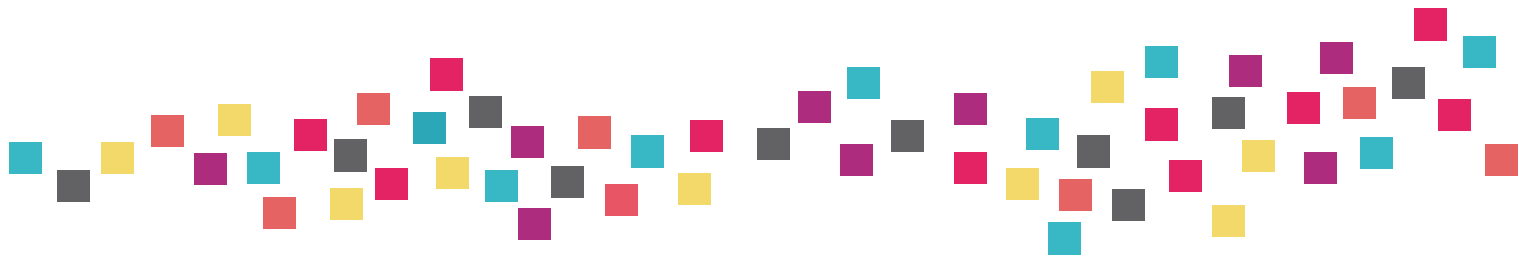


LEONARDO ASSICURAZIONI SRL
SOCIETÀ BENEFIT
UNIPERSONALE



Relazione di impatto 2021

Lettera dell'Imprenditore agli Stakeholder

Gentili Signori,

è con grande orgoglio che partecipo, con questa mia comunicazione, alla prima stesura della relazione di impatto di Leonardo Assicurazioni nella veste di imprenditore che mai come quest'anno sento essere il mio ruolo.

Questa relazione è la testimonianza di un percorso spontaneo e naturale, intrapreso insieme a tutte le persone che compongono la nostra azienda e che ci vede sempre più soddisfatti delle tappe del cammino che stiamo percorrendo, non solo come risultati di business ma anche e soprattutto come interpreti e motori di un bellissimo cambiamento sociale del quale non possiamo più fare a meno.

Stiamo vivendo l'ambito lavorativo in modo diverso, abbiamo imparato che per fare impresa oggi è necessario, prima di tutto, occuparsi del mondo che ci circonda, delle persone che lo abitano, a partire dai nostri colleghi e dai nostri famigliari, in una bella promiscuità fra mondo lavorativo e privato, vissuto in una rete di relazioni sempre più fluide e fuori dagli schemi classici conosciuti nelle nostre esperienze lavorative.

Abbiamo avuto la possibilità di costruire e scoprire, grazie a questo cammino, tante nuove ed interessanti relazioni che spesso sono andate oltre i settori di business di appartenenza: scoprire e relazionarsi con persone ed aziende che hanno e perseguono valori comuni ai nostri in una sinfonia di azioni rivolte al miglioramento del nostro mondo è stata una piacevolissima e stimolante sorpresa.

La partecipazione spontanea e motivata poi di tutte le persone della nostra azienda a questa comune volontà e a questi nostri ambiziosi obiettivi, ci stimola ogni giorno ad andare avanti nella direzione intrapresa con rinnovato entusiasmo, alla ricerca di sempre nuove ed ambiziose sfide.

Concludo augurando a tutti noi di proseguire con sempre più determinazione in questa nostra ambiziosa missione e di incontrare sul nostro cammino sempre più persone ed aziende che come noi vogliono contribuire al benessere del mondo che viviamo.

Gian Luca Buzzetti



Indice

1. Introduzione

2. Descrizione dell'azienda, vision e mission

3. Il modello di business

4. Le iniziative benefit e l'impegno al miglioramento continuo con descrizione delle attività svolte nei vari ambiti benefit

5. Descrizione dei valori quantitativi e dei KPI. B-Impact Score

6. Conclusioni e nuovi obiettivi

1. Introduzione

Le Società Benefit (SB) rappresentano un'evoluzione della tradizionale accezione di impresa secondo la quale lo scopo primo dell'impresa è la generazione di reddito volto alla remunerazione degli *shareholder*; l'accezione di Società Benefit affianca allo scopo reddituale la ricerca di un positivo impatto sulla società e sull'ambiente.

In linea generale, le due caratteristiche fondamentali delle Società Benefit sono, quindi, quelle di:

1. esplicitare nel proprio oggetto sociale l'attenzione verso tutti i portatori di interessi (sia *Shareholder* che *Stakeholder*);
2. misurare i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una relazione di impatto che delinea i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno.

In merito si precisa che la presente risulta essere la prima relazione di impatto per Leonardo Assicurazioni, avendo quest'ultima modificato lo statuto sociale nell'esercizio 2021 al fine di divenire "Società Benefit".

Per quanto concerne la misurazione quantitativa dell'impatto la società deve adottare uno standard di valutazione che soddisfi i requisiti di correttezza, trasparenza e completezza. In merito, Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit ha utilizzato come protocollo di misurazione il B Impact Assessment (<https://www.bcorporation.net/>): uno standard di valutazione esterno che soddisfa le caratteristiche descritte nell'allegato 4 della legge n. 208 del 28 dicembre 2015 e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 (governo d'impresa, lavoratori, altri portatori d'interesse, ambiente) della medesima, fornendo una valutazione, sulla base di principi di materialità, su una scala di valori che va da 0 a 200 punti e validata dall'ente certificatore B Lab. Con il superamento degli 80 punti si ottiene il riconoscimento di B Corp certificata.

Nel 2018 la società si è dotata del Modello Organizzativo, di Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs 231/01 nominando l'Organismo di Vigilanza.

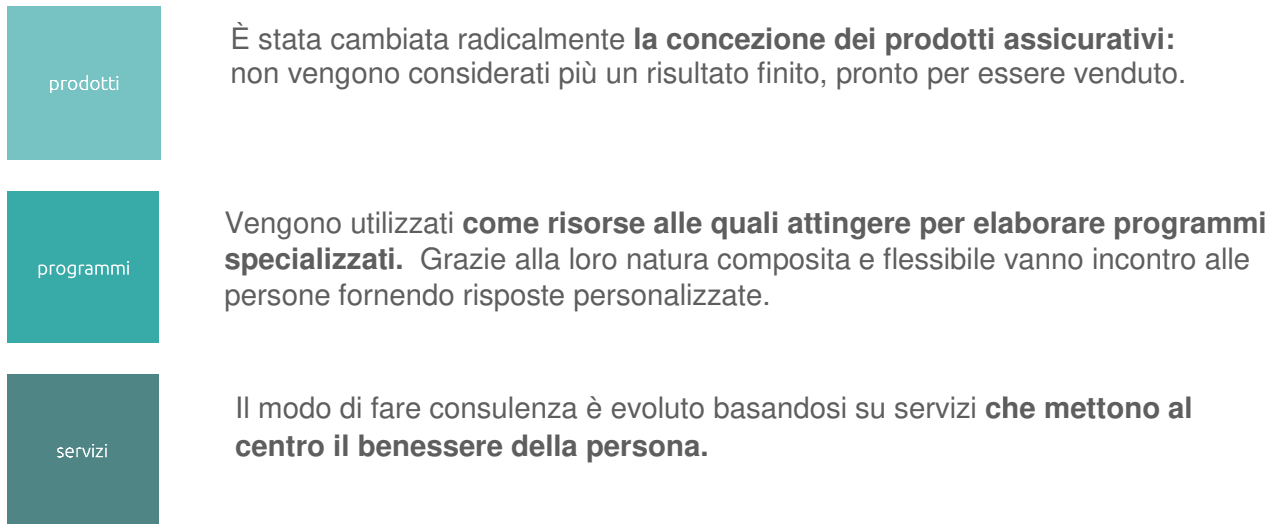
2. Descrizione dell'azienda, vision e mission

Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit è una compagnia di assicurazioni che a partire da luglio 2009 ha iniziato la propria storia in una nuova veste, incentrando fin da subito l'attività sulle persone e per le persone.

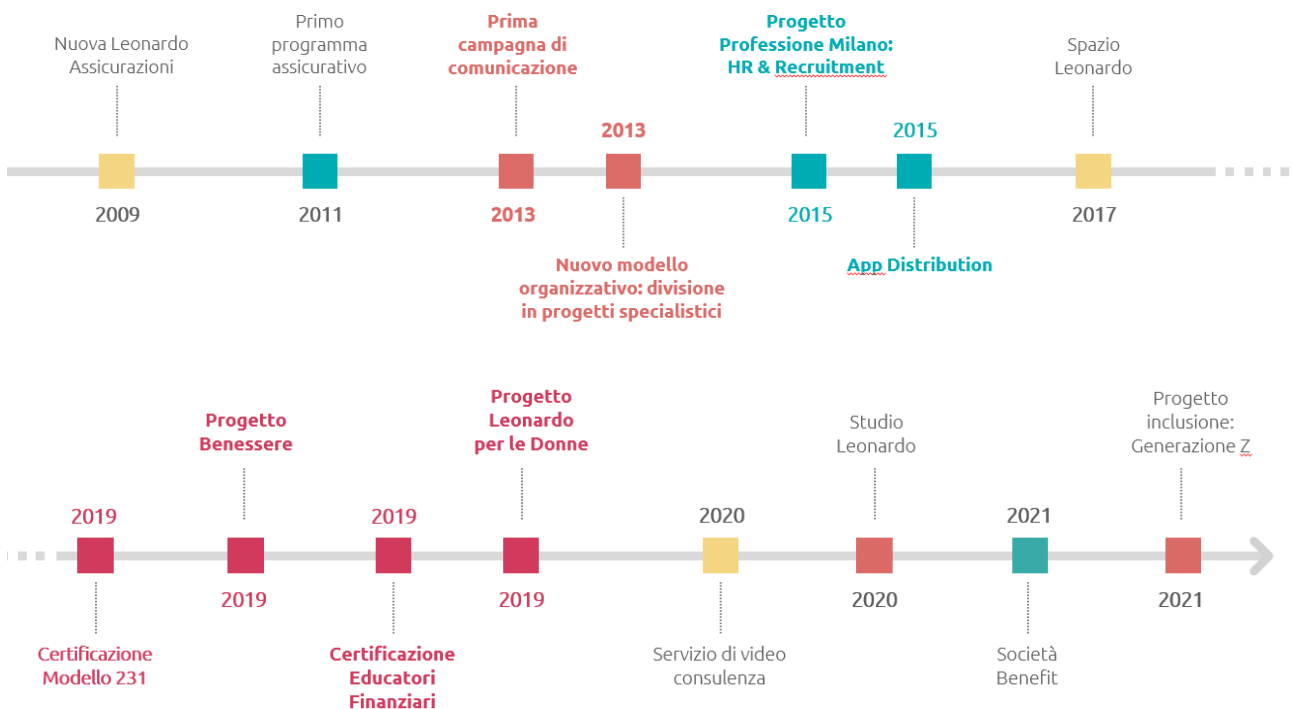
Già un anno dopo, a giugno 2010, la Società ha sviluppato il primo progetto in Italia di rete distributiva per la tutela della persona e negli anni a seguire ha sempre incentrato gli sforzi in

un'ottica di continuo miglioramento, raggiungendo grandi traguardi, non solo dal punto di vista professionale, ma anche dal punto di vista sociale.

Il processo innovativo che da sempre è stato portato avanti, e che tutt'ora viene portato avanti, risulta essere incentrato in tre macro-aree (prodotti; programmi; servizi):



Le principali tappe evolutive di Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit risultano essere di seguito rappresentate:



Da Agenzia ad Azienda: la storia di Leonardo è un percorso iniziato nel 2009, costellato di tappe significative e che ha visto l'Azienda raggiungere obiettivi importanti in largo anticipo rispetto al settore. È del 2010, infatti, il primo **progetto**, in Italia, **di distribuzione dei programmi assicurativi** differenziata per **specializzazioni**, con progetti specifici dedicati alla soddisfazione delle esigenze e dei bisogni di target e clienti diversi. Nel 2013 l'Azienda implementa il **modello organizzativo della rete commerciale** strutturandola con l'inserimento di nuovi ruoli e consolidando ulteriori figure di riferimento; nello stesso anno lancia la prima delle sue **campagne di comunicazione**, contraddistinte sempre da grande originalità e dalla volontà di informare emozionando, incuriosendo, stupendo, chi ascolta trasmettendo – attraverso la voce e la testimonianza dei diretti protagonisti – le esperienze vissute all'interno dell'azienda, la filosofia, i valori, le attività. Il 2015 vede la nascita di **Professione Milano**, il progetto di selezione e formazione del personale di Leonardo Assicurazioni dedicato a chi vuole diventare un professionista del settore assicurativo con un percorso di apprendimento e di crescita continua volto a valorizzare le risorse; nello stesso anno inizia il percorso di **trasformazione digitale** dell'Azienda, ancora una volta in largo anticipo rispetto al mercato italiano. Grazie ad un intenso lavoro di studio e preparazione, con la collaborazione del Politecnico di Milano, l'Azienda introduce una serie di strumenti e soluzioni tecnologiche che pian piano, da semplici supporti alle attività quotidiane, diventano parte integrante, indispensabile e imprescindibile del lavoro di ciascuno. Nasce l'app Distribution, ancor oggi per il consulente uno strumento fondamentale di pianificazione, monitoraggio e ottimizzazione della sua attività quotidiana, di conoscenza del cliente e profilazione dei contatti. La realizzazione concreta dell'idea del futuro dell'Azienda, la sintesi della sua filosofia arriva nel 2017 con l'inaugurazione presso la sede di viale della Liberazione di **Spazio Leonardo**, un concept unico e originale nel panorama assicurativo italiano, un nuovo polo aggregativo, un contenitore polifunzionale a disposizione della città, uno spazio di lavoro ma anche un luogo dove offrire a dipendenti, collaboratori e clienti una nuova esperienza culturale e educativa, non necessariamente legata al core business dell'azienda. Il 2019 rappresenta un altro anno particolarmente ricco di traguardi importanti e nuove sfide: prendono avvio il **Progetto Benessere**, con l'obiettivo di insegnare a collaboratori e dipendenti uno stile di vita sano e corretto in azienda e fuori, e il progetto **Leonardo per le donne**, incentrato sul tema della prevenzione al femminile. Nello stesso anno ottiene inoltre due importanti certificazioni: l'adozione del **Modello Organizzativo 231**, che garantisce la trasparenza e il rispetto dei migliori standard e delle normative di settore; e la certificazione per formare e abilitare **Educatori Finanziari di Qualità**. Leonardo Assicurazioni diventa un punto di riferimento nel creare cultura finanziaria, con un approccio innovativo in chiave educativa e divulgativa. Il 2020 vede una forte accelerata dell'Azienda in termini di innovazione e digitalizzazione: rispondendo in modo assolutamente immediato ed efficiente alla situazione contingente pandemica, Leonardo Assicurazioni avvia un nuovo modo di lavorare e di essere vicino al cliente e alla comunità: la **video consulenza** da un lato, e lo sviluppo di **Studio Leonardo** dall'altro, l'evoluzione digitale di Spazio Leonardo, un luogo virtuale che mette a disposizione di tutti, attraverso lo streaming in diretta, iniziative, forum, dibattiti, presentazioni, eventi; uno spazio che crea connessioni tra le persone, raggiungendo un pubblico ancora più ampio e diverso. L'apertura verso target diversi e fasce d'età più giovani porta nel 2021 alla nascita di progetti specifici dedicati alle nuove generazioni, come **Generazione Z**, pensato con l'obiettivo di creare un assetto educativo e formativo sempre più tagliato su misura sui giovani più talentuosi, in un'ottica di inclusione. Nel 2021 si conclude la formalizzazione del costante impegno dell'azienda ad avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente: viene modificata e inserita nello statuto societario la nuova forma giuridica "**Leonardo Assicurazioni S.r.l. Società Benefit**".

La vision

La società aspira ad essere riconosciuta nei prossimi anni come il **punto di riferimento** del mercato distributivo assicurativo e come società di consulenza e di servizi di elevata qualità.

In qualità di Società Benefit, **la società è diventata un driver** per le altre aziende del settore che, ispirandosi al suo esempio, si impegnano per migliorarsi costantemente a fare business in modo sempre più consapevole e sostenibile.

Pionieri da sempre nel mercato, la società vuole **mantenere il primato di promotori di innovazione** per tutto il settore, trasmettendo, attraverso le sue azioni/attività, quei valori che da sempre costituiscono la base della sua cultura aziendale, che sono il suo motore trainante e che si declinano attraverso il contributo di tutti i dipendenti e collaboratori e la condivisione a tutti i livelli aziendali.

La società è convinta che tutto questo possa essere realizzato attraverso un lavoro quotidiano di squadra, tenendo sempre come punti fermi il **benessere e l'eccellenza individuale** e promuovendo un **ambiente di lavoro inclusivo** e aperto alla realtà che ci circonda.

La mission

Come Società Benefit vuole proporsi alle persone come **un'azienda capace di innovare** costantemente la sua consulenza e i suoi servizi **e di fare**, nel contempo, **cultura, a 360°**: cultura del benessere, cultura finanziaria, cultura della prevenzione, cultura alla sostenibilità. **Educazione, sensibilizzazione, presa di coscienza** sono le parole chiave che caratterizzano la società e guidano ogni suo comportamento e il suo modo di fare business, declinandosi in diversi progetti e iniziative.

3. Il modello di business

Leonardo Assicurazioni può contare su 61 dipendenti, organizzati in diversi Dipartimenti – Ced, Marketing e Comunicazione, Tesoreria, Contabilità Generale e Contabilità di ramo, Archivio, Controllo Qualità, Ufficio del Personale – ciascuno con un Responsabile che si interfaccia direttamente con l'Agente Generale, Amministratore e Socio Unico della Società. Tra i dipendenti figurano anche dei team assistant, figure trasversali di supporto alla rete vendite e ai diversi Progetti. Vi sono poi circa 350 consulenti monomandatari, organizzati in 5 diverse Business Unit – Progetti ciascuno con un indirizzo specialistico – dislocate nelle diverse sedi di Milano città. Ogni Unit ha uno o più Responsabili – che rispondono direttamente all'Agente Generale – ed è organizzata in team (di circa 5/6 persone ciascuno con a capo un Team Manager), aggregati in aree affidate a un Area manager. Sono presenti anche delle figure trasversali che, ciascuno per le proprie competenze, svolgono un'attività di supporto erogando servizi in ambiti di specializzazione differenti rispetto al team a cui appartengono.

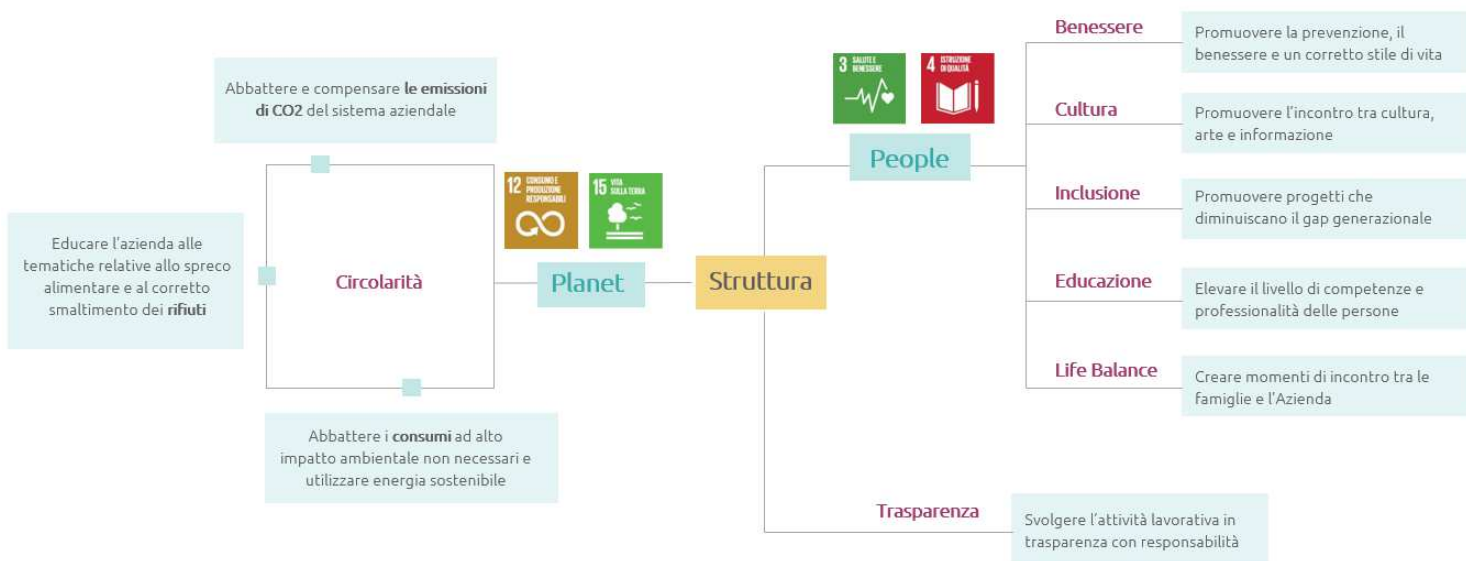
4. Le iniziative benefit e l'impegno al miglioramento continuo con descrizione delle attività svolte nei vari ambiti benefit (personale, collettività, fornitori, clienti, ambiente, governance)

La Società Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit si è da sempre posta in un'ottica di innovazione al fine di migliorare la vita delle persone e garantire loro maggiore serenità. Tale approccio di fare impresa non è solamente rivolto ai clienti di Leonardo Assicurazioni, ma anche ai dipendenti, ai terzi, alla tutela dell'ambiente e alla promozione della cultura.

Coerentemente con le proprie finalità strategiche e istituzionali, Leonardo Assicurazioni ha delineato la propria azione già negli ultimi anni e, in particolare nel 2021, sulle seguenti aree: People e Planet.

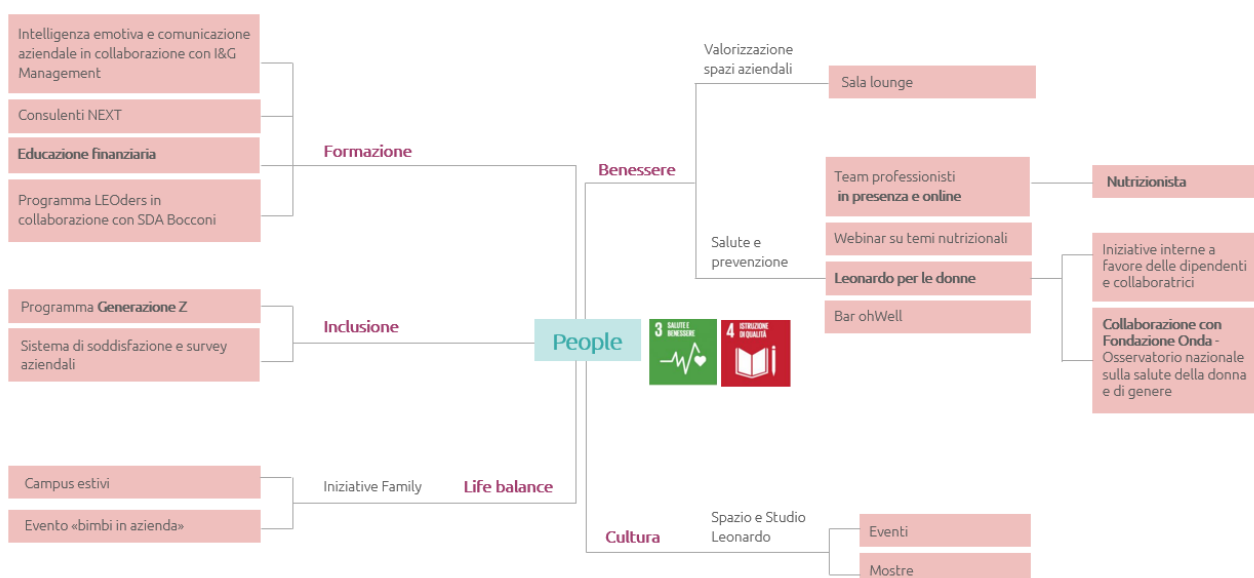
L'azione della Società durante l'esercizio 2021 risulta essere stata incentrata sui sopramenzionati progetti e attività. Partendo da un obiettivo che l'azienda vuole perseguire, viene sviluppato un progetto sotto il quale andranno a confluire tutte le attività che hanno tal fine. Si dà vita così alla struttura attraverso cui Leonardo Assicurazioni srl opera. Questa struttura, così pensata, può essere presa a modello per tutte quelle realtà del settore che intendono innovarsi; in questo modo Leonardo Assicurazioni mette a disposizione un modello organizzativo e strutturato di riferimento e risulta essere come di seguito rappresentabile:





People (personale, collettività e clienti)

“Vogliamo prenderci cura delle persone e educarle a prendersi cura di sé, della propria salute, del proprio benessere, della propria crescita professionale. Perché in Leonardo Assicurazioni il professionista è prima di tutto una persona e per questo vogliamo valorizzarla sotto ogni punto di vista. Coltiviamo le competenze tecniche, accanto a quelle emotive e relazionali, promuoviamo l'innovazione e la conoscenza in ambito nutrizionale, ambientale, artistico.”



Progetti e attività

- **Progetto Benessere (target: personale)**

Descrizione: si tratta di un progetto molto ampio e articolato che ha come obiettivo insegnare alle persone a prendersi cura di sé stessi e del proprio benessere psico-fisico, partendo in primis dall'alimentazione. Imparare a conoscere gli alimenti, le loro proprietà e come abbinarli in base ai bisogni del proprio organismo è fondamentale per avere uno stile di vita sano e corretto, in ufficio ma anche a casa, ed è la prima forma di **prevenzione** per garantire la salute. In quest'ottica la società ha attivato un servizio di consulenza con un team di nutrizionisti professionisti in azienda a disposizione di dipendenti e collaboratori e è stato dato l'avvio a un programma di webinar di approfondimento con diversi specialisti che, partendo da tematiche più strettamente legate al tema della nutrizione, si è poi ampliato ad altri temi come la correlazione tra benessere mentale e alimentazione.

Obiettivo: per il progetto Benessere Leonardo Assicurazioni si affida a OhWell per offrire ai suoi dipendenti e collaboratori pasti bilanciati che seguono i dettami della dieta mediterranea.

Fasi del progetto: MAG 2019: Apertura bar OhWell MAG 2019-GIU 2020: Servizio Elixir nelle altre sedi; con ordinazione tramite processi digitalizzati (mail, app joyfood) e pagamento cashless. Sostituzione del buono pasto con un servizio ad hoc in azienda (collaborazione con le nutrizioniste che ne supervisionano i menu); media del valore di buono pasto precedente in base all'inquadramento e un sistema paritetico con l'introduzione di 8,5 euro giornalieri.

Sempre all'interno di questo ambito è stato avviato un progetto

Nutrizioniste (target: personale)

Target: dipendenti e collaboratori interni

Obiettivo: promuovere la prevenzione e un corretto stile di vita attraverso una corretta e sana alimentazione

Fasi del progetto: MAG 2019: Lancio servizio nutrizionista in azienda FEB 2021: Ampliamento team nutrizioniste con nutrizionista funzionale specializzata in Nutrizione e Fasi ormonali FEB 2021: Organizzazione webinar informativi su temi nutrizionali specifici: MAR 2021: Webinar "Nutrizione funzionale" GIU 2021: Webinar "IBS" NOV 2021: Webinar "Stress e Alimentazione".

Leonardo per le donne (personale, clienti e collettività)

Sempre in ottica di prevenzione è stato lanciato il **progetto Leonardo per le donne**, un programma di iniziative rivolte sia alle risorse di Leonardo Assicurazioni sia all'esterno con eventi aperti al pubblico e pensate per promuovere l'attenzione alla salute con un taglio prettamente femminile, che si è sostanziato in eventi divulgativi ed iniziative diverse.

Eventi divulgativi

Target: dipendenti e collaboratrici interne + pubblico Studio Leonardo

Obiettivo: dal 2019 organizziamo ogni anno un evento di Spazio/Studio Leonardo rivolto al nostro pubblico femminile; lo scopo è quello di informare, confrontarsi e sensibilizzare le

persone su temi legati al mondo femminile (prevenzione sanitaria, benessere individuale ecc). In questa occasione spesso i partner coinvolti riservano alle partecipanti delle convezioni o scontistiche a termine su una gamma di prodotti. NOV 2019: “Prevenzione, salute e qualità della vita” DIC 2020: “Sonno e benessere femminile” NOV 2021: “Come inserire lo sport in agenda”.

Iniziative

Target: dipendenti e collaboratrici

Obiettivo: engagement interno. Iniziative: in occasione della festa della donna riserviamo alle colleghe un gift: MAR 2020: convezioni con I Milanesi Skin Care e Niyo & Co; MAR 2021: webinar “Alimentazione funzionale anti aging” tenuto da Wanda Rizza e rivolto alle donne dell’azienda MAG 2021: community LinkedIn

- **Formazione: (dipendenti e fornitori)**

Nel 2021 i percorsi di formazione di Leonardo Assicurazioni si sono evoluti e fortemente implementati, integrando ai corsi di primo livello dedicati ai nuovi collaboratori anche corsi di formazione di secondo livello per accompagnare le persone in una crescita continua e costante lungo tutta la vita in azienda. La formazione, infatti, per Leonardo Assicurazioni non deve essere solo tecnica e specialistica ma deve abbracciare anche l’ambito relazionale, comportamentale, emotivo e di leadership: solo lavorando in primis su sé stessi, con l’aiuto anche dell’intelligenza artificiale, si può garantire, infatti, un approccio migliore anche con gli altri. La società ha puntato sulle nuove generazioni con un progetto – **Generazione Z** – dedicato specificamente a dare nuove opportunità di crescita ai talenti più giovani e promettenti con elevate soft skills da mettere al servizio dell’azienda in un’ottica di innovazione e inclusione. Per questo tipo di attività la società ha stretto collaborazioni con partner esterni altamente qualificati, tra cui **SDA Bocconi** e **I&G Management**, che consentono di confrontarsi e relazionarsi con realtà aziendali strutturate e particolarmente evolute.

Obiettivo corso IVASS: patentino per diventare consulente assicurativo

Obiettivo corso Generazione Z: l’esclusivo progetto di carriera di Leonardo Assicurazioni è finalizzato a selezionare e formare una task force di giovani talenti con un curriculum accademico di alto livello, disposti a mettersi in gioco per crescere e far crescere l’Azienda; ma anche a dare l’opportunità all’eccellenza di una generazione di investire su sé stessa per acquisire quel bagaglio di competenze utili alla propria carriera, così da crescere individualmente e diventare ottimi professionisti.

Obiettivo Corso SDA Bocconi per manager: accrescere le competenze necessarie a ricoprire incarichi di maggiore responsabilità (manageriali) all’interno di Leonardo Assicurazioni, garantendo un ambiente di lavoro più sano, positivo e meglio organizzato.

Target: Manager (42 partecipanti); la formazione prevede: •Intelligenza emotiva (1 giornata) • Il management come professione: principi, ruoli, compiti, strumenti e responsabilità (3 giornate) • Si può guidare l’innovazione? (2 giornate)

Obiettivo Corso SDA Bocconi per junior consultant: Creare figure manageriali di alto livello “neo inserite”, fondendo le competenze necessarie a ricoprire ruoli di maggiore responsabilità all’interno di Leonardo Assicurazioni **Target:** Junior Consultant (15

partecipanti) + Formatori (4 partecipanti); la formazione prevede: • Finanza comportamentale e Behavioural insurance (1,5 giornate) • Analisi di bilancio familiare a fini assicurativi (1,5 giornate) • Analisi di bilancio dell'azienda a fini assicurativi (1,5 giornate) • Risk management a fini assicurativi (1,5 giornate)

Obiettivo Corso I&G Management: fornire gli strumenti per migliorare la performance lavorativa anche al di là della componente tecnico-specialistica. La differenza tra un leader e un buon professionista è la capacità di lavorare con altre persone curando la relazione con loro.

Target: Responsabili di Progetto (12 partecipanti) + Area manager (14 partecipanti); la formazione prevede: • Finanza comportamentale e Behavioural insurance (1,5 giornate) • Analisi di bilancio familiare a fini assicurativi (1,5 giornate) • Analisi di bilancio dell'azienda a fini assicurativi (1,5 giornate) • Risk management a fini assicurativi (1,5 giornate)

- **Inclusione: (dipendenti, fornitori, clienti, collettività)**

Valorizzare le persone ciascuna per le proprie competenze e qualità, creare un ambiente accogliente e confortevole per tutti, risorse interne e clienti, considerare le diversità come un valore aggiunto di crescita e arricchimento: è questo il nostro concetto di inclusione. Proprio al fine di aumentare le occasioni di ascolto di tutte le persone che lavorano in azienda, sono state destinate alle risorse interne delle **survey aziendali**, per orientare costantemente le diverse iniziative in base ai bisogni, alle esigenze, ai desideri di tutti. È stato inoltre avviato un **Progetto Multietnico** dedicato ai clienti stranieri, con consulenti dedicati che parlano diverse lingue, per accorciare le distanze e far sentire tutti a proprio agio nello Spazio aziendale.

- **Life Balance: (dipendenti, fornitori)**

Conciliare vita privata e lavoro è un tema sempre più sentito da dipendenti e collaboratori perché influisce in modo preponderante sulla qualità di vita e sul benessere generale. Per questo nel 2021, sulla base delle esigenze emerse, sono state avviate alcune nuove iniziative rivolte ai dipendenti e collaboratori con figli, con l'obiettivo di promuovere nuovi equilibri nel vivere la giornata lavorativa. **La giornata dei bambini in azienda** nel mese di marzo, che purtroppo non si è potuta svolgere a causa della pandemia, ma che aveva raccolto un'alta adesione da parte delle famiglie di Leonardo e la proposta di una settimana di **Summer Camp estivo** da svolgere durante il periodo di chiusura delle scuole (giugno-settembre) in collaborazione con una società di riferimento nell'organizzazione di eventi e iniziative per bambini, sono due esempi delle iniziative sviluppate in questo ambito.

Summer Camp

Target: Dipendenti e collaboratori interni

Obiettivo: migliorare la gestione casa – lavoro offrendo una settimana di Summer Camp ai figli dei collaboratori durante il periodo estivo di chiusura delle scuole.

Fasi del progetto: GIU 2020: Camp virtuale estivo per intrattenere bimbi a casa post lockdown (Kikolle) GIU-SET 2021: Summer Camp Kikolle (1 settimana offerta dall'azienda).

- **Cultura: (personale, fornitori, clienti, collettività)**

Spazio Leonardo, uno spazio multifunzionale e aperto alla città di Milano realizzato nella sede principale di viale della Liberazione, è un vero e proprio contenitore e aggregatore di innovazione, incontri, relazioni, scambi. Nel 2021 è stato protagonista di molteplici attività

culturali e di divulgazione, a partire dall'organizzazione di tre mostre nella sua Gallery (Once in a blue moon...; Il Labirinto Invisibile; Spazio Leonardo Loves A Collection) che danno visibilità a giovani artisti emergenti e che promuovono temi come la sostenibilità, la sperimentazione, l'inclusione, fino agli eventi su tematiche diverse (dalla finanza all'educazione finanziaria alla salute) trasmessi sul canale Youtube di Studio Leonardo, il nuovo format pensato per superare le barriere fisiche, ampliando il pubblico che segue le attività educative e divulgative dell'Azienda.

Target: dipendenti e collaboratori interni + pubblico

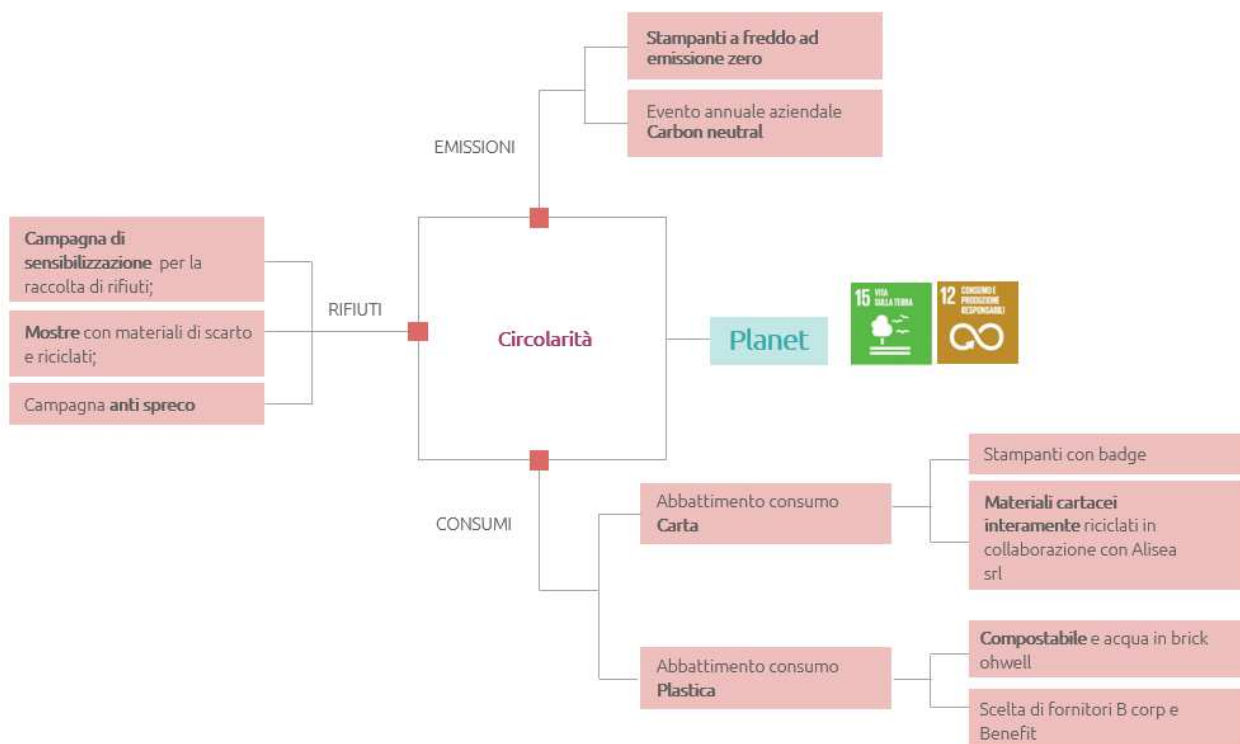
Fasi del progetto: Studio Leonardo Inaugurazioni mostre (collettiva) : 3 FEB: Once in a Blue Moon GIU: Il labirinto invisibile SETT: Spazio Loves a Collection Eventi in streaming : 5 MAR : Intelligenza Emotiva (I&G Management) APR : Longevity Economy (Progetica e Village Care) LUG: Digital Health (Roberto Ascione, Healthware e Dr. Bruno Restelli, CDI) OTT: Generazione Finanziaria (Giovanna Robutti, FEDUF, Marco Scioli di Starting Finance e Prof. Restelli, Università di Siena) DIC: Come inserire lo sport in agenda? (Elena Casiraghi, nutrizionista e Sara Galimberti, atleta professionista).

Relativamente all'area di azione rivolta alle persone, di cui si è trattato poco sopra, i costi sostenuti da Leonardo Assicurazioni nel 2021 risultano essere come di seguito inquadrabili:

Area di azione "People"	
Benessere	€ 10.806
Cultura	€ 39.028
Educazione	€ 174.321
Totale	€ 224.155

Planet (ambiente)

Convinti che in un modello di società sostenibile, tutte le persone e le imprese possano e debbano contribuire a risolvere le sfide ambientali del nostro tempo, Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit ha iniziato lavorando sull'educazione e la conoscenza.



Le campagne di sensibilizzazione interne del 2021 si sono focalizzate sulle tematiche dello spreco alimentare da un lato e del corretto smaltimento dei rifiuti dall'altro, attraverso la realizzazione di video emozionali, riorganizzazione della raccolta differenziata in ogni ufficio e la scelta di iniziare a creare intorno all'azienda una filiera sostenibile di partner virtuosi che condividano il nostro stesso obiettivo: abbattere l'impatto sull'ambiente. Abbiamo scelto come partner Alisea srl Società Benefit e B Corporation per le agende aziendali e The Good Idea srl Società Benefit per le penne che utilizziamo durante i corsi di formazione, eventi e accoglienza. Sono state inoltre sostituite le stampanti con modelli che utilizzano la tecnologia di stampa a freddo, utilizzabili solo con badge, per favorire la presa di coscienza delle persone sui temi dei consumi e dello spreco.

Progetti e attività

- **Abbattimento consumo carta**

Fasi del progetto Vendita digitale tramite App Distribution FEB 2020: Digitalizzazione del gestionale appuntamenti (Mappe Distribution) FEB 2020: sostituzione delle bag di carta con bag di cotone organico MAR 2020: sostituzione della brochure aziendale con brochure di carta riciclata MAR 2020: sviluppo servizio video consulenza NEXT NOV 2021: sostituzione stampanti a caldo con stampanti meno inquinanti a freddo e con sistema di stampa monitorato vedi video: <https://www.epson.it/heat-free-technology#> NOV 2021: scelta fornitori virtuosi per ordini materiali 2022 vedi video: Planet Filiera Virtuosa | Leonardo Assicurazioni – YouTube

- **Abbattimento emissioni – Evento Natale Carbon Free**

Fasi del progetto CATERING – è stato ridotto al minimo l'utilizzo di materiale plastico prediligendo materiali biodegradabili al 100% e stoviglie lavabili. Questo processo è stato

ottimizzato soprattutto lato aperitivo dove utilizzando i finger food abbiamo prodotto meno rifiuti. È stato sostituito il centro tavola classico con un centro tavola prodotto da carta prelevata direttamente dagli uffici.

ALLESTIMENTI – sono stati utilizzati fornitori certificati che garantiscono il riutilizzo dei materiali proposti (ove possibile) e lo smaltimento corretto dei rifiuti prodotti – è stata fatta la scelta di non utilizzare materiali o scenografie “usa e getta” create ad hoc per l’occasione evitando di produrre rifiuti non necessari.

LOCATION – è stata analizzata l’apertura e chiusura del riscaldamento in maniera da evitare eccessi.

Relativamente agli ambiti sopra descritti sono stati ottenuti i seguenti riconoscimenti:

OTT 2019 Ed. Finanziaria

APR 2021 Bollino HFC

5. Descrizione dei valori quantitativi e dei KPI. B-impact score

La società Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit ha implementato un efficace sistema di controllo di gestione finalizzato al monitoraggio costante e alla rendicontazione delle iniziative e delle attività realizzate nei vari ambiti a supporto del miglioramento continuo.

Si riportano di seguito i principali esiti delle azioni svolte e degli indicatori a tal fine calcolati.

Si precisa che gli indicatori costruiti tengono conto delle varie dimensioni di audit, in termini di efficacia, efficienza, outcome, anche mediante il ricorso a survey somministrate ai destinatari delle iniziative.

PROGETTO BENESSERE

NUTRIZIONISTE

Analisi Visite

• 17% di collaboratori che hanno usufruito del servizio gratuito (prima visita) • 18% di collaboratori che hanno proseguito il percorso a proprie spese (visite di controllo successive alla prima) • Tasso d’incremento/decremento di utilizzo del servizio (prime visite) di anno in anno (si tiene conto del fatto che chi ha già fatto una prima visita nell’anno precedente senza continuare il percorso, probabilmente non ne farà una seconda nell’anno successivo; pertanto la base di analisi va depurata da chi ha già utilizzato il servizio l’anno precedente). Analisi Visite • % di gradimento del servizio (prima visita) 92% ha dichiarato che il servizio è stato “molto utile”

Analisi Webinar (Dati input 6* e **, 7)

Webinar Maggio → “Alimentazione funzionale e anti-aging -Target: Donne - 15% di partecipazione
- Webinar Giugno → “L'intestino è il nostro secondo cervello?” - Target: Azienda - 17% di partecipazione - 31% efficacia informativa (19% hanno risposto al questionario) Webinar Novembre → «Sai come gestire lo stress con l'alimentazione?» – Target: Azienda – 14% di partecipazione – 58% efficacia informativa (21% ha risposto al questionario)

OHWELL (Analisi to go compostabile - fonte)

Nel 2019 il 50% dei packaging era compostabile Nel 2020 l'81% dei packaging era compostabile Nel 2021 il 93% dei packaging è compostabile. A fine 2021 sostituzione della bottiglietta di acqua in PET con brick tetrapack.

VEDI VIDEO https://youtu.be/vAX_TNONdnU

PROGETTO LIFE BALANCE

SUMMER CAMP

Analisi

1. 36% di coloro che hanno risposto alla survey Nucleo Familiare hanno dimostrato interesse per l'iniziativa (42 collaboratori su 116 risposte al questionario)
2. 17% di coloro che avevano dimostrato interesse verso l'iniziativa hanno partecipato al campus
3. Abbiamo registrato 7 accrediti al Summer Camp (8 bambini)

PROGETTO CULTURA

STUDIO LEONARDO

Analisi eventi:

Spettatori Unici: 249 spettatori in media seguono gli eventi. In media ogni spettatore guarda il 31% della durata totale dell'evento

STUDIO LEONARDO 2021 | ANALISI PEOPLE | PROGETTO CULTURA

Analisi: +110 nuovi iscritti al canale YouTube nel 2021 + 21 nuovi iscritti alla mailing list direttamente dalla pagina dell'evento

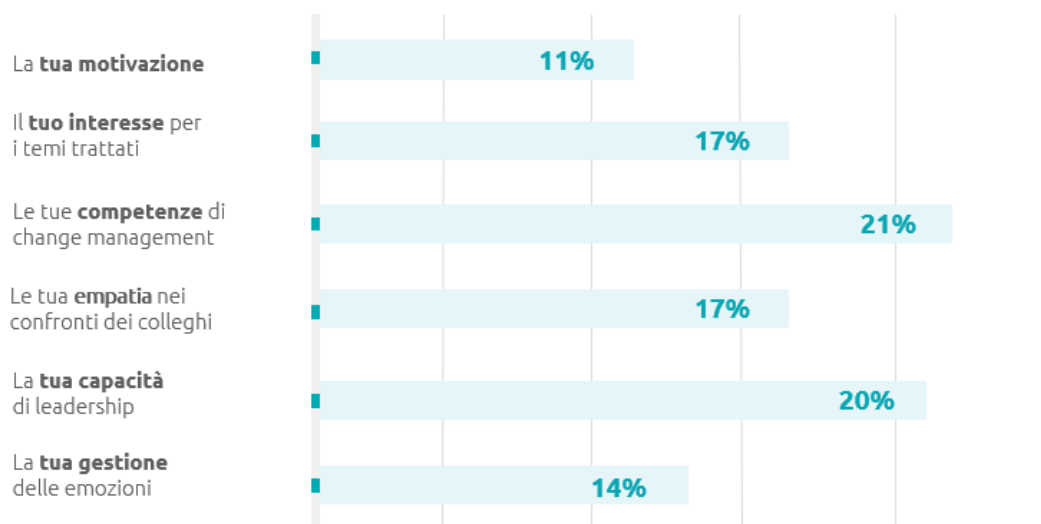
PROGETTO FORMAZIONE

CORSO SDA BOCCONI

Indicatori di efficacia e gradimento:

Cosa ci dicono i corsisti

PARTECIPARE AL CORSO HA RAFFORZATO :



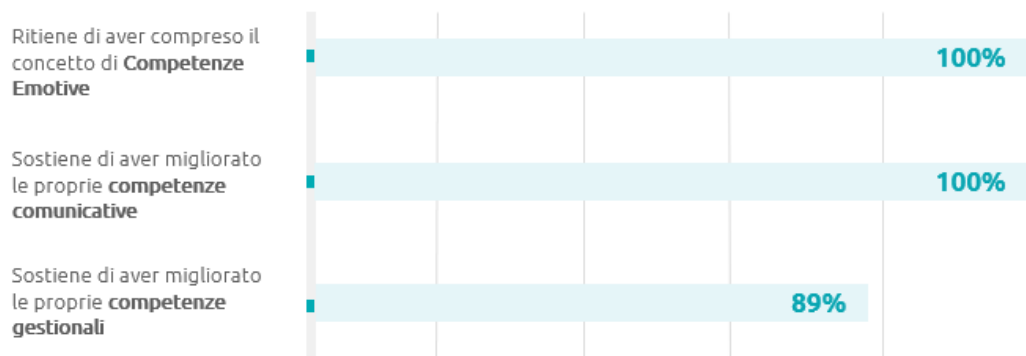
92% di partecipazione alla survey

94% degli intervistati ha valutato il corso molto positivamente a fine corso

74% consiglierebbe fortemente di partecipare al corso

CORSO I&G MANAGEMENT

Indicatori di gradimento:



75% di partecipazione alla survey

100% degli intervistati ha valutato il corso molto positivamente a fine corso

100% consiglierebbe fortemente di partecipare al corso

Come in precedenza specificato il B Impact Assessment (BIA) è un protocollo di valutazione gratuito sviluppato dalla non profit **B Lab** che fornisce una valutazione esterna da parte di un soggetto terzo e che soddisfa i requisiti di correttezza, trasparenza e completezza.

LAVORATORI 27.1

GOVERNANCE 14.8

COMUNITA' 10.7

AMBIENTE 5.6

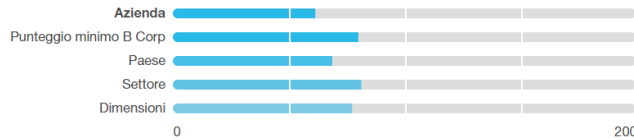
CLIENTI 3.0

Benchmark:

Leonardo Assicurazioni srl Società benefit

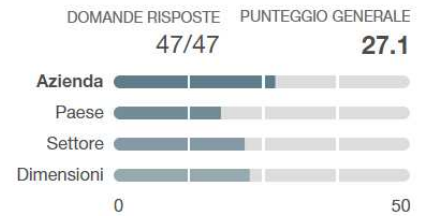
Data di fine dell'anno fiscale **December 31st, 2021**

61.4



Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.



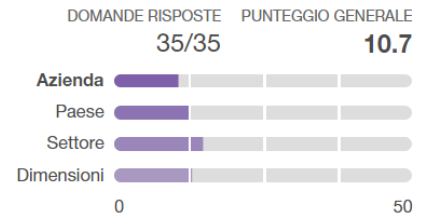
Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.



Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.



Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.



Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.



6. Conclusioni e nuovi obiettivi

La presente relazione di impatto risulta essere la prima, in quanto la Società ha compiuto la modifica statutaria in tal senso nel Marzo 2021.

È un grande passo nella storia della Società, in quanto le permette di portare all'attenzione di tutti gli Stakeholders l'impegno, volto al miglioramento socio-ambientale, che Leonardo Assicurazioni ha fin dal 2009 sostenuto e che in tal modo continuerà a sostenere cercando di influenzare altre società a considerarsi driver del cambiamento.

Le progettualità 2022

La pandemia degli ultimi due anni ha sicuramente avuto un forte impatto anche sul modo di percepire e vivere la sfera lavorativa, la quotidianità, gli equilibri tra vita privata e professionale, facendo emergere sempre più forte la necessità di prendersi cura del proprio benessere, non solo fisico ma anche psicologico ed emotivo. In molte aziende, come Leonardo Assicurazioni, questo si è tradotto in un'attenzione ancora più forte non solo a creare un ambiente che favorisse questo stato di benessere ma anche in un interesse ad approfondire l'applicazione delle neuroscienze e della comunicazione comportamentale in ambito lavorativo.

La Survey lanciata recentemente in azienda ha confermato il trend: anche all'interno di Leonardo Assicurazioni le persone manifestano il desiderio e il bisogno di approfondire queste tematiche. Per questo, il 2022 vedrà l'implementazione del Progetto Benessere con un nuovo servizio a disposizione di collaboratori e dipendenti: accanto a quello di nutrizioniste, verrà inserito un team di psicoterapeuti, che offriranno sedute individuali, in presenza e online, in italiano ma anche in altre lingue, per venire incontro alle molteplici esigenze di tutti.

Sempre nel 2022 partirà il nuovo Progetto HR Business Partner un ambizioso progetto che permea in modo trasversale tutte le aree presenti in azienda a supporto e come collante delle ambizioni, delle soddisfazioni e delle motivazioni delle risorse umane presenti in Leonardo Assicurazioni avendo come obiettivo il consolidamento del senso di appartenenza alla nostra comunità interna.

Altra iniziativa 22 è quella legata al Progetto Ambassador, con l'obiettivo, di medio e lungo periodo, di creare una community aziendale, rafforzando l'identità di Leonardo Assicurazioni, internamente e verso il mondo esterno, intorno a quei valori condivisi su cui si basa da sempre la sua filosofia.