

bSERVICE s.c.a.r.l.

Società Benefit

Relazione di impatto 2022





Sommario

1. Assicurarsi è Bene.....	4
1.1 - Il Gruppo Assicurativo Bene.....	5
1.2 - La nostra Governance di Impresa	6
1.2.1 - Informazioni generali sul sistema di governance	7
1.3 - L'innovazione come leva del cambiamento.....	8
2. I valori come guida.....	11
2.1 - Il manifesto del "Sistema Benefit"	12
2.2 - Una voce, unica, chiara e costante	14
3. Che cos' è una Società Benefit.....	16
3.1 - Il Beneficio comune di bService	18
4. Gli ambiti di intervento di bSERVICE e del Gruppo Assicurativo Bene: le 3P.....	20
5. Risultati relativi alle finalità specifiche di Beneficio comune: PEOPLE	22
5.1 - La formazione come strumento di crescita	22
5.1.1 La formazione dei Benefitter	23
Biblioteca aziendale.....	24
Claims Handler Academy	25
Masterclass - Joint the expert.....	25
Workshop tematici di approfondimento	26
5.2 - bSERVICE a sostegno dell'Ucraina.....	27
5.3 - Il miglioramento degli spazi di lavoro.....	30
6. Risultati relativi alle finalità specifiche di Beneficio comune: PLANET	31
6.1 - Fully Cloud Based Organization.....	31
7. Obiettivi 2023.....	33
7.1 - Pink Belt Ambassador	33
8. Conclusioni della Relazione di Impatto 2022.....	34

1. Assicurarsi è Bene.

Il Gruppo Assicurativo Bene nasce per contribuire ad innovare il mondo delle assicurazioni, coinvolgendo in un sistema di "benefit" tutte le persone che ci danno fiducia e che, come noi, guardano al futuro con speranza e pensiero positivo.

Velocità, servizio e innovazione continua, anche nelle assicurazioni, possono diventare fatti concreti dell'economia dei rischi, e non solo promesse da slogan pubblicitari.

Questo non è solo "la nostra visione" ma, anche e soprattutto, il pragmatico obiettivo che aspiriamo a condividere e valorizzare con stakeholder pronti ad abbracciare con entusiasmo il cambiamento, nella prospettiva di guardare insieme, con sano ottimismo, agli orizzonti futuri di questa professione.

Noi promotori crediamo nel ruolo sociale dell'assicurazione e nella possibilità di risolvere problemi quotidiani, anche complessi, con trasparenza e semplicità.

Ci siamo comportati in questo rapido percorso di avvio che ci lasciamo alle spalle, con le virtù dell'*homo faber*: l'intraprendenza, la curiosità, la scoperta, l'invenzione, il duro lavoro, la gestione dell'incertezza di fronte alla costruzione di una nuova organizzazione, riuscendo così a tracciare una mappa del sapere e del fare assicurazione nuova, per provare a solcare le acque di un periodo così incerto e controverso, ma al tempo stesso scrutando l'onda che ci viene incontro, senza rinunciare ad allungare lo sguardo verso l'orizzonte, al di là del quale pensiamo che ci attendano tempi migliori per il futuro professionale che desideriamo.

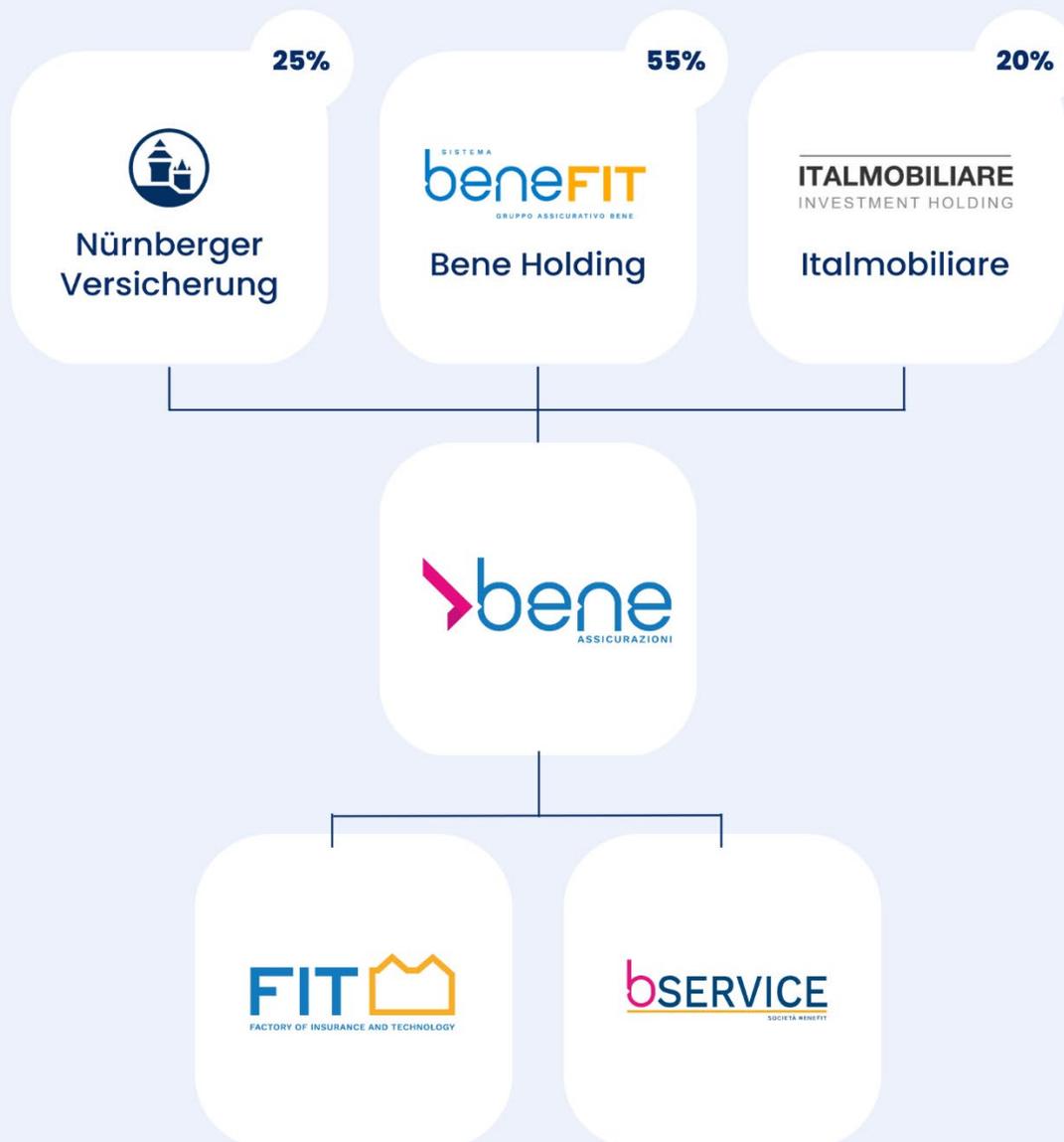
La nostra giovane storia di Compagnia dell'innovazione mostra di avere questi tratti, oltre al sapore della novità, e spero, della visione del futuro.

Del resto, crediamo che fare impresa significa fare cultura, e che non ci sia impresa che non abbia tra i propri motori di sviluppo, chiare scelte culturali, come quelle che riguardano la scienza e la tecnologia, i linguaggi del marketing e della comunicazione creativa, i processi di governance secondo cui si articolano i rapporti tra gli azionisti, i manager, i dipendenti e soprattutto i propri Agenti.

Ma cultura sono anche i bilanci, strumenti di pianificazione e di resa dei conti senza bugie, come anche i mercati aperti e ben regolati, che non lasciano spazio agli oligopoli dominanti, come quelli consolidatisi nel comparto assicurativo italiano.

Perché ci interessa parlare di cultura d'impresa? Perché credo che questo sia l'unico modo per costruire un'organizzazione che duri nel tempo, rafforzando la propria indipendenza, e facendo crescere persone che coltivano valori professionali veri, cosicché la cultura di impresa diventi un viaggio attraverso la trasformazione digitale e il cambiamento imposto dai tempi.

1.1 - Il Gruppo Assicurativo Bene



Il Gruppo Assicurativo Bene, sotto la direzione, il coordinamento e il controllo di Bene Holding, ha sviluppato una chiara visione sul futuro del mercato assicurativo italiano e della sua trasformazione digitale.

Di fianco due gruppi istituzionali quotati, di cultura industriale e solide competenze finanziarie, partecipano al progetto, supportando il management nell'affrontare nuove sfide e i rischi del mercato:

- **Nürnberg**, fondata nel 1884 e quotata alla Borsa di Francoforte, è uno dei principali gruppi assicurativi indipendenti tedeschi, operativo sia nei Danni che nel Vita, e annovera

tra i suoi azionisti alcune delle più importanti multinazionali nel settore riassicurativo (Munich Re, Swiss Re e Hannover Re e Daido Life).

- **Italmobiliare**, fondata nel 1946 e quotata alla Borsa di Milano nel 1980, è controllata dalla famiglia Pesenti e partecipata da Mediobanca. Detiene e gestisce un portafoglio di partecipazioni in società caratterizzate da marchi importanti ed innovativi del made in Italy, incoraggiando, attraverso il suo know-how e i propri modelli di sviluppo e governance, significativi tassi di crescita.

Bene Assicurazioni S.p.a. Società Benefit è una Compagnia di Assicurazione nata a dicembre 2016 quando ha ottenuto l'autorizzazione IVASS ad operare nei primari rami danni (Infortuni, Malattia, Corpi di veicoli terrestri, Merci trasportate, Incendio ed elementi naturali, Altri danni ai beni, Rc autoveicoli terrestri, Rc veicoli marittimi, Rc generale, Cauzione, Perdite pecuniarie, Tutela legale e Assistenza).

Bene è ormai una solida realtà del panorama assicurativo che opera attraverso una piattaforma online e una rete di agenti presenti in tutta Italia, permettendo ai propri clienti di interagire con la modalità più in linea con le proprie abitudini ed esigenze.

FIT s.r.l. Società Benefit (acronimo di Factory of Insurance and Technology) è la Managing General Agency del Gruppo Assicurativo Bene, un nuovo ecosistema distributivo nel panorama assicurativo italiano. Nel suo ruolo di intermediario grossista offre soluzioni tecnologiche e immediate ai problemi di tutti i giorni, grazie all'hub tecnologico interno, vero e proprio incubatore di idee, e grazie anche alla qualità dei suoi Partner.

bSERVICE s.c.a.r.l. Società Benefit La società consortile del Gruppo Assicurativo Bene creata per governare l'erogazione del servizio di liquidazione sinistri ai clienti e garantire il massimo livello di attenzione ad ogni dettaglio, consapevole che assistere e curare il nostro consumatore in modo eccellente, è il prerequisito di ogni possibile innovazione.

1.2 – La nostra Governance di Impresa

Il sistema di governance societario assume un ruolo centrale nella definizione delle strategie aziendali e delle politiche di gestione e controllo dei rischi tipici dell'attività assicurativa ed è pertanto sottoposto ad una revisione interna periodica almeno annuale da parte del Consiglio di Amministrazione al fine di garantire il mantenimento di condizioni di sana e prudente gestione in ottica di medio e lungo periodo.

1.2.1 – Informazioni generali sul sistema di governance

bSERVICE è una Società consortile costituita, nell'interesse dei soci-consorzati, con lo scopo di realizzazione di un competence hub assicurativo volto all'ottimizzazione dei processi di gestione dei sinistri e alla introduzione di nuove tecnologie per la realizzazione di nuovi prodotti e per il miglioramento dei processi di produzione e di supporto alla clientela.

Il modello di governo del Consorzio è quello tradizionale secondo la normativa italiana, ritenendolo come il più idoneo ad assicurare l'efficienza di gestione della Società e l'efficacia dei controlli. Tale modello prevede un'assemblea dei soci, quale organo sociale che, con le sue deliberazioni, esprime la volontà dei soci-consorzati e un consiglio di amministrazione, al quale è affidata la gestione strategica per il perseguimento dello scopo sociale.

Il sistema di governo societario è incentrato sull'obiettivo della creazione di valore sostenibile di lungo periodo. Nel perseguimento di tale obiettivo, la Società si impegna nella ricerca dell'eccellenza nell'organizzazione aziendale. La salvaguardia della solidità, dell'affidabilità, della trasparenza e della professionalità dell'azienda, combinati a un'efficace strategia d'impresa, costituisce il sistema di valori attraverso cui la Compagnia intende perseguire l'obiettivo di interpretare e soddisfare le esigenze dei propri stakeholder.

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 consortile, soggetta alla legge italiana, il sistema di corporate governance della Società è imperniato sui seguenti principali attori:

- Assemblea;
- Consiglio;
- Presidente del Consiglio.

L'Assemblea regolarmente costituita è l'organo sociale che esprime con le sue deliberazioni la volontà sociale. Le deliberazioni adottate in conformità della legge e dello Statuto vincolano tutti i soci, compresi quelli assenti o dissenzienti.

Il Consorzio è amministrato dal Consiglio di Amministrazione, composto da tre membri nominati dall'Assemblea. L'amministrazione ha i più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società, senza alcun tipo di eccezione, salvo quanto spetti inderogabilmente, per Legge e per statuto, all'Assemblea dei Soci.

I componenti del Consiglio di Amministrazione restano in carica fino a revoca o dimissioni o per il periodo determinato dai soci al momento della nomina e sono rieleggibili.

Il Consiglio nomina il Presidente al quale spetta la rappresentanza legale della Società, di fronte ai terzi e in giudizio.

bSERVICE, in quanto Società a responsabilità limitata, ha adottato il modello di amministrazione e controllo cosiddetto "legale". Pertanto, come illustrato precedentemente, è dotata di Assemblea dei Soci e di Consiglio di Amministrazione, mentre si è avvalsa, per il momento, della facoltà di non nominare il Collegio Sindacale, ossia l'organo avente funzioni di revisione legale dei conti sulla Società. Questa importante funzione è affidata a un revisore legale esterno a norma di legge.

Le attribuzioni e le modalità di funzionamento degli organi sociali sono disciplinate dalla legge, dallo Statuto sociale e dalle deliberazioni assunte dagli organi competenti.

2.3 - L'innovazione come leva del cambiamento

Nell'ultimo secolo, o prima ancora, l'innovazione era stata abbinata all'ambito economico con i suoi cicli di prodotto, processo e sistema, ma ciò che nessuno di noi può negare è che al di là delle definizioni tecnocratiche, l'innovazione è parte dell'uomo. E lo è da sempre.

L'innovazione si associa all'idea di futuro, che parte da un'intuizione, spesso individuale, e si perfeziona in un processo collettivo, con ricadute positive ampie, e quasi mai legate al singolo. L'umanità di fatto ha proceduto, passo dopo passo, per innovazioni continue e impercettibili, con continui adattamenti alla condizione naturale di bisogno, di emergenza, di insoddisfazione, quanto di sogno e di bellezza.

L'innovazione spesso immagina quello che ancora non è visto, quello che potrebbe essere, che ai più sembra distante, addirittura impossibile, che diventa invece concreto e vivo, grazie a intuizione, dedizione, lavoro, investimento, fortuna, intelligenza, cuore, ma soprattutto passione, speranza, condivisione.

Esattamente la ragione per la quale molte medio-piccole Compagnie di Assicurazione specializzate nei rami danni faticano a rimanere floride sul mercato per mancanza di nuove idee e di fattori di innovazione, che distinguano la medio-piccola Compagnia, rispetto ai big player.

Come Gruppo Assicurativo, proprio in questo momento di ansia legata ad un mercato fortemente incerto, desideriamo, invece, focalizzarci sulle cose che conosciamo ripensando al disegno fondativa che sta dietro al progetto Bene Assicurazioni, deducendo che l'innovazione nella storia del pensiero economico è sempre stata singola: legata cioè al singolo che osa, che cambia.

E tutto questo non può che riguardare da vicino anche noi assicuratori. Come pensiamo altrimenti che un istituto come l'assicurazione, che ha alle sue spalle 400 anni di storia possa evolvere nelle dinamiche dello sviluppo e del progresso umano, garantendo la sua funzione essenziale di strumento per trasferire i rischi complessi che i singoli individui o comunità non potrebbero sostenere da soli, grazie alla legge dei grandi numeri e al principio di mutualità, unico e insostituibile presupposto per l'affermazione del ruolo sociale dell'assicurazione?

Se tutto questo è vero, allora è giusto restare ancorati, anche solo per pigrizia e indolenza intellettuale, ai paradigmi del passato, alle regole che abbiamo conosciuto quando ci siamo avvicinati per la prima volta a questa professione, o possiamo immaginare di liquidare i sinistri in modo più rapido ed efficiente, di emettere le polizze con la FEA in OTP, senza abbattere piante

per stampare pezzi di carta, di dettare e scegliere le garanzie attraverso comandi vocali, senza digitare tastiere, di intercettare nuovi bisogni e nuovi rischi prima che si palesino gli effetti deflagranti delle nuove scoperte e dei nuovi modelli di consumo?

Ecco perché noi pensiamo di poter dare in prospettiva, il nostro piccolo e umile contributo al futuro dell'assicurazione, introducendo giorno dopo giorno miglioramenti incrementali al nostro modo di lavorare, che ci portino a costruire una macchina operativa ben organizzata, che tenda alla perfezione.

Per il Gruppo Assicurativo Bene innovare vuol dire facilitare l'accesso all'assicurazione in modo personalizzato.

Per farlo, la Compagnia mette a disposizione degli intermediari e dei clienti, in modo semplice e intuitivo, le potenzialità che le nuove tecnologie offrono, senza vincoli di tempo e luogo, con i dati e le informazioni necessari sempre aggiornati e una gamma di offerta ampia e profonda.

L'assicurazione è ancora un mondo spesso percepito come “qualcosa di vecchio e oscuro” dove tutto gira intorno a clausole e contratti che non sono semplici da comprendere per il cliente finale e dove tutto è governato da regole, dinamiche e prassi obsolete, tutt'altro che intuitive e facili da applicare per il professionista dell'intermediazione e i suoi collaboratori.

Lo scorso anno nei consuntivi di fine anno, molti di noi riflettevano ancora sul biennio pandemico e l'impatto inatteso che il virus aveva avuto nelle nostre vite e nella trasformazione dei modelli organizzativi aziendali, accelerando moltissimo l'utilizzo delle tecnologie, per riuscire a servire i clienti nella nostra attività professionale, scoprendo così il digitale, con l'emissione e l'incasso da remoto, la consulenza a distanza in videoconferenza, e molto altro ancora, ma solo perché necessitati dalle contingenze.

Eppure, grazie ai nuovi strumenti, al tempo stesso tecnologici e normativi, basti pensare al vantaggio che genera la Firma Elettronica Avanzata di una polizza in OTP, oggi siamo consapevoli che possiamo accelerare il nostro passo verso il futuro. Possiamo farlo, definendo strategie, implementando reti, attivando risorse relazionali, che valorizzano la qualità all'interno dei nostri stessi network, trovando così più forza dinanzi ai mutamenti esterni e alle condizioni avverse del quadro macroeconomico.

Così si potrà sviluppare in modo sano e lungimirante un'idea concreta di “innovazione”, che abbia le caratteristiche e le solidità per affrontare i cambiamenti epocali che interesseranno il nostro settore e di cui oggi intravediamo soltanto i primi, timidi, segnali.

Al centro di questo cambiamento si sta riconfigurando la tradizionale catena del valore, soprattutto con riferimento al ruolo centrale svolto dall'origine delle assicurazioni ad oggi, proprio dall'intermediazione professionale, attraverso la figura dell'Agente.

Che il mondo sia molto cambiato, soprattutto negli ultimi anni, è un dato di fatto. Alla base della trasformazione ci sono, in primo luogo, i nuovi comportamenti di consumo e di condivisione delle informazioni dei nostri Clienti, proprio per l'abitudine che ciascuno di noi sta acquisendo, come

cittadino e come consumatore, di abbandonare i tradizionali modelli di servizio, perché non ci appaiono più adeguati, verso soluzioni di più rapida fruizione dell'informazione e della velocità di risposta.

Le attese del consumatore digitale, del nuovo assicurato dei prossimi anni, soprattutto pensando all'auspicabile ingresso nel mondo del lavoro e dell'economia reale delle giovani generazioni, diventano sempre più quelle riferibili alla ricerca del miglior operatore del settore, con una crescente aspettativa che gli standard di servizio, e soprattutto la "velocità di risposta" di una Compagnia di assicurazioni siano analoghi per semplicità, per modello di fruizione e per personalizzazione del servizio, a quelli per esempio accessibili con un clic su una grande libreria on-line.

Noi crediamo che la strategia digitale di una Compagnia di assicurazione attenta al futuro e che voglia investire sulla propria capacità di cogliere le opportunità che abbiamo davanti, non rappresenti solo l'avamposto dell'innovazione, ma una direttrice fondamentale e necessaria, per una politica di crescita durevole e solida nel tempo, che abbracci l'occasione della trasformazione, anche sociale, della cultura di un Paese.

La prima direttrice è certamente favorire quell'incrocio fra business assicurativo e tecnologia, a partire dal basso e sul territorio, con lo sviluppo di nuove professionalità, nuovi saperi, anche attraverso la semplificazione del nostro modo di fare assicurazione e di servire i Clienti, e con la formazione di un ecosistema di scambio e condivisione delle informazioni e delle competenze, basate su una comune visione del futuro della nostra professione.

Le innovazioni tecnologiche, applicate ad altri settori apparentemente diversi dai nostri, in realtà ci spiegano con largo anticipo sia l'esperienza di come potremmo introdurre nuovi modi di fare, sia al tempo stesso ci preparano a considerare la possibilità che altri mercati e comparti possano rapidamente convergere verso il nostro, occupando spazi vitali del nostro sapere e della nostra attività caratteristica di consulenti di rischi delle persone e delle attività economiche d'impresa. La domotica, le nuove smart city, le auto connesse, i sistemi sanitari legati alla telemedicina e alla cura a distanza, sono solo alcuni degli esempi di come la combinazione di tecnologie e business stia già generando l'affermarsi di nuovi modelli di concorrenza orizzontale (fra operatori di diversi settori), ma anche di concorrenza verticale (fra operatori e fornitori della stessa filiera).

bSERVICE opera proprio in questa ottica, al fine di governare l'erogazione del servizio ai clienti e garantire il massimo livello di attenzione ad ogni singolo dettaglio, con la consapevolezza che assistere e curare il consumatore in modo eccellente, è il prerequisito di ogni possibile innovazione.

Il progetto consortile per il Claims Management del Gruppo Bene Assicurazioni nasce con il duplice obiettivo di creare un centro di competenza assicurativo volto a governare l'erogazione del servizio ai clienti attraverso l'ottimizzazione dei processi di gestione dei sinistri, oltre che per introdurre nuove tecnologie per la realizzazione di nuovi prodotti e a migliorare supporto alla clientela.

2. I valori come guida

bSERVICE come tutte le società del Gruppo Assicurativo Bene, è una Società Benefit e si fonda su propri valori distintivi che orientano le scelte e le decisioni quotidiane.

Per questo bSERVICE agisce quotidianamente in maniera convinta e coerente attraverso lo sviluppo di una cultura condivisa, volta a offrire soluzioni e servizi innovativi, per garantire la massima serenità ai propri stakeholder, attraverso una relazione solida e costante.

Un rapporto basato sul dialogo e sul coinvolgimento, su basi di trasparenza e fiducia reciproca sviluppato nel tempo attraverso un insieme di strumenti e canali specifici per gestire al meglio la relazione con i diversi interlocutori, cercando di proporre sempre contenuti di valore.

Proprio in questa ottica, tutti i collaboratori di bSERVICE operano quotidianamente con la convinzione che l'assicurazione svolga un servizio fondamentale al servizio delle persone e della società.

I nostri valori che condividiamo con il Gruppo Assicurativo condivisi con gli stakeholder sul nostro sito istituzionale:

Affidabilità

“Semplice e trasparente”

“Desideriamo che tu abbia fiducia in noi, e per far sì che questo accada, ti proponiamo prodotti semplici e chiari nella loro formulazione ma, al tempo stesso, ricchi di servizi che possano soddisfare Bene tutte le tue esigenze”

Competenza

“Professionisti appassionati”.

“Non improvvisiamo mai. Sappiamo fare Bene il nostro lavoro e curiamo con attenzione maniacale la formazione di tutti i nostri collaboratori. A loro chiediamo ogni giorno, di dimostrare che noi mettiamo passione in quel che facciamo”.

Empatia

“Crediamo nelle relazioni”

“Per noi il rapporto umano è fondamentale. Vogliamo garantirti la migliore protezione e sicurezza, creando con te una relazione in grado di farci capire Bene chi sei e di cosa hai bisogno. Ci piace sapere che possiamo contribuire alla tua felicità!”

Disponibilità

“Come vuoi, quando vuoi”

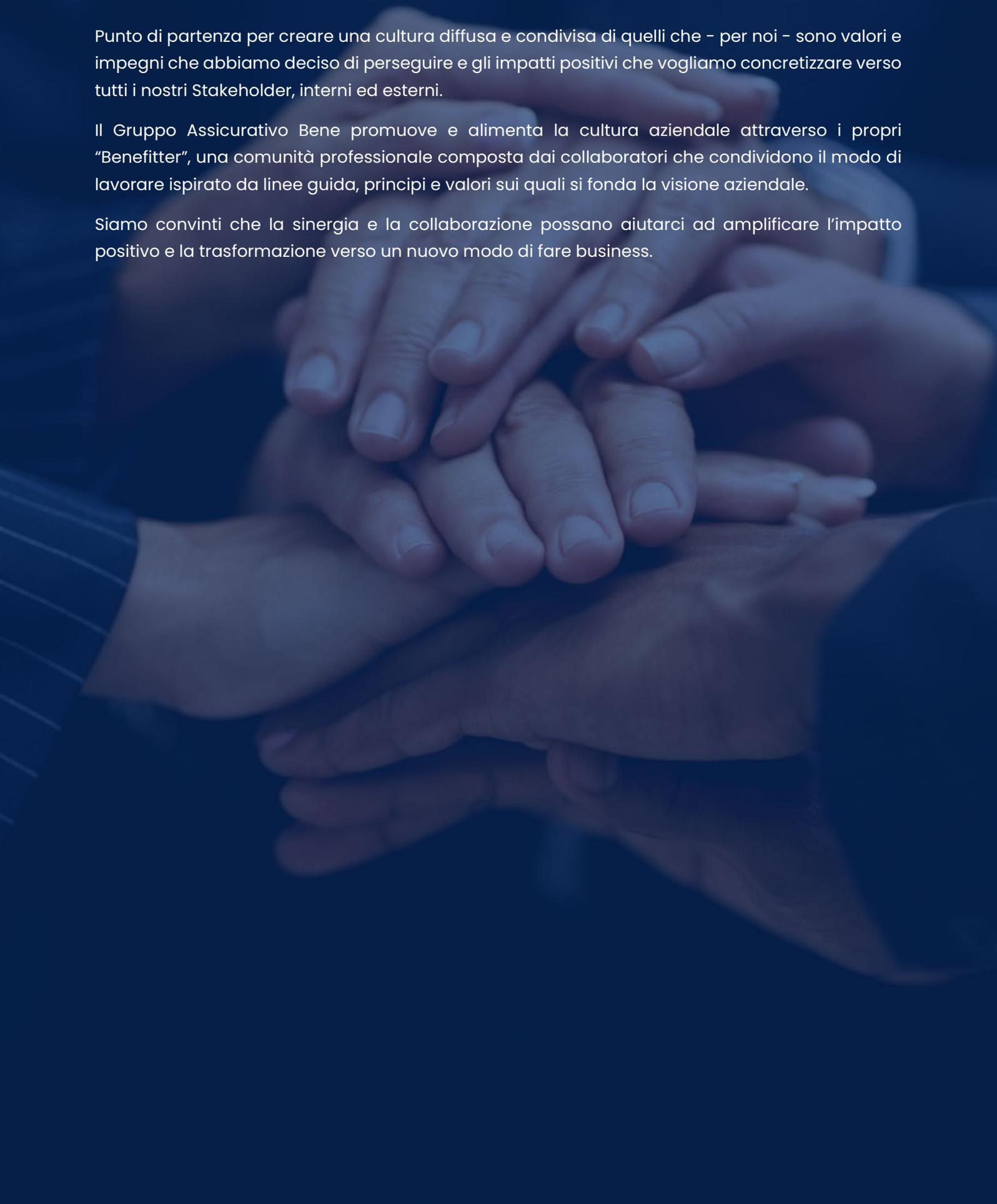
“Per te siamo sempre disponibili. Puoi contattarci come preferisci tu: online oppure attraverso la nostra rete di agenti presenti su tutto il territorio nazionale. Fare le cose per Bene significa anche che... quando hai bisogno, noi ci siamo!”

2.1 - Il manifesto del "Sistema Benefit"

Punto di partenza per creare una cultura diffusa e condivisa di quelli che - per noi - sono valori e impegni che abbiamo deciso di perseguire e gli impatti positivi che vogliamo concretizzare verso tutti i nostri Stakeholder, interni ed esterni.

Il Gruppo Assicurativo Bene promuove e alimenta la cultura aziendale attraverso i propri "Benefitter", una comunità professionale composta dai collaboratori che condividono il modo di lavorare ispirato da linee guida, principi e valori sui quali si fonda la visione aziendale.

Siamo convinti che la sinergia e la collaborazione possano aiutarci ad amplificare l'impatto positivo e la trasformazione verso un nuovo modo di fare business.



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!**

2.2 - Una voce, unica, chiara e costante

L'intero Gruppo Assicurativo Bene considera la relazione costante e solida con tutti i propri stakeholder un pilastro fondamentale dell'ecosistema. Un rapporto basato sul dialogo e sul coinvolgimento, su basi di trasparenza e fiducia reciproca sviluppato nel tempo attraverso un insieme di strumenti e canali specifici per gestire al meglio la relazione con i diversi interlocutori, cercando di proporre sempre contenuti di valore.

Un approccio finalizzato a rendicontare e comunicare periodicamente agli stakeholder i risultati della gestione in relazione alle tematiche di interesse reciproco attraverso i diversi canali di comunicazione sviluppati della Società consapevole che i momenti di confronto sono input reciproci di crescita ed arricchimento.



Per comunicare con i propri clienti finali la Compagnia ha scelto un tono di voce professionale ma amichevole, nei contesti dove è opportuno, anche bonariamente ironico.

L'obiettivo di ogni testo scritto è infatti quello di:

- **Rassicurare:** crediamo che il ruolo sociale delle assicurazioni sia dare serenità alle persone, per questo scriviamo tenendo in conto anche delle insicurezze di chi ci legge e offriamo soluzioni in modo chiaro e con tranquillità;
- **informare:** rispondiamo a chi ci contatta esprimendo ciò che il cliente vuole sapere, in modo semplice. Il nostro ruolo è anche quello di diffondere la cultura assicurativa ed ogni testo può essere un contributo utile;
- **dare un aiuto concreto:** ci impegniamo a guidare il lettore verso una soluzione reale, quella di cui ha bisogno. Le situazioni aperte e irrisolte sono nemiche della serenità: cerchiamo sempre di dare consigli e indicazioni attuabili;



3. Che 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.

Le Società Benefit sono società a scopo di lucro che decidono di esplicitare nel proprio oggetto sociale un duplice obiettivo: creare valore sia per gli shareholder, sia per gli stakeholder.

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 srl, spa 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 art.1 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.

A verificare e rafforzare il rispetto dei doveri delle Società Benefit ci sono tre criteri previsti dalla legge:

- 1) La prima prevede l'istituzione di un soggetto interno che sia responsabile del perseguimento delle finalità di beneficio comune a cui affidare le funzioni e compiti volti al perseguimento delle suddette finalità» e tale obbligo di nomina spetta all'organo amministrativo, come indicato nel comma successivo. L'istituzione di questo soggetto vuole quindi essere un rafforzamento della finalità di beneficio comune, in modo che essa non venga trascurata e trovi, all'interno dell'impresa, un soggetto che la rappresenti e la tuteli;
- 2) la seconda impone un obbligo di autovalutazione dell'impatto utilizzando standard indipendenti e riconosciuti; riguarda la redazione di una relazione annuale che informi in modo trasparente sia i soci sia tutti i possibili stakeholder. Affinché essa non sia soggetta a modifiche che ne riducano o annullino l'efficacia e utilità, la legge non solo ha previsto che sia allegata al bilancio societario, ma ha indicato gli elementi che deve includere. Essa deve essere redatta annualmente e deve contenere «[...] la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune [...]; una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire [...];
- 3) la terza prevede un rafforzamento pubblicistico che obbliga i soggetti che ricoprono posizioni di responsabilità all'interno della società a rispondere del loro operato. Su questo aspetto, la legge (art.1 comma 381 e 384) ha previsto due meccanismi atti a punire eventuali comportamenti opportunistici. Il primo prevede che nel caso in cui che l'impresa cerchi di avvantaggiarsi di questa denominazione senza però effettivamente essere amministrata in modo «[...] da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie indicate nel comma 376», questo comportamento sia considerato come un inadempimento dei doveri che ricadono sugli amministratori e quindi «[...] si applica quanto disposto dal codice civile in relazione a ciascun tipo di società in tema di responsabilità degli amministratori». Ciò obbliga gli amministratori a prendere decisioni ponderando attentamente il loro impatto, ma allo stesso tempo tutela queste stesse decisioni da eventuali azioni di soci ed azionisti che, per favorire una massimizzazione del profitto, si oppongono all'inclusione dell'impatto sociale e ambientale nelle scelte degli amministratori.

Il secondo meccanismo, invece, afferma che le società che non rispettino la finalità di beneficio comune siano soggette «[...] alle disposizioni [...] in materia di pubblicità ingannevole e alle disposizioni del codice del consumo [...]» e spetta all'Autorità garante della concorrenza e del mercato vigilare e irrogare le sanzioni amministrative.

Diventare Società Benefit non implica incentivi economici o fiscali; in questo modo, la nuova forma giuridica, non gravando sulle casse dello Stato, evidenzia il suo obiettivo di creare valore per la società.

3.1 – Il Beneficio comune di bService

bSERVICE, sin dall'atto della propria costituzione, persegue, ai sensi della legge n.208/2015, finalità di beneficio comune, scegliendo, così, una gestione volta al bilanciamento dell'interesse dei soci-consorziati con l'interesse di coloro per i quali l'attività aziendale possa avere un impatto.

BENEFICIO COMUNE DI bSERVICE

La società, ai sensi della Legge 28 dicembre 2015 n. 208, art.1 comma 76 – 384, persegue le seguenti finalità di beneficio comune:

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;

ii) 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 su tematiche di cultura assicurativa in linea con quanto previsto dalle norme primarie e secondarie di Legge destinati a operatori professionali della intermediazione assicurativa ai sensi dell'art. 106 del D.Lgs. 209/2005 e/o alla collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi;

iii) la progettazione, lo sviluppo, la produzione, la cessione in uso e il noleggio di prodotti, sistemi, servizi e opere dell'ingegno 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 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;

iv) l'organizzazione e la gestione di laboratori di studio volti alla valorizzazione dell'uso di piattaforme digitali nei processi contrattuali assicurativi, allo scopo di migliorare e semplificare l'esperienza e le relazioni nella fase di negoziazione e di stipula sia per gli operatori professionali sia per la collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi; tanto anche attraverso l'implementazione di soluzioni assicurative a basso impatto ambientale attraverso la riduzione o – quando possibile – l'eliminazione dell'uso di materiale cartaceo;

v) lo sviluppo di applicazioni informatiche multimediali ed ipertestuali per il miglioramento delle relazioni tra operatori professionali della filiera della distribuzione assicurativa e tra questi ultimi e la collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi.

1° BENEFICIO COMUNE

- Talent Acquisition con Academy formative



2° BENEFICIO COMUNE

- Formazione dei Benefitter
- Biblioteca aziendale



4° BENEFICIO COMUNE

- Fully cloud based Organization
- Fully Digital Organization



ALTRE INIZIATIVE

- Formazione società Benefit
- Miglioramento degli spazi di lavoro
- bSERVICE a sostegno dell'Ucraina



4. Gli ambiti di intervento di bSERVICE e del Gruppo Assicurativo Bene: le 3P

La sostenibilità considerata nel contesto aziendale prende in considerazione il modo in cui l'impresa opera in un ambiente ecologico (Planet), sociale (People) ed economico (Prosperity), e si basa sul presupposto che lo sviluppo di strategie atte a perseguirla favoriscano la longevità dell'impresa stessa.

Alla base di questo framework c'è sempre la constatazione che al di là dei soci o degli azionisti, ci sono anche altri soggetti portatori di interessi che vanno tenuti in considerazione.

L'espressione 3P, conosciuta anche con il termine Triple Bottom Line, appartiene a John Elkington, che la propose nel 1998 nel suo *"Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business"*.

È un principio diffuso nel mondo anglosassone, che si usa per declinare la sostenibilità ambientale e vuole indicare tre vere e proprie linee guida, People, Planet, Prosperity, ma va a richiamare anche il concetto inglese di "bottom line" considerando le risultanze dall'operato di un'impresa al quale aggiungere tutte e tre queste dimensioni, facendo sì che l'impatto non possa essere valutato limitandosi ad osservare solamente i risultati finanziari.

L'approccio delle 3P concentra le aziende non solo sul valore economico che raggiungono, ma anche sul valore ambientale e sociale che aggiungono o distruggono.

L'organizzazione, per generare risultati e avere un vantaggio competitivo nel medio periodo, deve impostare la propria strategia d'impresa unendo assieme tutte e tre le variabili:

1) **People: le persone.**

L'impatto positivo o negativo che una organizzazione, una strategia aziendale, ha sui suoi stakeholder più importanti: i dipendenti e le loro famiglie, i clienti, i fornitori, le comunità, e ogni altra categoria di persone che influenza o è influenzata dalle scelte in questione. Cambia radicalmente, cioè, il punto di vista dal quale si considera un'azione. Non è più al centro lo shareholder, l'azionista; ma lo stakeholder, il portatore di interessi, nel senso più lato del termine.

2) **Planet: il pianeta.**

L'impatto positivo o negativo che ha una organizzazione sull'ambiente. Questo comprende la riduzione dell'impronta ecologica (carbon footprint), l'impiego di risorse naturali, di materiali nocivi, ma anche la riduzione dello spreco, la riforestazione e il ripristino del danno all'ambiente naturale, arrecato dalla collettività.

3) **Prosperity: la prosperità.**

L'espressione "prosperità" comprende quanto delle ricadute e degli indotti di un'azienda non è immediatamente monetizzabile. Creazione di nuovi posti di lavoro, innovazione, la creazione di ricchezza in senso lato, e qualsiasi altro impatto di tipo economico che un'azienda può avere.

Il beneficio comune stabilito è dichiarato all'interno dello statuto sociale di bSERVICE, Società Benefit nell'aprile sin dalla sua costituzione, abbraccia tutte e tre le dimensioni di Elkington: il ruolo sociale dell'assicurazione passa anche attraverso la capacità di avere una visione olistica dell'ecosistema.



People

- Formazione ai Benefitter
- Formazione società Benefit
- Talent Acquisition con Academy formative
- Biblioteca aziendale
- Miglioramento degli spazi di lavoro
- bSERVICE a sostegno dell'Ucraina



Planet

- Fully cloud based organization
- Fully digital company

5. Risultati relativi alle finalità specifiche di Beneficio comune: PEOPLE

5.1 – La formazione come strumento di crescita

Come noto a tutti la rivoluzione tecnologica sta scuotendo alle fondamenta un mondo apparentemente inamovibile come quello dell'apprendimento, e la pandemia ha definitivamente accelerato questo processo.

L'apprendimento, in particolare per il mondo della formazione aziendale deve ormai avvenire alla velocità del cambiamento, deve essere continuo per tutto l'arco della vita professionale, deve far fronte all'evoluzione delle competenze tradizionali e, al tempo stesso, formare nuove competenze, sia di tipo tecnico, che di tipo manageriale-commerciale. Una sfida per le aziende che devono acquisire la consapevolezza che l'apprendimento è ormai, e lo sarà ancora di più, il primo unico motore per tenere il passo della trasformazione digitale e poter vivere la professione di assicuratore da protagonista nelle sfide presenti, e soprattutto future, che le nuove tecnologie ci imporranno.

E noi come Gruppo in che modo abbiamo risposto? Con l'erogazione di molte ore di formazione, con il coinvolgimento costante di più dell'80% delle nostre oltre 350 agenzie, con la partecipazione ai nostri webinar di circa 1.000 collaboratori, riconoscendo loro la certificazione di tutte le ore di formazione utili all'aggiornamento professionale previsto dall'Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni (IVASS) per ogni intermediario iscritto al Registro Unico degli Intermediari (RUI).

Siamo tuttavia consapevoli che nel prossimo biennio dovremo rafforzare l'attività di formazione su nuove tematiche e nuovi rischi che emergono come esigenza specifica dei nostri clienti che, a seguito degli eventi subiti e delle nuove necessità, hanno sempre più bisogno di consulenti esperti e aggiornati. Uno degli aspetti da approfondire è certamente la *cybersecurity* e la correlata risposta ai cyber risk che ogni assicuratore dovrà imparare a dare ai propri clienti, che sempre più sono consapevoli quanto questa sia uno delle priorità nell'analisi dei rischi di ogni individuo, oltre che di ogni attività professionale e aziendale.

Ma altrettanto la novità principale che irromperà nei programmi formativi è quella delle tematiche ambientali della sostenibilità, dell'agenda 2030, con la questione ESG (environmental, social, governance) come centrale per ogni Compagnia nella misurazione della sostenibilità del suo agire e dei suoi investimenti. Temi questi fondamentali per il nostro futuro professionale a cui noi, come Società Benefit, teniamo particolarmente e temi che vedono le nuove generazioni molto più attente di chi guida oggi le organizzazioni di impresa, avendo loro più di noi, piena consapevolezza che nella lotta ai cambiamenti climatici *"there's no more time to wait"*.

Inutile dire che il tema della formazione è per noi e per il nostro futuro una sfida cruciale come Technology Company.

Siamo infatti convinti che l'esperienza nasca sul campo, giorno dopo giorno, prendendo consapevolezza delle proprie competenze e incontrando sfide stimolanti che arricchiscano il proprio bagaglio personale e professionale.

Questo non riguarda soltanto intermediari e agenti di assicurazione ma anche tutti i collaboratori del Gruppo Assicurativo Bene.

Cerchiamo giovani che abbiano il desiderio di affrontare il cambiamento accelerato della trasformazione digitale e le sfide di un team *digital native*. Persone che abbiano voglia di crescere a livello professionale e umano all'interno della comunità professionale dei Benefitter che si compone di senior manager e giovani talenti: un gruppo di persone che coprono diversi ruoli aziendali, da figure tecniche a specialisti delle cauzioni e a professionisti delle nuove tecnologie e dell'amministrazione.

Incoraggiamo i giovani a sperimentare sempre nuove soluzioni, a collaborare con i professionisti di tutti i servizi aziendali e ad acquisire così nuove competenze trasversali e questo ci obbliga a tenere standard di formazione molto alti.

5.1.1 La formazione dei Benefitter

In qualità di Società Benefit attribuiamo molto valore alla formazione come potente leva di cambiamento ed evoluzione delle persone nell'ambito delle loro competenze professionali quale modalità di cambiamento ed evoluzione delle persone sui luoghi di lavoro, e più in generale di crescita dell'autostima e della consapevolezza che poi ciascuno porta nella propria vita e nel proprio sistema di relazioni.

Ma sappiamo, per consolidata esperienza diretta, che la formazione rappresenta anche l'opportunità per il riconoscimento del potenziale di ognuno, per dare soprattutto ai meritevoli, la possibilità di accrescere le proprie competenze ed essere poi così valorizzati nei sentieri di carriera individuali, che la nostra azienda cura, e curerà sempre più, con maniacale attenzione.

Sempre più si parla di attività di upskilling e reskilling nelle aziende, a partire dalle opportunità offerte da Industria 4.0, senza dimenticare che il primo principio del Pilastro europeo dei Diritti Sociali recita che *"Ogni persona ha diritto a un'istruzione, a una formazione e a un apprendimento permanente di qualità e inclusivi, al fine di mantenere e acquisire competenze che consentono di partecipare pienamente alla società e di gestire con successo le transizioni nel mercato del lavoro"*.

Il settore assicurativo mostra ritardi sulle attività di formazione non tradizionali (intendendo per "tradizionali" quelle indirizzate all'ambito della tecnica assicurativa e della compliance normativa e regolamentare), ma invece orientate in termini specialistici alla trasformazione digitale, che insieme alla transizione ecologica rappresentano le due grandi discontinuità che attendono il mondo del lavoro anche nelle imprese di servizi come le compagnie di assicurazioni, che hanno ancora molto da fare per realizzare tale principio e affrontare la sfida della duplice transizione verde e digitale, che esige un adeguamento e un miglioramento delle competenze di cui dobbiamo dotare le giovani generazioni e anche gli adulti, ancora non sufficientemente qualificati.

Attività

L'offerta formativa dedicata alla rete agenziale di Bene consente agli intermediari e ai loro collaboratori un costante allineamento alle tematiche di settore nonché la certezza di rispettare i termini previsti dall'autorità di vigilanza per svolgere la professione coerentemente con le linee guida e i principi cardine.

Risultati raggiunti

- Consolidamento delle competenze della pratica assicurativa;
- diffusione del modello di Assicurazione con ruolo sociale;
- rafforzamento del senso di appartenenza e di unità all'Ecosistema di Bene.

Obiettivi 2023

- Approfondire e trasmettere i valori e l'evoluzione dell'essere Benefit;
- Proporre percorsi volti a raggiungere obiettivi di crescita personale e professionale, in base alle competenze richieste dal ruolo di intermediario.



Biblioteca aziendale

Nell'anno corrente abbiamo dato avvio ad un progetto strutturale di costruzione di una futura Biblioteca aziendale del Gruppo Assicurativo Bene che, in quanto digital company, vuole consolidare i temi di cultura aziendale che si tramandano solo attraverso la tipica riflessione che scaturisce dalla lettura del vecchio amato libro, quale plastica antinomia della nostra natura di innovatori che ricercano il senso e lo scopo del nostro fare impresa anche nel recupero e nella riscoperta di tutti i temi tipici della letteratura manageriale e del filone antropologico culturale, sviluppato dalla storia economica che parte dal capitalismo del primo '900.

La biblioteca aziendale acquisisce un significato importante, perché è in grado di conciliare la flessibilità con la concretezza di uno spazio fisico; la sua presenza ridefinisce il valore del luogo di lavoro, che non è più spazio esclusivamente dedicato alla "produzione" ma si trasforma in un ambito in cui relazione e cultura diventano elementi fondamentali per la creazione di valore.

Rappresenta un luogo di sapere accessibile e plurale ed esercita un forte potere evocativo sulla creatività delle persone, dando fisica rappresentazione al patrimonio intellettuale dell'azienda, consapevole che le carriere, e soprattutto i percorsi di crescita professionale, si costruiscono a partire dalla curiosità, dalla ricerca e dallo studio continuo su ciò che accresce il proprio bagaglio culturale.

Nel 2022 pertanto abbiamo iniziato con la catalogazione e la raccolta dei primi volumi suggeriti ed indicati dai numerosi trainer ingaggiati per l'erogazione dei corsi di formazione interni al fine di avviare la costruzione di questa piccola libreria aziendale partendo proprio con le tematiche più care ai Benefitter, in attesa che nell'orizzonte dei prossimi anni possa confluire in un vero e proprio progetto di biblioteca aziendale.

Claims Handler Academy

Nel terzo trimestre del 2022 abbiamo avviato il progetto "Claims Handler Academy", della durata di 160 ore, in partnership con Umama S.p.A. con l'obiettivo di divulgare la cultura assicurativa tra i giovani neolaureati, dando loro la possibilità di entrare a far parte di una digital company dinamica, in forte e rapido sviluppo, come la nostra.

Al fine di enfatizzare meglio l'importanza sociale di una Compagnia di assicurazioni, oltre a progettare interamente l'intervento formativo, abbiamo deciso di coinvolgere come docenti nostri collaboratori più qualificati. Infatti, gran parte della formazione è stata tenuta da nostri Senior e Middle Manager con l'obiettivo di trasmettere ai giovani allievi le competenze necessarie a ricoprire uno dei ruoli cardine in una Compagnia assicurativa, quello della gestione e liquidazione dei sinistri.

Questo approccio ha permesso di fornire un'ampia presentazione del Gruppo Assicurativo Bene e ha favorito una conoscenza approfondita dei giovani partecipanti al corso da parte dell'Azienda.

Al termine dell'Academy, bSERVICE ha inserito nel team i quattro liquidatori junior più promettenti provenienti dal percorso formativo.

Questa prima edizione della Claims Handler Academy è stata un'attività molto importante per il Gruppo Assicurativo Bene che, credendo fortemente nel ruolo sociale dell'assicurazione, ha investito nella formazione per una funzione aziendale strategica, dando la possibilità di crescere in maniera sostenibile e dando un'opportunità professionale e di miglioramento a tutti coloro i quali condividono questi valori e desiderano intraprendere una carriera nel mondo assicurativo.

Masterclass – Joint the expert

BENE MASTERCLASS - join the Expert", sono incontri rivolti ai Benefitter aventi l'opportunità di conoscere alcuni protagonisti della nostra industria, nella caratteristica modalità del "dialogo-testimonianza con un leader".

Questi incontri della durata prevista di circa 90 minuti sono aperti dopo l'introduzione del leader, invitato a presentare la sua storia, a domande e risposte dei Benefitter, che così possono toccare con mano il mondo esterno di partner a noi vicini, che stimiamo e ai quali chiediamo una testimonianza che possa ispirare la crescita professionale del nostro giovane team.

Questo formato non ha ovviamente un contenuto meramente formativo, ma tende ad aprire l'orizzonte e la conoscenza di mondi contigui al nostro.



Le testimonianze di quest'anno hanno riguardato:

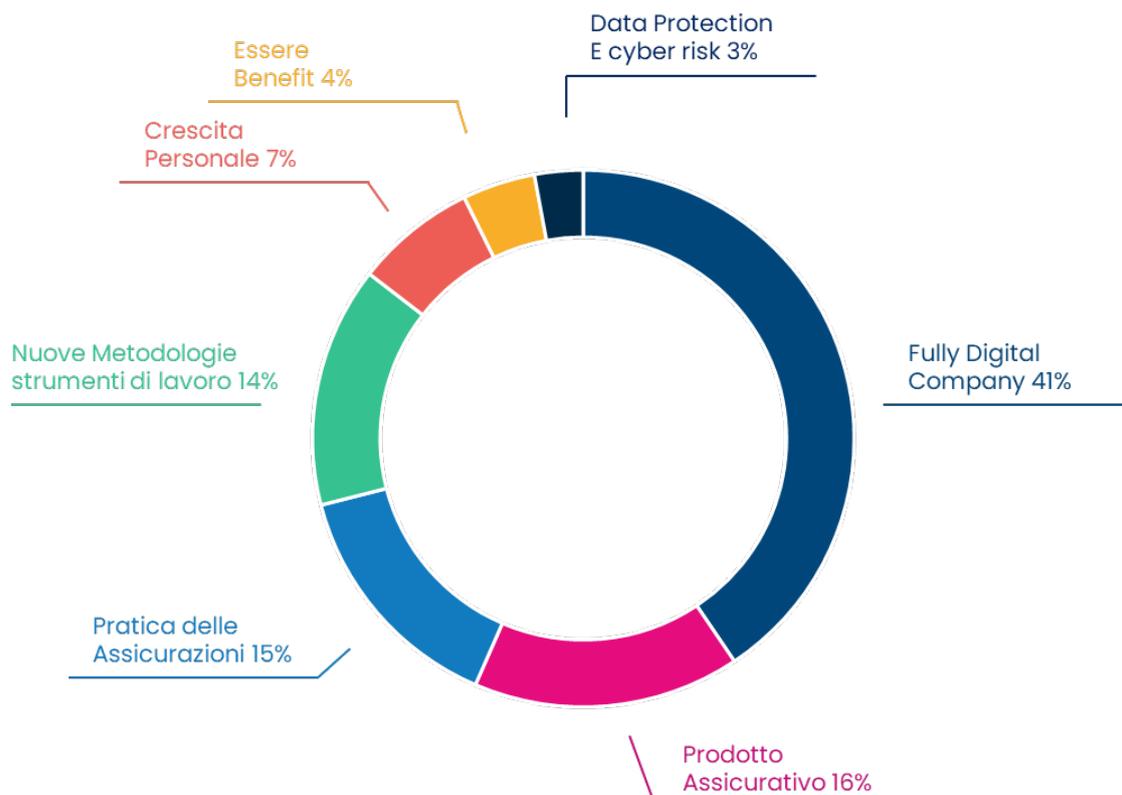
- La riassicurazione;
- i servizi a valore aggiunto delle polizze assicurative;
- l'attuariato;
- l'innovazione tecnologica e di processo.

L'auspicio è che questi contributi culturali di nostri importanti partner, oltre che riconosciuti leader nei loro segmenti di mercato, contribuiscano ad irrobustire le competenze e le conoscenze di tutti i Benefitter, convinti come siamo che solo un solido zoccolo culturale contribuisce alla costruzione di un bagaglio professionale che proietta le esperienze di ciascuno, meritocraticamente, verso un futuro con sempre maggiori chance e opportunità di valorizzazione e di crescita.

Workshop tematici di approfondimento

Durante il corso dell'anno abbiamo presentato un catalogo di corsi formativi di circa 70 titoli specificamente individuati per determinate aree aziendali, o per particolari competenze da approfondire.

Sono stati erogati durante tutto l'anno ed hanno assorbito circa 3,4% delle giornate lavorative medie di un Benefitter.



Distribuzione per tematiche trattate

Workshop Società Benefit

Durante il corso dell'anno 2022 è stato realizzato un workshop ad hoc e intitolato: "BENE COMUNE E BENEFICIO DIFFUSO: cosa vuol dire essere benefit", ideato a seguito della trasformazione della capogruppo Bene in Società Benefit, che si è unita, così, a quanto già praticato con FIT e bSERVICE.

L'obiettivo è stato quello di creare una cultura diffusa e condivisa dei valori e degli impegni che tutto il Gruppo Assicurativo Bene ha deciso di perseguire, con gli impatti positivi che intende concretizzare verso tutti gli stakeholders.

Il workshop è stato strutturato in due moduli: il primo dedicato ad analizzare l'identità e il "purpose" del Sistema BeneFIT, mentre il secondo, più pratico, ha visto l'analisi di alcuni casi di studio riconducibili a eccellenze del mondo "benefit".

L'iniziativa ha coinvolto tutti i Benefitters poiché siamo convinti che il confronto aperto e la collaborazione di tutti possa aiutarci ad amplificare l'impatto positivo delle nostre azioni, grazie anche a nuove idee in grado di rafforzare la nostra cultura di impresa e indirettamente la progressiva crescita qualitativa della nostra organizzazione.



5.2 – BSERVICE a sostegno dell'Ucraina

Il conflitto in Ucraina, inasprito durante questo anno ha portato conseguenze devastanti a bambini e le loro famiglie. Questa escalation ha gravemente colpito l'accesso della popolazione all'assistenza sanitaria vitale. Si sono resi necessari finanziamenti urgenti per curare i pazienti feriti dal conflitto o quelli che necessitano di cure vitali.

A questo proposito anche bSERVICE insieme a Bene Assicurazioni ha tenuto a dare un aiuto concreto alle famiglie ucraine che sono state costrette ad abbandonare le proprie case e hanno trovato rifugio in Moldavia attraverso la donazione, da parte dei Benefitter, di cibo, vestiario, coperte, medicinali destinati al centro di smistamento di Cernivci, città vicino al confine e direttamente all'ambasciata ucraina

Attività

Sostegno economico e fattivo alle popolazioni in difficoltà

Risultati raggiunti

- Aiuto concreto in Ucraina
- Coinvolgimento dei dipendenti in attività benefiche



5.3 – Il miglioramento degli spazi di lavoro

Al fine di migliorare il benessere dei collaboratori e di creare un ambiente piacevole all'interno dell'ufficio è stato condotto uno studio allo scopo di verificare la correlazione tra ambiente e qualità della postazione di lavoro.

Ne è emerso che i livelli più alti di soddisfazione al lavoro sono legati ai livelli più alti di soddisfazione dell'ambiente di lavoro riferiti principalmente a illuminazione, comfort acustico e termico. Lo studio ha dimostrato che il rumore generato dalle conversazioni provenienti dai vicini di postazione è uno dei fattori principali di irritazione per i colleghi.

L'assessment ha confermato quanto definito dalle ricerche di settore, che affermano che il personale di un ufficio open space è meno produttivo del 15% poiché incontra più difficoltà a concentrarsi, mentre le piccole distrazioni fanno perdere più di 20 minuti di concentrazione al giorno.

Attività

Realizzazione di alcune misure aggiuntive da adottare per migliorare l'acustica dell'open space fra le quali l'installazione di pannelli di materiale fonoassorbente con particolare attenzione alla continuità e all'estetica dei luoghi a:

- tutte le alzate divisorie e le grandi superfici;
- il controsoffitto;
- le pareti delle sale meeting;
- i frangi aria che delimitano alcune aree dell'open space.

Risultati raggiunti

- Aumento della capacità di concentrazione dei collaboratori e riduzione del livello di errore del 10%;
- riduzione dell'Effetto Lombard (Il comportamento per cui si alza il tono di voce all'aumentare del rumore attorno);
- riduzione dell'impatto psicologico strettamente legato all'eccessiva esposizione al rumore che, protratto nel tempo, potrebbe portare a situazioni di depressione sul luogo di lavoro o di aggressività.

Obiettivi 2023

- Ampliamento e rinnovo degli spazi di lavoro, avviando un progetto di studio delle necessità dei dipendenti e di realizzazione di nuovi spazi di lavoro condiviso



6. Risultati relativi alle finalità specifiche di Beneficio comune: PLANET

6.1 – Fully Cloud Based Organization

Il Gruppo Assicurativo Bene nel corso del 2022 evolve e si consolida come Compagnia digital native e fully cloud based.

Si è infatti conclusa, nel corso dell'anno, la migrazione ottimizzata in maniera nativa per il cloud dell'infrastruttura IT delle società del Gruppo.

Dopo un progetto e una fase di preparazione pluriennale, infatti, oggi è ormai a regime come Compagnia di assicurazione in Italia digital native e completamente cloud based.

Questa svolta permette a Bene Assicurazioni di evolversi e ottenere un forte efficientamento in termini di costi della gestione dell'infrastruttura IT e in termini di ottimizzazione delle risorse.

Questo passaggio permette anche di favorire una maggiore flessibilità e scalabilità agli asset di business e degli ambienti di erogazione dei servizi, soprattutto nel caso di picchi di richieste ai sistemi.

Infine, questo impegnativo e delicato processo permetterà alla Compagnia di migliorare la propria "carbon footprint", il parametro che determina gli impatti ambientali che le attività aziendali hanno sul cambiamento climatico, soprattutto in ottica ESG.

Da recenti studi effettuati dalle grandi organizzazioni di consulenza, si afferma che la riduzione di Co2 per le imprese è misurata tra il 35% e il 45% già nel primo passaggio di migrazione dell'infrastruttura IT in cloud riuscendo ad ottenere in aggiunta una riduzione dei costi di gestione IT fino al 12% di media. Non solo, raggiungono anche risultati superiori alle altre imprese per quanto riguarda il miglioramento di "ESG score", Brand Image e soddisfazione dei clienti, senza contare il maggiore risparmio fiscale che ottengono grazie alla trasformazione green.

Come tale, questa migrazione si inserisce a pieno titolo nelle molteplici attività che il Gruppo Assicurativo Bene intraprende quotidianamente con l'impegno di contribuire ad avere un impatto positivo per la transizione ecologica del nostro Paese, come è dichiarato nel 4° Beneficio comune del suo statuto di Società Benefit.

Attività

- Migrazione in cloud dell'architettura IT;
- realizzazione e sviluppo di processi e procedure totalmente dematerializzati (firma elettronica, pagamenti online, privilegio di canali di comunicazione e-mail ecc.)

Risultati raggiunti

- Minore impatto dell'impronta carbonica con l'adozione del modello della "cloud based organization";
- maggiore efficienza e cost saving con l'adozione di un Operating Model full digital.

Obiettivi 2023

- Diffusione della cultura della sostenibilità, anche tramite organizzazione di conferenze, seminari, convegni, workshop, campagne di comunicazione e corsi di formazione



7. Obiettivi 2023

7.1 – Pink Belt Ambassador

A seguito del corso di formazione erogato a tutti i Benefitter su “cosa vuol dire essere benefit” il Gruppo Assicurativo Bene ha deciso di creare un Gruppo di lavoro ad adesione volontaria, trasversale a tutte e tre le società del Gruppo Assicurativo, dedicato alla realizzazione delle attività benefit. Sono nati così i “Pink Belt Ambassadors”.

Il percorso prevede due moduli. Uno svoltosi nell’ultimo trimestre 2022 allo scopo di coinvolgere il team ed arrivare ad un comune livello di conoscenza del tema. Il secondo è iniziato a gennaio 2023 e prevede il coinvolgimento strutturato e periodico degli Ambassadors per lavorare insieme sulle iniziative benefit, ognuno secondo propria disponibilità, capacità e volontà.

Location d’eccezione ad ospitare il primo evento è stato il Villaggio Crespi, Patrimonio dell’Unesco, definito come uno dei primi esempi di “smart city walking distance” in Italia.

Questo percorso di avvicinamento graduale e progressivo ha l’obiettivo di mantenere ben saldi i confini di ciò che è coerente con il modello di impresa di Bene e che potrà vedere declinazione lungo il 2023 attraverso attivazioni di nuove best practice relative a:

1. Innovazione e modelli di applicazione dell’innovazione nelle imprese di servizi;
2. sostenibilità e applicazione al mondo assicurativo, con tutte le correlazioni della dimensione benefit;
3. nuove tecnologie, linguaggi e metodologie di lavoro;
4. autoformazione, soft skills, personal branding e abilità individuali nella costruzione di un percorso di crescita professionale;
5. underwriting e tecnica assicurativa.

8. Conclusioni della Relazione di Impatto 2022

Il viaggio prosegue, e siamo più forti, più solidi, più determinati di prima a perseguire con pugnacia la nostra visione strategica, alla ricerca dell'innovazione continua, coniugando con passione e rinnovato entusiasmo lo sviluppo dinamico e la ricerca dell'economicità, che ci traguardi verso quell'eccellenza indispensabile a diventare un Gruppo assicurativo indipendente, con un largo portafoglio di clienti che, in questa nuova epoca della sostenibilità praticata, privilegeranno le storie d'impresa credibili e orientate a creare valore duraturo per tutti i propri stakeholders.



bSERVICE s.c.a.r.l.
Società Benefit

Relazione di Impatto 2022

