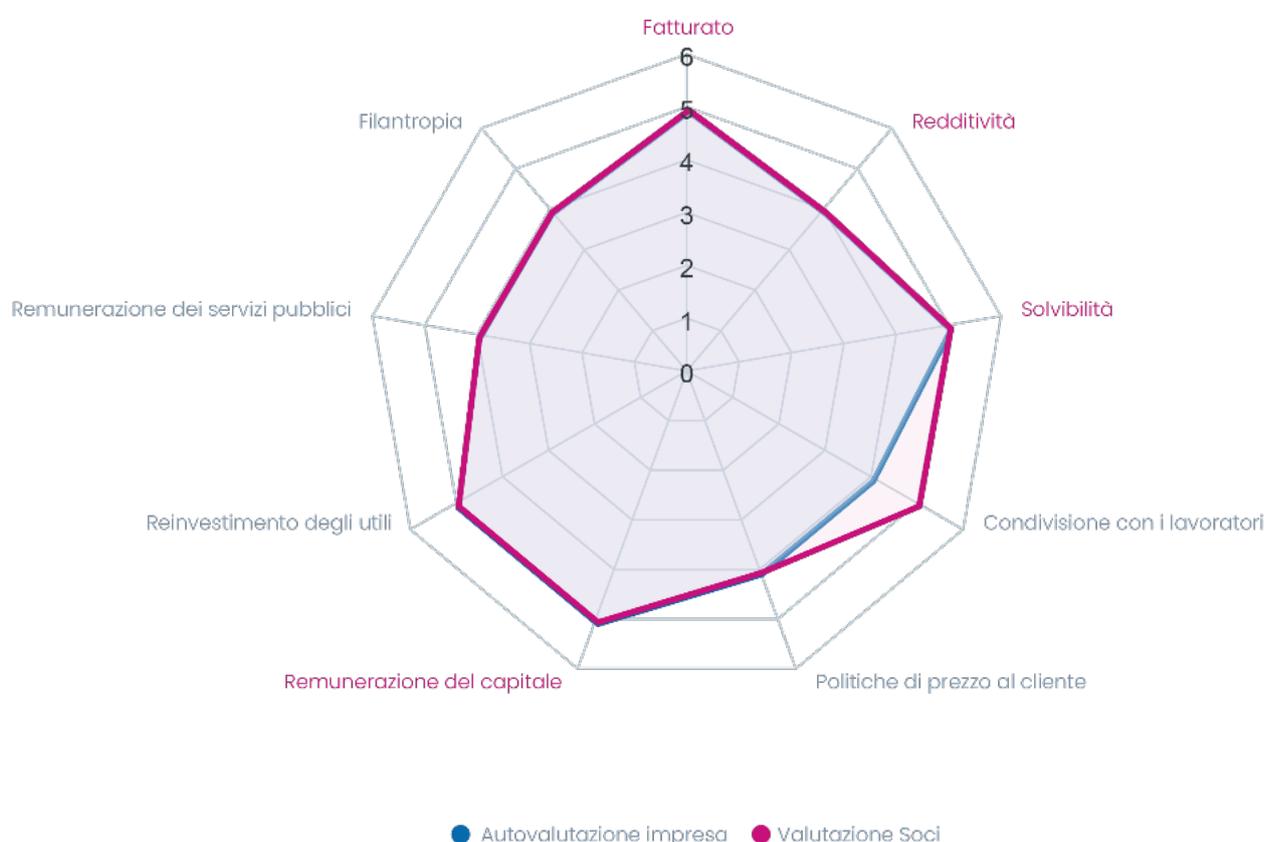
Materialità di Bene Assicurazioni in termini di sostenibilità ambientale e sociale

La creazione del valore economico

Bene Assicurazioni intende creare valore economico in modo sostenibile per tutte le parti coinvolte, non al mero fine di distribuire profitto ai soci ma come mezzo per dare continuità all'impresa e massimizzarne l'impatto sociale.

La realizzazione di questo impatto è affidata all'equilibrio dei risultati nelle 3 dimensioni che qualificano la creazione di valore economico:

- l'equilibrio reddituale: la capacità di produrre un risultato economico positivo;
- la ripartizione del valore creato: l'attenzione all'equità sia nella produzione del profitto sia nella sua destinazione;
- la sostenibilità economica: la capacità di continuare a produrre valore economico nel tempo, per l'impresa e per le persone.



Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (SABI) - Creazione del Valore Economico

Obiettivi 2024

Il 2023 è stato, per il Gruppo Assicurativo Bene, il primo anno di adozione del modello della Buona Impresa nella gestione e monitoraggio dei temi ESG. Si tratta di una scelta consapevole che ha l'obiettivo di adottare un approccio di lungo periodo e di costruzione del valore stabile e misurabile nel tempo.

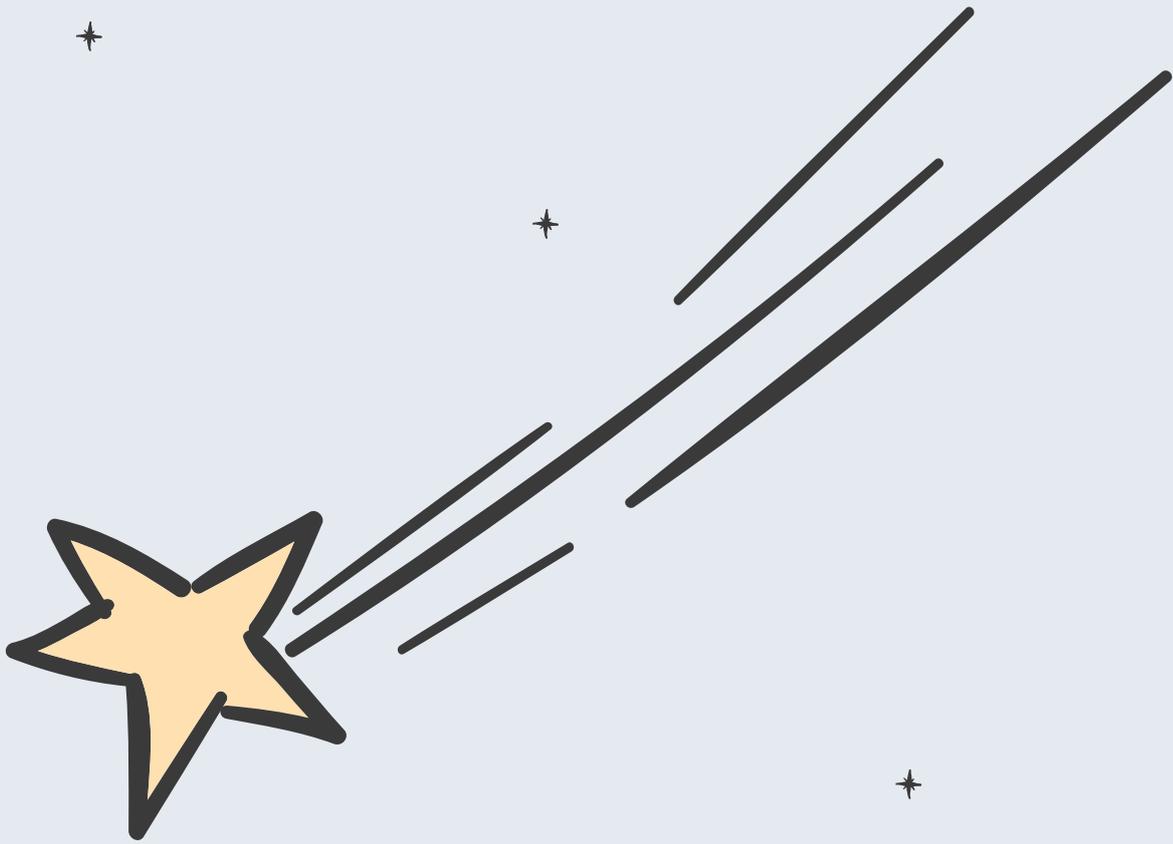
Nel 2024 Bene si impegnerà con ancora maggiore determinazione nel perseguire le finalità di beneficio comune individuate nel nostro statuto, le quali rappresentano i pilastri fondamentali della nostra missione e della nostra identità aziendale. Affronteremo sfide e opportunità con uno spirito di innovazione e responsabilità sociale, lavorando in modo diligente per creare valore per i nostri agenti, in nostri partner e fornitori, i Benefitter, i nostri clienti e le comunità in cui operiamo.

Nell'area del **servizio assicurativo**, continueremo a porre la massima attenzione sulla qualità e l'accessibilità dei nostri servizi, assicurando che ogni cliente possa accedere a soluzioni assicurative adatte alle proprie esigenze e in grado di fornire una protezione efficace. Inoltre, promuoveremo attivamente la consapevolezza del ruolo sociale dell'assicurazione, educando e informando i nostri stakeholder sull'importanza di essere adeguatamente protetti e preparati per affrontare gli imprevisti.

Nell'area delle **persone**, il nostro impegno sarà rivolto a creare nuove opportunità di lavoro, specialmente per i giovani, che rappresentano il futuro del nostro settore e della nostra società. Promuoveremo politiche di assunzione inclusiva e programmi di sviluppo professionale per garantire che ogni membro del nostro team possa realizzare appieno il proprio potenziale. Allo stesso tempo, continueremo a curare il benessere dei nostri dipendenti, offrendo un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e stimolante che favorisca la crescita personale e professionale di ciascuno.

Infine, nell'area della **società** e delle **comunità**, ci impegneremo a sostenere iniziative filantropiche e a promuovere la cultura di Società Benefit e della sostenibilità, mettendo in atto azioni concrete per contribuire al miglioramento delle condizioni di vita delle persone e alla salvaguardia dell'ambiente. Collaboreremo con organizzazioni e istituzioni no profit per identificare le esigenze più urgenti e implementare progetti mirati che possano avere un impatto tangibile sulle comunità che serviamo.

Guardiamo al futuro con fiducia, consapevoli della nostra responsabilità e della nostra capacità di fare la differenza, anche grazie al lungimirante apporto progettuale, che ci verrà garantito dal nostro Comitato ESG. Siamo pronti ad affrontare le sfide che ci attendono e a continuare a essere un motore di cambiamento positivo nel mondo assicurativo e nella società in cui operano i nostri 125 colleghi e collaboratori interni, le nostre 430 agenzie e i nostri 600.000 clienti assicurati con il Sistema Benefit.



**Considerazioni
conclusive**

Il 2023 è stato un anno di sviluppo più che positivo per Bene Assicurazioni che atterra a oltre i 222 milioni di premi complessivi, (228 milioni come Gruppo Assicurativo Bene, comprensivo dei premi intermediati dalla MGA controllata FIT) con una crescita in valore assoluto superiore ai 50 milioni, pari ad uno sviluppo superiore al 30%, considerato del tutto eccezionale, visti i tempi ed il contesto competitivo in cui operiamo.

Pandemia, crisi energetiche, guerre in Ucraina e in Medio Oriente, cambiamenti climatici e flussi migratori: che cosa abbiamo imparato?

Certamente i problemi sono sempre più complessi e globali, ma abbiamo scoperto che nel momento drammatico di picco del COVID-19 nel 2020, abbiamo trovato risposte integrate in breve tempo. Naturalmente non bisognerebbe trovare queste risposte esemplari solo nei momenti di drammatica urgenza e di emergenza. Bisognerebbe affrontare la complessità con visione, competenza e capacità di esecuzione, sempre e in ogni ambito, sia nelle istituzioni pubbliche, che nelle imprese private.

Peraltro proprio i cambiamenti climatici in atto, e i tristemente noti disastri degli eventi atmosferici e delle alluvioni che hanno colpito il nostro Paese quest'anno, ci stanno mettendo di fronte ad una drammatica domanda: considerato l'aumento di frequenza degli eventi catastrofici, ma soprattutto l'intensificarsi degli eventi atmosferici di severità sempre maggiore, quali ad esempio le cosiddette "bombe d'acqua", saremo in grado di dare una risposta puntuale ed economicamente sostenibile sia per l'assicuratore che per l'assicurato, per coprire le conseguenze economiche e umane degli eventi meteorologici imprevisti, con un indennizzo trasparente e veloce?

In statistica il tempo di ritorno, o periodo di ritorno di un evento, è il tempo medio intercorrente tra il verificarsi di due eventi successivi di entità uguale o superiore ad un valore assegnato. Possiamo davvero pensare che gli eventi catastrofici di maggio 2023 in Romagna, di luglio in Lombardia e Veneto, e di novembre in Toscana, potranno ricadere solo fra 20 anni, o addirittura non prima dei prossimi cent'anni, come taluni ingenui esegeti del calcolo probabilistico, ogni tanto ancora vogliono farci credere?



Proprio per questo cominciamo in concreto a pensare come deve cambiare la nostra proposizione di consulenza e assistenza su questi grandi temi, che ci spingono a modificare le soluzioni pedissequamente e pigramente adottate fino ad oggi, non opportunamente presidiate tecnicamente e con evidenti limiti.

Non mi sembra una questione di poco conto, e anche una compagnia giovane e dedita all'innovazione come Bene, deve provare a dare una sua risposta originale a questa domanda, con soluzioni concrete, già a partire da quanto la Legge di Bilancio 2024 prevede per le Compagnie italiane, assumendo un chiaro indirizzo, quantomeno rispetto ai rischi la cui gravità non può essere sostenuta dai singoli individui o dalle imprese da sole.

*Andrea Sabia,
Amministratore Delegato -
Bene Assicurazioni*

Anche l'autunno demografico del nostro Paese ci pone serie domande sul tema del rischio di longevità, e naturalmente sul grande tema della salute, dove anche un sistema sanitario pubblico di tipo universalistico come quello italiano, non può far fronte alla domanda di prevenzione che arriva dalla popolazione dei "baby boomers" che rappresentano la silver age dei prossimi anni, e che necessiteranno di tecnologie di facile utilizzo per supportare la salute, sia fisica che mentale, senza lunghe code, e senza costi insostenibili per le patologie più gravi e le malattie degenerative, che caratterizzeranno sempre più inevitabilmente il nostro "fine corsa".

Da qui il ruolo fondamentale di tutti i nostri agenti, come risk advisor e veri consulenti per gli individui, le famiglie e le imprese. Pensiamo che un moderno agente debba distinguersi per la propria professionalità, che ogni cliente sa apprezzare quando vede nel proprio consulente assicurativo la competenza, l'onestà delle sue proposte e anche la creatività nell'individuare soluzioni aventi il rapporto costi-benefici migliore per se stesso, così da scavalcare regole e conformità, mettendo da parte i dubbi e le retrosie verso l'investimento in protezione e sicurezza, che solo una buona assicurazione può garantire, per elevare il "benessere" e la felicità delle persone.

Questo approccio fatto di conoscenza e passione per la propria professione accende la voglia di esprimerci, porta libertà e cambiamento anche in un'attività tradizionale come quella dell'intermediazione assicurativa, oltrepassa le frontiere e il tempo, spingendoci avanti per la nostra strada, fatta di innovazione continua, anche nell'offerta e promozione di nuovi servizi, complementari alla polizza di assicurazione, come ci accingiamo a fare, con rinnovata imprenditorialità, nell'esercizio 2024.

A nome dell'Alta Direzione di Bene desidero ringraziare tutti gli stakeholder del Gruppo Assicurativo Bene per gli stimoli, gli apprezzamenti e le sollecitazioni che quotidianamente riceviamo, linfa vitale per tutti i Benefitter, che un passo alla volta hanno condotto la compagnia fin qui, anche grazie al nostro originale modello di business, incentrato su una relazione chiara e diretta, con una comunicazione polifonica e trasparente.

Con l'ottimismo della ragione che ci ha insegnato Karl Popper, siamo pronti a procedere senza indugi verso le evoluzioni della Buona Impresa, con approccio razionale e critico al cambiamento sociale, riconoscendo a pieno le nostre capacità di intervenire, seppure nel nostro piccolo, con impegno quotidiano, al miglioramento della società di cui viviamo misurando costantemente l'impatto della nostra azione, soprattutto in termini di sostenibilità.

