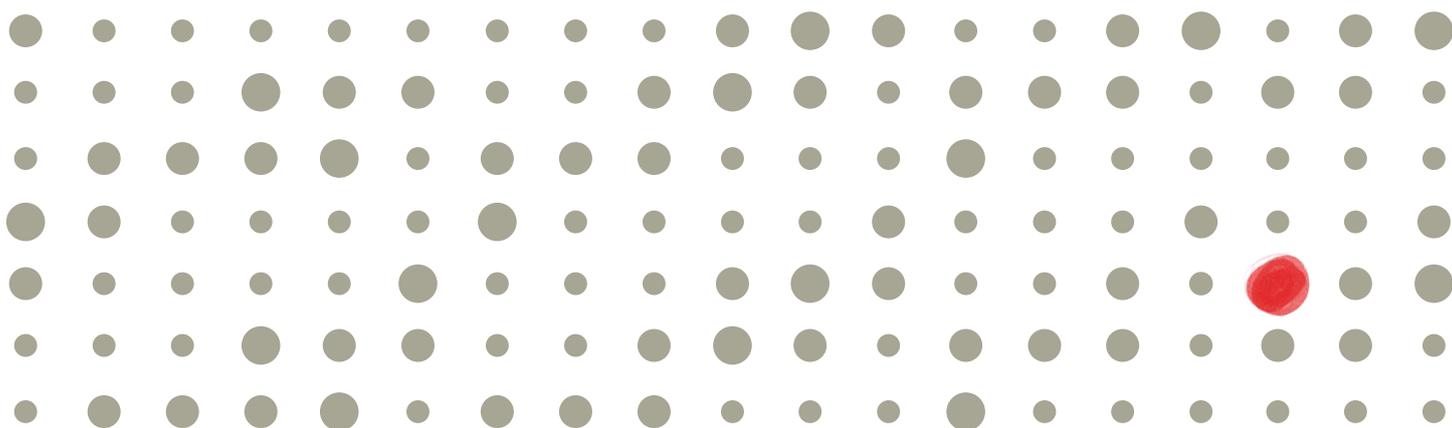


Relazione d'impatto 2022
Leonardo Assicurazioni S.r.l. Società Benefit".



Indice

Relazione d'impatto 2022

- 
- 01** Introduzione
 - 02** Descrizione dell'azienda, vision e mission
 - 03** Il modello di business
 - 04** Le iniziative benefit e l'impegno al miglioramento continuo con descrizione delle attività svolte nei vari ambiti benefit
 - 05** Descrizione dei valori quantitativi e dei KPI. B-Impact Score
 - 06** Conclusioni e nuovi obiettivi

1. **Introduzione**

Le Società Benefit (SB) rappresentano un'evoluzione della tradizionale concezione 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:

- Esplicitare nel proprio oggetto sociale l'attenzione verso tutti i portatori di interessi (sia *Shareholder* che *Stakeholder*);
- 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 seconda 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 adotta uno standard di valutazione che soddisfa 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 un'agenzia 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):

Prodotti

È stata cambiata radicalmente **la concezione dei prodotti assicurativi**: non vengono considerati più un risultato finito, pronto per essere venduto.

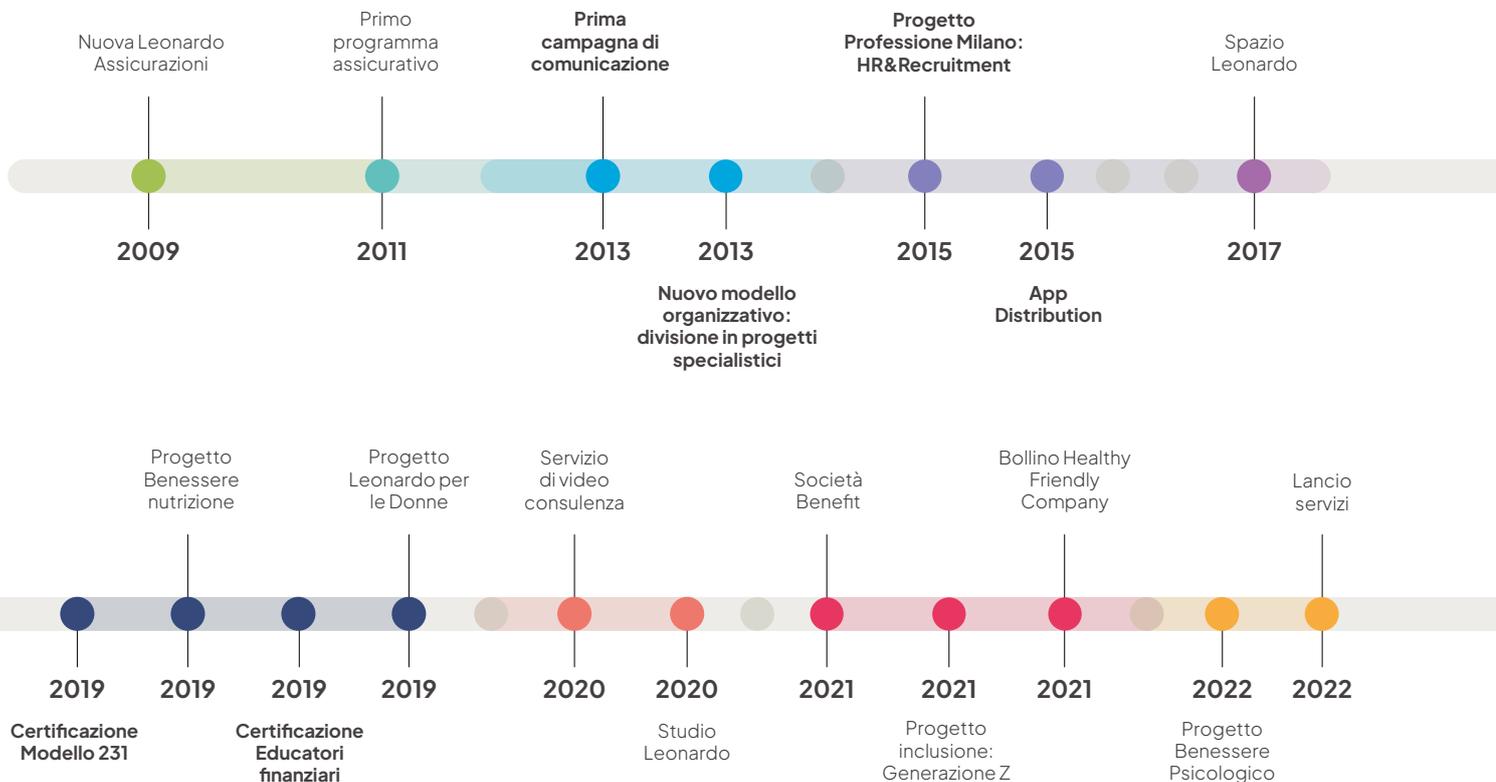
Programmi

Vengono utilizzati **come risorse alle quali attingere per elaborare programmi specializzati**. Grazie alla loro natura composita e flessibile vanno incontro alle persone fornendo risposte personalizzate.

Servizi

Il modo di fare consulenza è evoluto basandosi su servizi **che mettono al centro il benessere della persona**.

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 (**People e Planet**): viene modificata e inserita nello statuto societario la nuova forma giuridica "**Leonardo Assicurazioni S.r.l. Società Benefit**".

Il 2022 ha visto Leonardo Assicurazioni crescere, evolversi – da azienda incentrata sui programmi assicurativi ad azienda di servizi di consulenza finanziaria e assicurativa – confermando e rafforzando sempre più la sua identità di Società Benefit.

Prosegue infatti per l'azienda il percorso di innovazione e il suo impegno nel fare cultura: cultura del benessere, cultura finanziaria, cultura della prevenzione, cultura alla sostenibilità. **Educazione, sensibilizzazione, presa di coscienza** sono le parole chiave che hanno caratterizzato e tutt'ora caratterizzano la società e che continuano a guidare ogni suo comportamento e il suo modo di fare business, declinandosi in diversi progetti e iniziative. Nel percorso di continua crescita sostenibile e miglioramento sociale dell'azienda, a queste parole chiave, si sono aggiunti nel 2022 altri due concetti fondamentali: **relazione e ascolto**. Relazione tra persone e tra mondi diversi: il mondo delle persone di Leonardo Assicurazioni, quello della collettività e quello dei clienti. Mondi unici, caratterizzati ciascuno dalle proprie peculiarità, diversità, complessità; mondi e persone da ascoltare, comprendere e mettere in relazione.

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. Le attività svolte dalla Società nel 2022 sono state finalizzate all'implementazione e al miglioramento continuo nei seguenti ambiti:

- salute e benessere dei propri collaboratori e dipendenti;
- b. uguaglianza, parità di genere e tutela della diversity;
- c. diffusione di cultura e istruzione;
- 2 d. digitalizzazione e minimizzazione dell'impatto ambientale.

3.

Il modello di business

Leonardo Assicurazioni può contare su 66 dipendenti, organizzati in diverse Aree – 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 10 diversi Servizi – ciascuno con un indirizzo specialistico – dislocati 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. Nell’ultimo anno l’azienda, attraverso percorsi formativi specifici, ha lavorato sempre più sul concetto di funzione oltre che di ruolo, con l’obiettivo di formare e far crescere risorse interne con competenze e skills tali da poter agire, muoversi e operare all’interno della compagine aziendale indipendentemente dalla natura del proprio ruolo o della unit di appartenenza. Un modo di favorire la collaborazione trasversale tra servizi e team diversi come strumento per valorizzare il profilo professionale e culturale delle risorse, affinché siano formate a tutto tondo, attraverso dinamiche più partecipative e personalizzate. Attraverso il portafoglio di servizi e le molteplici iniziative culturali e di sensibilizzazione che l’azienda offre, tutte le risorse, dipendenti e collaboratori, costruiscono delle relazioni con gli altri mondi che li circondano: quelli dei colleghi ma anche quelli dei clienti e del pubblico, ognuno caratterizzato da una sua unicità, peculiarità, complessità.

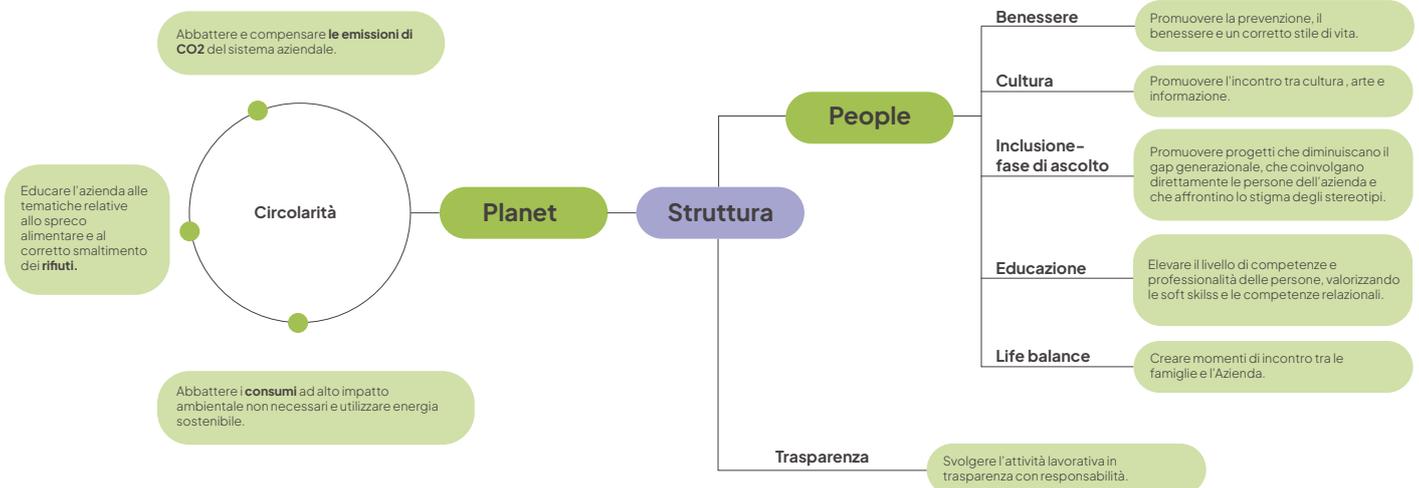
4.
Le iniziative benefit e l'impegno al miglioramento continuo con descrizione delle attività svolte nei vari ambiti benefit (personale, collettività, fornitori, clienti, ambiente, governance)

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 il nuovo approccio, di **relazione e ascolto**, e con le proprie finalità strategiche e istituzionali, Leonardo Assicurazioni ha proseguito nello sviluppo di tutti quegli ambiti in cui già negli ultimi anni aveva delineato il suo piano d'azione: **People e Planet**.

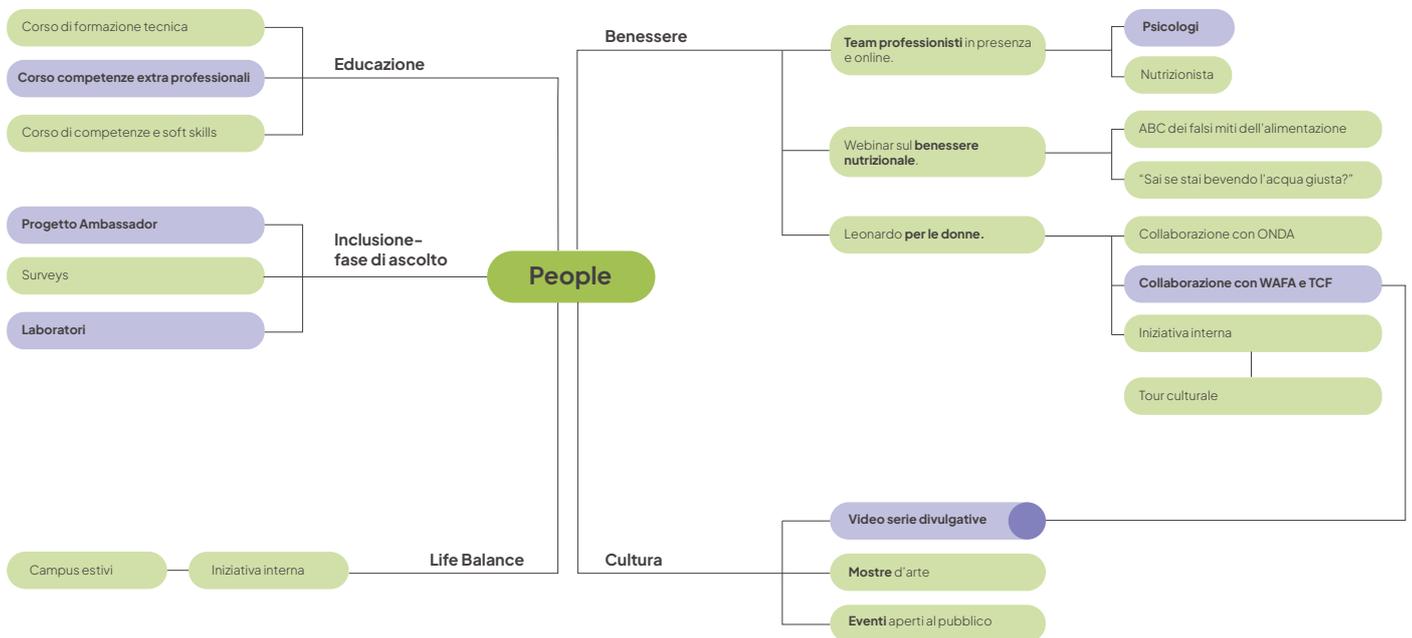
Inoltre, questo nuovo approccio, caratterizzato da condivisione di risorse, idee e collaborazioni, ha portato alla realizzazione di progetti e iniziative trasversali che hanno visto il coinvolgimento e la partecipazione di aree e funzioni diverse all'interno dell'azienda, con l'obiettivo di fare cultura a tutto tondo, facendo crescere le persone ancor prima che i professionisti.

- Obiettivi
- Progetti
- Iniziative
- Strutture



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.”



Progetto Benessere (target: personale e collaboratori interni)



Descrizione: il progetto benessere, nato nel 2019, è un progetto molto ampio e articolato che ha come obiettivo quello di insegnare alle persone a prendersi cura di sé stessi e del proprio benessere psico-fisico all' lavoro come a casa. Il progetto, lo scorso anno incentrato sull'alimentazione mediante il supporto, tutt'ora in corso, di un team di nutrizionisti e di Ohwell, che offre a dipendenti e collaboratori un servizio bar e pasti bilanciati ed equilibrati, è stato integrato nell'anno 2022 da due psicoterapeuti, con l'obiettivo di fornire un nuovo servizio di consulenza psicologica in azienda.

Obiettivo: il progetto Benessere Leonardo Assicurazioni ha l'obiettivo di valorizzare le persone garantendo loro gli adeguati servizi per il proprio benessere psico-fisico. Leonardo Assicurazioni nell'ambito del progetto si affida a OhWell, per offrire ai suoi dipendenti e collaboratori pasti bilanciati che seguono i dettami della dieta mediterranea, e a figure professionali quali nutrizionisti e psicologi.

Fasi del progetto precedenti e tutt'ora in continuazione:

MAG 2019: Apertura bar OhWell

MAG 2019 – GIU 2020: Servizio Elior 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;

MAG 2019: Lancio servizio nutrizionista in azienda;

FEB 2021: Ampliamento team nutrizioniste con nutrizionista funzionale specializzata in Nutrizione e Fasi ormonali.

Sempre all'interno del Progetto Benessere, a fronte della survey 2022 condotta durante la "fase di ascolto" - attività interna alla Società che permette di ascoltare dipendenti e collaboratori su determinate tematiche di loro interesse - è stato avviato **nel 2022** il servizio Psicologo mediante l'introduzione nel "team benessere" di due psicoterapeuti.

Focus: servizio Nutrizionista

Target: dipendenti e collaboratori interni

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

Anche nell'anno 2022 è proseguito il servizio Nutrizionista: prima visita a carico della Società e successive con tariffa agevolata.

Feedback: il 10% di persone che hanno usufruito della prima visita hanno poi deciso di proseguire con un percorso personalizzato. Il dato è stato rilevato sia nel 2021 che nel 2022, a testimonianza di un trend che si conferma positivo e stabile nel tempo. L'86% delle persone che ha usufruito della prima visita con la nutrizionista, inoltre, dichiara di aver sentito appagate le proprie esigenze.

Focus: servizio Nutrizionista

Target: dipendenti e collaboratori interni.

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

Anche nell'anno 2022 è proseguito il servizio Nutrizionista: prima visita a carico della Società e successive con tariffa agevolata.

Feedback: il 10% di persone che hanno usufruito della prima visita hanno poi deciso di proseguire con un percorso personalizzato. Il dato è stato rilevato sia nel 2021 che nel 2022, a testimonianza di un trend che si conferma positivo e stabile nel tempo. L'86% delle persone che ha usufruito della prima visita con la nutrizionista, inoltre, dichiara di aver sentito appagate le proprie esigenze.

Focus: servizio Psicologo

Target: dipendenti e collaboratori interni.

Obiettivo: promuovere il benessere psicofisico delle persone.

Nel 2022 sono state introdotte due figure professionali nel team: una per le sedute in presenza, mentre la seconda per le sedute da remoto mediante accesso ad una apposita piattaforma online.

Attività anno 2022: sostenimento da parte della Società dei costi della prima visita e stipula, per le visite successive, di una tariffa di favore.

Feedback: il 38% di coloro che hanno effettuato un primo colloquio hanno iniziato un percorso personalizzato, a dimostrazione dell'utilità e del gradimento del progetto proposto.

Focus: Webinar informativi

Target: dipendenti e collaboratori interni.

Obiettivo: promuovere la correzione e un corretto stile di vita attraverso approfondimenti specifici con diversi specialisti in tema di nutrizione e benessere psicologico.

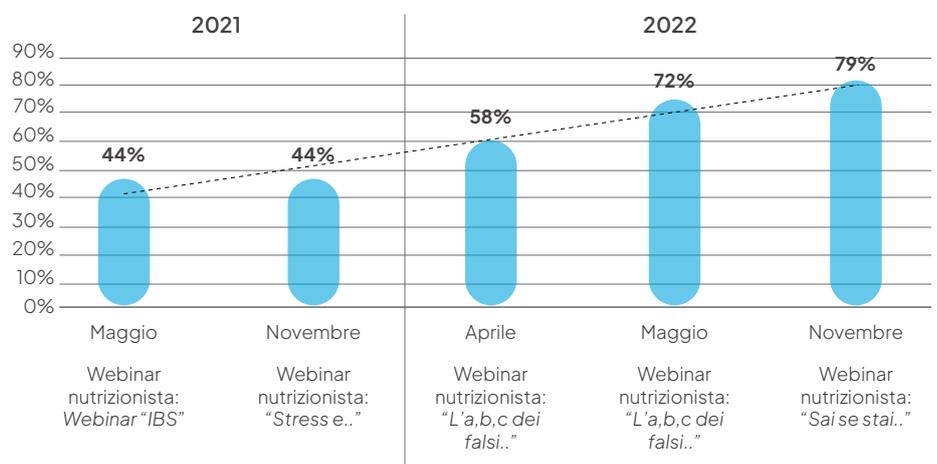
Anche nel 2022 è proseguito all'interno del Progetto Benessere, il programma di webinar, incontri on line svolti in orario di lavoro e dedicati a gruppi più ristretti di persone in cui poter approfondire, attraverso uno specialista, un tema specifico legato all'ambito nutrizionale e psicologico. La formula del webinar rivolto a un gruppo ristretto di persone ha consentito di creare un contesto più diretto e interattivo, in cui potersi confrontare più facilmente con lo specialista su tematiche importanti relative al benessere di ciascuno.

Attività anno 2021: Organizzazione webinar informativi su temi nutrizionali specifici: "Nutrizione funzionale", "IBS" e "Stress e Alimentazione".

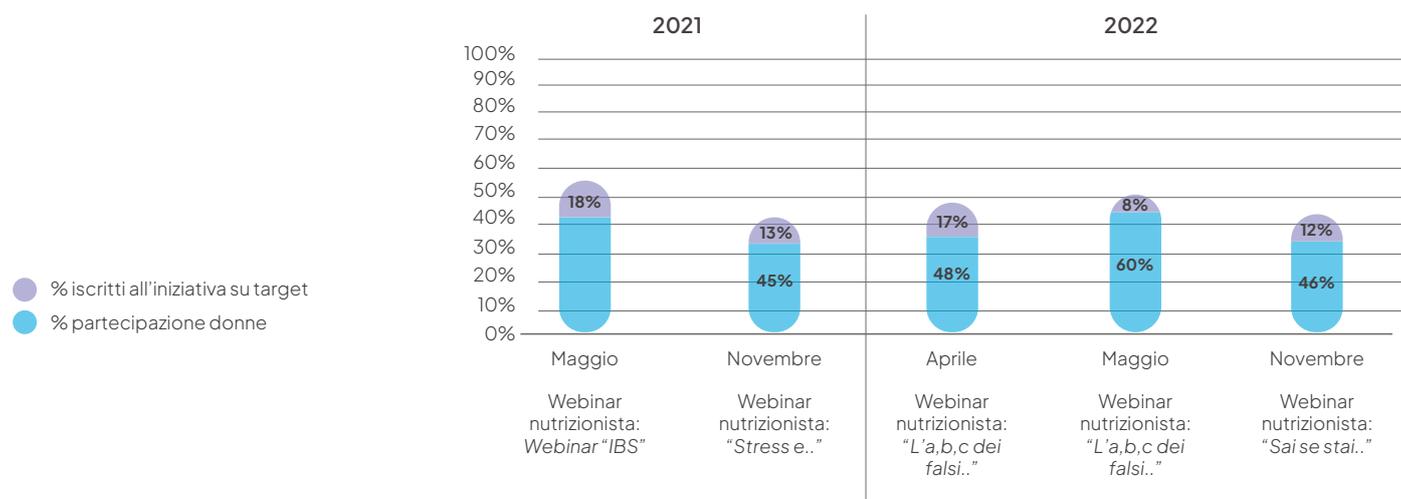
Attività anno 2022: Organizzazione webinar informativi su temi nutrizionali specifici: "ABC Falsi miti dell'alimentazione" e "Sai se stai bevendo l'acqua giusta?".

Progetto benessere: indicatore di efficacia informativa e parametro genere di partecipazione

Tra i partecipanti ai webinar sempre più persone (dal 44% a 79% in due anni), dopo aver partecipato alle iniziative informative del Progetto Benessere, dichiarano in una scala da 1 a 5 di aver fortemente acquisito conoscenza sul tema rispetto all'inizio (4-5).



In merito alla partecipazione ai webinar nutrizionali, si rileva, tra dipendenti e stakeholders che vi hanno preso parte, una presenza importante degli uomini, che si avvicina di molto a quella femminile, e resta costante nel tempo. Considerando la risaputa poca attenzione degli italiani e in particolare del genere maschile al tema della prevenzione, questo dato è una conferma importante di come il Progetto Benessere di Leonardo Assicurazioni stia raggiungendo con successo l'obiettivo per cui è stato pensato: sensibilizzare ed educare le persone a prendersi cura di sé, adottando un corretto stile di vita, per mantenersi a lungo in salute.



Leonardo per le donne (personale, clienti e collettività)



Descrizione e obiettivi: il progetto Leonardo per le donne è 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 nel 2022 in diversi eventi divulgativi e altre iniziative con la finalità di fare informazione corretta all'interno dell'azienda ma anche nei confronti del pubblico esterno, sensibilizzando le persone su temi quali la prevenzione sanitaria, il benessere individuale, l'empowerment, dall'altro a creare momenti di relazione tra colleghe.

Eventi divulgativi

Dal 2019 organizziamo ogni anno un evento di Spazio/Studio Leonardo rivolto al pubblico femminile. In questa occasione spesso i partner coinvolti riservano alle partecipanti delle convezioni o sconti su una gamma di prodotti.

Target: dipendenti e collaboratrici interne + pubblico Spazio/Studio Leonardo

Obiettivo: informare, confrontarsi e sensibilizzare le persone su temi legati al mondo femminile (prevenzione sanitaria, benessere individuale ecc).

Attività anno 2021: organizzazione evento "Come inserire lo sport in agenda".

Attività anno 2022:

- è stato ospitato un evento dell'azienda "TUTTOCALCIOFEMMINILE" (<https://tuttocalciofemminile.com/>), app informativa sul calcio femminile che ha lanciato un master per giovani ex atlete o giovani donne che vogliono specializzarsi in master sportivo in modo da dare loro continuità di carriera. Abbiamo scelto di collaborare e sostenere questa realtà anche in vista del fatto che il 1° luglio del 2022 sarebbe stato riconosciuto il calcio femminile come sport agonistico; passaggio che ha segnato una data storica nel superamento del gap di genere nello sport in Italia;
- è stata presentata la video serie "UN GIOCO DA RAGAZZE", pubblicata in collaborazione con la realtà di WAFA (<https://www.wearefemaleathletes.co.uk/>), sono state indagate le storie di donne che lavorano o operano nel mondo dello sport: storie di riscatto, di empowerment e di forza che possono sensibilizzare il pubblico interno ed esterno non solo sull'importanza dell'attività fisica per il benessere psico-fisico ma anche su un tema di grande attualità quale quello degli stereotipi di genere;
- è stato messo a disposizione il proprio spazio e le proprie competenze per i tre eventi organizzati in collaborazione con la Fondazione Onda: presentazione del bollino HFC per l'anno 2022; presentazione della mappatura nazionale dei Centri Ospedalieri con percorsi e servizi dedicati alla gestione dell'emiviscerale nelle diverse fasi di vita della donna; presentazione dei risultati della ricerca "Il vissuto delle pazienti con tumore al seno HER2+".

Altre iniziative

Target: dipendenti e collaboratrici.

Obiettivo: engagement interno.

Attività anno 2021: webinar "Alimentazione funzionale anti aging"; community LinkedIn.

Attività anno 2022: come ogni anno, è stata pensata una iniziativa speciale in occasione della Festa della Donna: nel 2022 è stato organizzato a favore delle dipendenti e collaboratrici interne un tour culturale e guidato nel Duomo di Milano. Un momento di condivisione, svago e cultura al di fuori dello spazio di lavoro.

Feedback: ha partecipato all'iniziativa il 62% delle dipendenti e il 69 % di coloro che hanno risposto al questionario di gradimento dichiara che sia stata un'occasione per conoscere nuove colleghe e fare team building.

Formazione interna (dipendenti e fornitori)



Mettere al centro le risorse, per valorizzarne le unicità e ogni tipo di diversità, anche generazionale, far crescere individui ancor prima che professionisti, fare cultura con e per le persone. È sempre stata questa la scelta consapevole di Leonardo Assicurazioni in tema di formazione e l'approccio con cui l'ha sempre intesa: in un'accezione molto più ampia rispetto a una pura preparazione tecnica e specialistica, che potesse soffrire percorsi formativi personalizzati, mirati ad aiutare le persone a lavorare su se stessi e a crescere coltivando di valori e competenze anche in ambito relazionale, comportamentale, emotivo e di leadership, da spendersi non solo in azienda, per avere un approccio migliore con gli altri ed essere leader più validi, ma anche fuori, nella vita di tutti i giorni. Per questo da anni Leonardo Assicurazioni ha scelto di avvalersi di partner d'eccellenza con cui condivide i medesimi valori e obiettivi: in primis I&G Management, società con oltre trent'anni di esperienza nella consulenza e nella formazione aziendale, che vanta, come carattere distintivo, proprio l'attenzione e la cura verso le persone e come valori fondanti l'innovazione, la consapevolezza, il cambiamento.

Le iniziative di educazione del 2022 sono proseguite dunque in questa direzione, sviluppando un piano formativo su più livelli, con la collaborazione sia di partner esterni specializzati sia di referenti interni all'azienda. La collaborazione tra servizi e team diversi è stato un altro strumento importante per valorizzare il profilo professionale e culturale delle risorse, attraverso dinamiche più partecipative, mirate e personalizzate, su tematiche trasversali.

Descrizione corsi di formazione:

Corso di formazione tecnica erogato da "FOR FINANCE GROUP"

Titolo: Patrimonio, consulenza patrimoniale e successione".

Temi e obiettivi: Mappatura familiare patrimoniale; Analisi Successoria (con relativo calcolo delle imposte di successione); vicende del patrimonio e la consulenza patrimoniale; il consulente patrimoniale; la pianificazione successoria.

Destinatari: Top Management Servizio Protezione e Benessere.

Corso di formazione tecnica erogato da "SDA BOCCONI"

Temi e obiettivi: finanza comportamentale e behavioural insurance, analisi di bilancio dell'azienda a fini assicurativi, analisi di bilancio familiare a fini assicurativi, risk management a fini assicurativi.

Destinatari: Team Generazione Z - 2° edizione.

Corso di competenze emotive e soft skills erogato da "I&G Management"

Temi e obiettivi: Competenze relazionali, Leve motivazionali, Comunicazione via web, Competenze emotive, Social Media Marketing Neuromarketing.

Destinatari: Team Generazione Z.

Corso di competenze emotive e soft skills erogato da "I&G Management"

Temi e obiettivi: Affinare la capacità di attribuire un significato al comportamento del proprio interlocutore (partecipanti in aula o candidati), attraverso l'analisi del suo reale vissuto emotivo e una lettura più puntuale di tutti i canali della comunicazione; Identificare i principali driver motivazionali del proprio interlocutore per comprendere i fattori determinanti le sue scelte e la propensione a un futuro cambiamento; Potenziare le proprie competenze nell'Analisi Emotivo-Comportamentale, per comprendere meglio le dinamiche comportamentali in situazioni di stress emotivo del candidato e del partecipante; Selezionare gli indicatori comportamentali validi e affidabili per stabilire il livello di credibilità dell'interlocutore e l'indice di veridicità delle informazioni ricevute;

Trasferire le competenze necessarie a ricoprire con efficacia il ruolo di trainer, con particolare riguardo allo stile di comunicazione più idoneo alla conduzione, alle dinamiche d'aula e alla gestione delle resistenze; Aumentare le competenze dei Recruiter nella conduzione del colloquio, trasferendo una metodologia scientifica che permetta di analizzare in modo più strutturato e scientifico il comportamento dell'interlocutore, al di là delle intuizioni personali.

Destinatari: Team HR e Formatori.

Corso di competenze emotive e soft skills erogato da "I&G Management"

Temi e obiettivi: percorso formativo rivolto ai Consulenti Junior con potenziale di crescita verso il ruolo di Manager. L'obiettivo è di accompagnarli nel percorso di carriera commerciale affiancando alla formazione tecnica la formazione sulle soft-skills. Quest'ultima permetterà di sviluppare una nuova consapevolezza e di acquisire competenze e strumenti necessari per ricoprire al meglio il nuovo ruolo.

Destinatari: Team Generazione Z.

Corso di competenze extra professionali erogato da "EF ENGLISH COURSE"

Nella survey 2021 condotta in "fase di ascolto" i dipendenti rispondenti avevano espresso interesse a ricevere formazione: per il 47% in lingua inglese; per il 24% in digital /hard skills (corsi pacchetto office ecc.); per il 29% in soft skills (leadership, gestione del tempo, gestione delle emozioni sul posto di lavoro, ecc.). Leonardo Assicurazioni ha pertanto lanciato a dicembre 2022 un corso di formazione di LINGUA INGLESE a favore dei dipendenti.

Temi e obiettivi: miglioramento della comunicazione in lingua inglese, approfondendo le aree grammaticali chiave e ampliando il vocabolario.

Destinatari: Dipendenti.

Formazione: feedback e risultati

Nel 2022-2023 il 45% dei dipendenti ha partecipato ad almeno un corso di formazione.

Complessivamente:

Totale partecipanti: 119 persone (il 28% ha partecipato ad almeno un corso di formazione)

Totale dipendenti: 30 persone = (media dipendenti 2022:67) = 45%

Totale stakeholders: 89 persone (media stakeholders 2022: 351) = 25%

Corso SDA BOCCONI - Generazione Z - 2° edizione

In una scala da 1 a 5 i rispondenti al questionario post corso hanno valutato l'efficacia informativa 4. Il 100% dei rispondenti al questionario di gradimento post corso hanno valutato che le competenze acquisite si siano rivelate utili anche nella gestione delle relazioni extra professionali.

I rispondenti al questionario di gradimento post corso consiglierebbero fortemente ad un collega di partecipare al corso (in una scala da 1 a 10 è stato espresso il valore medio di 9).

Corso EF ENGLISH COURSE - dipendenti

Questo corso rientra nei corsi di formazione extra professionali e vi stanno partecipando il 49% dei dipendenti dell'azienda.

Formazione esterna (studenti)



Negli anni Leonardo Assicurazioni ha mantenuto e anzi incrementato costantemente il dialogo con le Università, con l'obiettivo di fare da ponte tra i giovani, il mondo della formazione e della ricerca e quello del lavoro. Nel 2022 le collaborazioni con gli enti universitari si sono tradotte sia con l'accoglienza in sede di giovani laureandi che, con l'ausilio di un tutor personale, del know-how e degli strumenti tecnologici messi a disposizione dall'azienda, hanno svolto la loro tesi in Leonardo Assicurazioni, scelta perché esempio di realtà innovativa e modello organizzativo e consulenziale originale e unico nel panorama assicurativo e finanziario milanese; sia anche con la partecipazione di specialisti di Leonardo Assicurazioni come relatori in occasione di lezioni e incontri rivolti agli studenti all'interno dell'Università, dove l'azienda è stata chiamata a raccontare la propria case history.

Workshop Università Cattolica Piacenza – Facoltà di economia e giurisprudenza

Aprile 2022

Corso: laurea triennale in economia aziendale laurea magistrale in gestione d'azienda

Docenti: Bosoni Ernestina

Titolo: “Dai processi alla revisione: il settore assicurativo” con testimonianza aziendale sulla “best practice” di Gian Luca Buzzetti - Socio e Amministratore Unico LEONARDO ASSICURAZIONI

Business Case Università Milano Bicocca

Aprile 2022

Corso di Laurea: MAGES laurea magistrale di Management e design dei servizi, dipartimento economia e statistica.

Docenti: Elisabetta Marafioti e Ginevra Villa

Titolo: Be brave Be benefit: prevedere il futuro non è possibile, capire il futuro è necessario.

“Leonardo Assicurazioni ha sempre avuto nel proprio DNA l'ambizione di innovare costantemente la sua strategia aziendale. Gli imprevisti che hanno caratterizzato gli ultimi due anni hanno solamente accelerato questo processo, portando l'azienda a compiere un'enorme transizione.

Riconoscersi come Società Benefit ed ambire ad entrare nel mondo delle B-Corp, è solo il primo passo per raccontare come Leonardo Assicurazioni dalle difficoltà abbia creato nuove opportunità e come la resilienza e la tenacia delle persone che fanno parte dell'azienda abbia permesso di guardare oltre. Un nuovo modo di intendere la consulenza, creando nuove sinergie con i clienti, costruire una solida cultura aziendale, ingaggiando le persone a tutti i livelli, contrastare le incertezze, rendendo l'azienda completamente fluida. Questi sono solamente alcuni spunti che riassumono il cambio di strategia di Leonardo Assicurazioni. E tu cosa avresti fatto? Partecipa al nostro business case e mettili alla prova!”.

Supporto dati statistici per ricerche universitarie

Leonardo Assicurazioni si è resa disponibile a fornire dei dati statistici utilizzati per la redazione di un paper “Digitalizzazione dei processi ed effetti sui sistemi di controllo. Un modello di indagine per il settore assicurativo” presentato da Bosoni E., Fellegara A.M, Torelli R. al Convegno SIDREA 2022 in tema di “Digitalizzazione e tecnologie intelligenti per il governo delle aziende. Il contributo dell'economia aziendale al Sistema Paese” tenutosi a Lucca il 20-21 ottobre 2022.

Progetti Tesi

Università Milano Bicocca

Corso di Laurea: MAGES laurea magistrale di Management e design dei servizi, dipartimento economia e statistica.

Titolo tesi: “Diventare Società benefit: la trasformazione aziendale di Leonardo Assicurazioni”.

Università Cattolica Milano

Corso di laurea triennale: Economia e gestione dei beni culturali e dello spettacolo.

Titolo tesi: “I benefici dell'arte in azienda. Il caso di Spazio Leonardo”.

Inclusione (dipendenti, fornitori, clienti, collettività)



Surveys interne e sondaggi sono uno strumento utile e molto prezioso per ascoltare, comprendere e valutare bisogni, desideri, opinioni di collaboratori e dipendenti, coinvolgendoli e facendoli sentire parte attiva e propositiva della vita dell'azienda. Basandosi sui dati, infatti, – uno dei pilastri del piano industriale 2023 – le surveys consentono di avere un approccio scientifico nell'analisi della realtà e rappresentano un punto oggettivo dal quale partire per decidere strategie, promuovere iniziative, sviluppare attività finalizzate ad accrescere il benessere delle persone, migliorare il clima aziendale e selezionare quei progetti che maggiormente rispecchiano le esigenze e le preferenze delle persone in azienda. Per questo, oltre alla survey annuale, ogni iniziativa realizzata all'interno dell'azienda viene "misurata" e tracciata attraverso un breve sondaggio che consente di avere immediatamente e costantemente un riscontro sul gradimento.

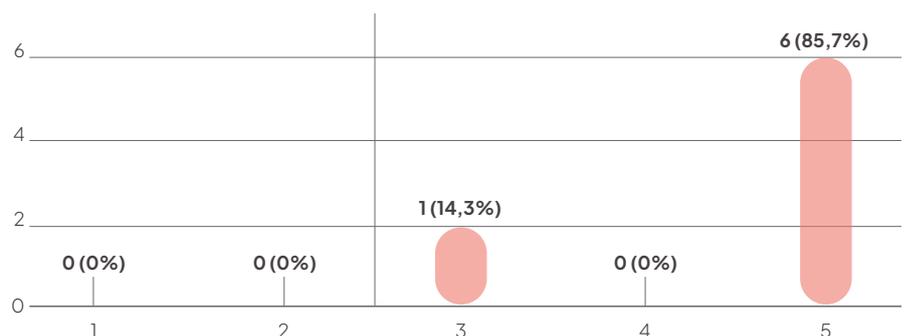
Progetto Ambassador (pilota) e la sua evoluzione

Il Progetto Ambassador è nato come progetto pilota 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. Selezionati per essere portavoce dei valori, della filosofia e della mission dell'azienda e per far conoscere all'interno e all'esterno i progetti, le idee, gli eventi, le iniziative del "mondo Leonardo", i primi Ambassador sono stati scelti dal team HR sulla base di attitudini e skills di ciascuno. Nel corso dell'anno il progetto si è evoluto e nel 2023 vedrà protagonisti nuove figure di Ambassador frutto di candidature spontanee provenienti da qualsiasi ruolo o funzione aziendale, nell'ottica di una partecipazione trasversale al progetto e di una maggiore valorizzazione delle risorse presenti in azienda.

Feedback: in una scala da 1 a 5 i partecipanti al progetto pilota hanno dichiarato di essere fortemente soddisfatti di essere stati coinvolti.

In una scala da 1 a 5 quanto sei soddisfatto di aver partecipato al progetto?

7 risposte



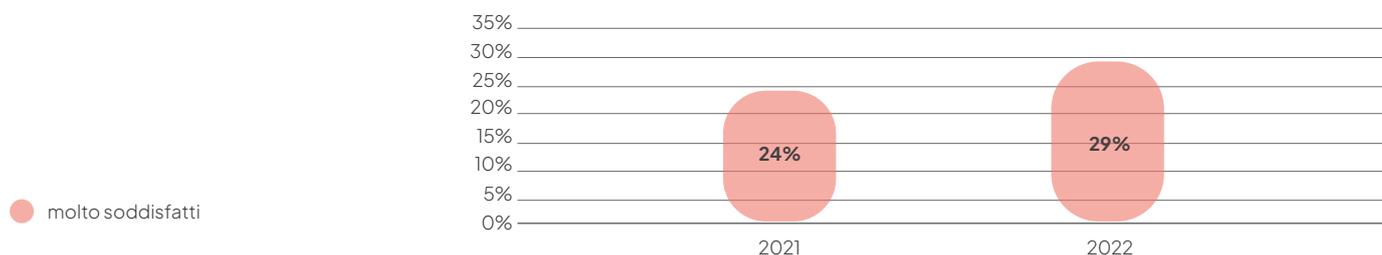
L'86% dichiara che aver fatto parte del progetto pilota gli ha permesso di conoscere in anticipo le iniziative aziendali e quindi farsene promotore.

L'86% dichiara che aver fatto parte del progetto pilota gli ha permesso di ampliare il proprio network aziendale.

Clienti

L'approccio basato sull'ascolto è rivolto non solo alle persone che lavorano in azienda ma si estende anche ai clienti che entrano a far parte del mondo di Leonardo Assicurazioni. Per questo l'azienda sta strutturando un percorso di customer experience mirato a monitorare costantemente il livello di soddisfazione e gradimento dei clienti, che nel 2022 ha dato risultati molto positivi, registrando un aumento del 5% delle persone che, in una scala da 1 a 10, si sono dichiarate molto soddisfatte (9-10) di Leonardo Assicurazioni.

Consiglia Leonardo?



Life Balance (dipendenti, fornitori)



Life Balance: feedback e risultati

Il work life balance è uno degli elementi più efficaci nell'incremento del benessere individuale e lavorativo in azienda. Per questo Leonardo Assicurazioni ha rinnovato anche nel 2022 il suo impegno nel venire incontro alle richieste delle famiglie dell'azienda offrendo loro la possibilità di far partecipare i propri figli a una settimana di divertimento presso un camp estivo.

Summer camp

A differenza del 2021 dove era stato individuata solo una realtà dell'intrattenimento, nel 2022 è stata data la possibilità di iscriversi a camp con attività differenti e ubicate in zone differenti della città: l'offerta dei camp spaziava, infatti, dai laboratori di psicomotricità, ludici e esperienziali indoor e outdoor, ai laboratori artistici; dai corsi sportivi all'aperto, in palestra o in acqua a quelli linguistici con insegnanti madrelingua inglesi; dai laboratori digitali fino a quelli di cucina.

Summer camp

Avere a disposizione campus diversi con differenti offerte ludiche, educative e ricreative è stata molto apprezzata dai genitori di Leonardo Assicurazioni, che hanno potuto scegliere così per propri figli l'intrattenimento più in linea con i loro gusti e interessi. In una scala da 1 a 5 l'indice di gradimento è stato infatti del 4.8. Dato confermato anche dai piccoli partecipanti: l'indice di gradimento da parte dei bambini che hanno preso parte ai campus è stato, infatti, di 4.9 su 5.

Il 21% di stakeholders e dipendenti genitori che ha dichiarato nella survey di avere figli nella fascia di età adatta a partecipare ai campus ha partecipato all'iniziativa.

Il 92% di stakeholders e dipendenti genitori interessati al campus ha poi effettivamente fatto partecipare i propri figli.

Rispetto al 2021 il +5% dei bimbi ha partecipato all'iniziativa.

Cultura (personale, fornitori, clienti, collettività)



Dopo le limitazioni imposte dalla pandemia, Spazio Leonardo – spazio multifunzionale e aperto alla città di Milano realizzato nella sede principale di viale della Liberazione – ha aperto nuovamente le porte alla città e alle persone con una fitta serie di eventi di qualità.

Nel 2022 è stato protagonista di tre nuove mostre organizzate in collaborazione con Una Galleria di Piacenza. Gli artisti sono stati selezionati, come sempre, con l'obiettivo di promuovere giovani emergenti e avvicinare collaboratori, dipendenti e pubblico esterno al mondo dell'arte contemporanea. Le mostre del 2022 sono state Freak Show, un progetto di (ab)Normal, collettivo artistico impegnato nella ricerca in aree disciplinari come il design, l'architettura e la scenografia; Storyboard, mostra personale di Riccardo Giacconi, artista visivo e documentarista; e Fiori di Paolo Gonzato, artista focalizzato sul concetto di arte estesa, in cui si interfacciano design, collaborazioni, editoria e moda.

In linea con la sua mission di Società Benefit, nel 2022 Leonardo Assicurazioni ha voluto contribuire a fare cultura, educazione e divulgazione alla società con un ulteriore nuovo progetto: le video serie di divulgazione destinate al grande pubblico. Oltre a “Un Gioco da Ragazze” (vedi il paragrafo Leonardo per le donne) è stata lanciata anche “Dispenser”, video serie realizzata con l'intento di divulgare i concetti base dell'educazione finanziaria rendendoli fruibili al maggior numero di persone possibili, di promuovere la consapevolezza dell'importanza di pianificare il proprio futuro e di educare ad una corretta gestione del denaro. La serie si è articolata in nove puntate in cui professionisti interni all'azienda e specialisti esterni hanno affrontato, con un linguaggio semplice ma mai superficiale, il giusto livello di approfondimento, l'aiuto di grafiche ed esempi concreti tratti dalla vita quotidiana, il tema del corretto rapporto con il denaro: dal bilancio familiare agli errori di valutazione, dalle differenze tra uomo e donna nella gestione del denaro agli investimenti.

Relativamente all'area di azione rivolta alle persone, di cui si è trattato poco sopra, i costi sostenuti da Leonardo Assicurazioni nel 2022 risultano essere come di seguito inquadabili:

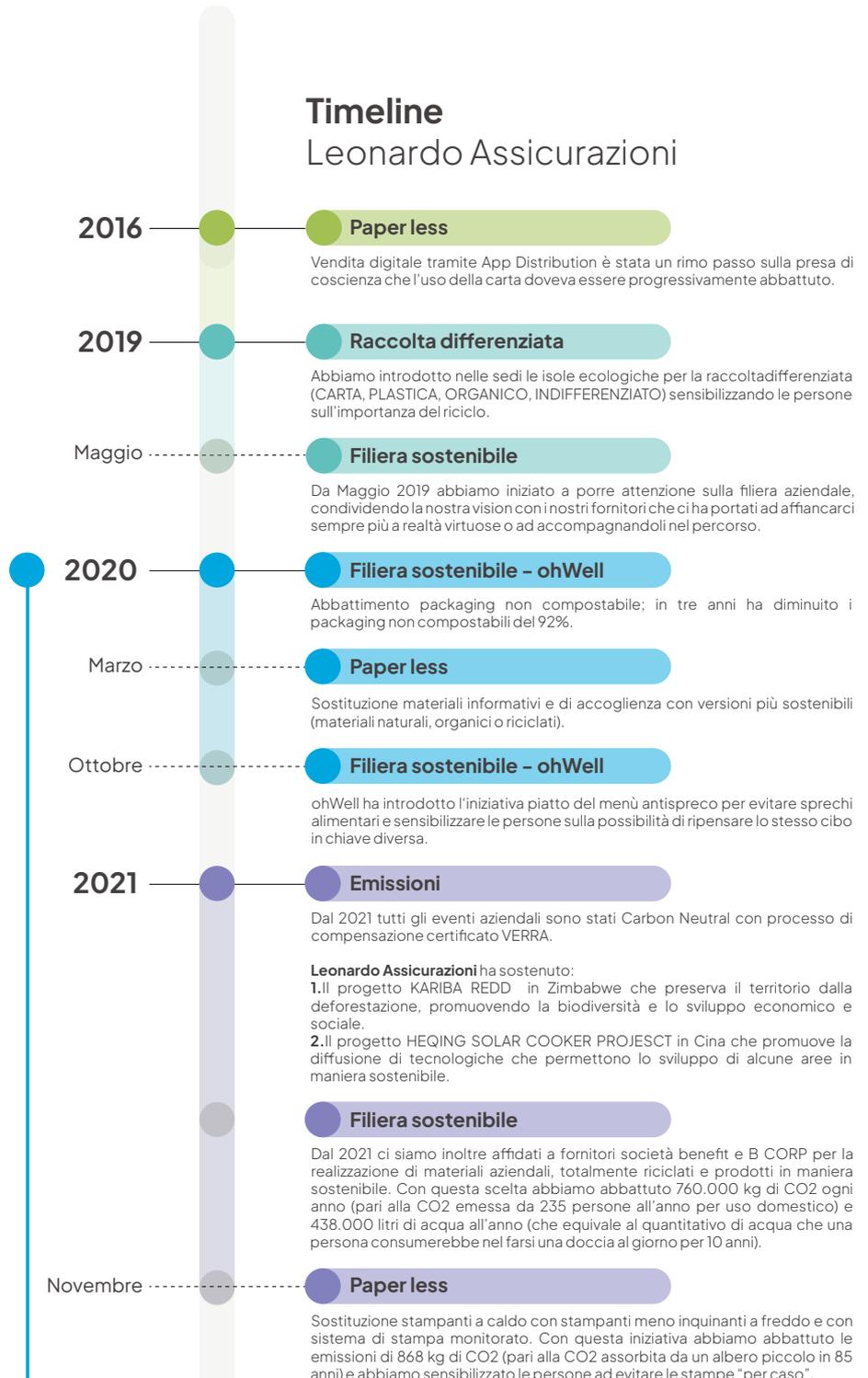
Area di azione	2021	2022
Benessere	€10.806	€8.016
Cultura	€39.028	€40.418
Educazione	€174.321	€228.863
Totale	€224.155	€287.177

Planet (ambientale)



Se è vero che ogni individuo è un mondo, diverso, unico ma interconnesso e in relazione con gli altri, è altrettanto vero che tutti vivono sullo stesso mondo: il pianeta. Per questo è necessario imparare a prendersene cura nel migliore dei modi. Leonardo Assicurazioni come sempre parte dalla conoscenza e dall'educazione, direttrici sulle quali ha continuato a muoversi anche nel 2022, non solo proseguendo nella scelta di fornitori virtuosi, ma diventando esso stesso parte attiva e integrante di questa filiera.

Timeline Leonardo Assicurazioni



Percorso intrapreso
nel 2020 e concluso
nel 2022.

2022

Emissioni

Nel 2022 **Leonardo Assicurazioni** ha sostenuto:

1. Guanáre Forest Plantation Project in Uruguay che promuove la riforestazione e permette la creazione di ulteriori co-benefici come lo sviluppo rurale dell'area e l'istruzione.
2. FSCECP Hydroelectric Power Plant in Brasile che incentiva la generazione di energia 100% rinnovabile per gli abitanti della regione brasiliana Paraná.

Nel 2022 **Leonardo Assicurazioni** ha sostenuto:

1. Guanáre Forest Plantation Project in Uruguay che promuove la riforestazione e permette la creazione di ulteriori co-benefici come lo sviluppo rurale dell'area e l'istruzione.
2. FSCECP Hydroelectric Power Plant in Brasile che incentiva la generazione di energia 100% rinnovabile per gli abitanti della regione brasiliana Paraná.

Filiera sostenibile - ohWell

La bottiglietta di acqua in PET è stata sostituita con brick tetrapak, questo permette; per produrre un brick abbattiamo di almeno 3 volte le emissioni di CO2 che invece vengono prodotte nella produzione di una bottiglietta in PET.

Dicembre

Paper less

Abbiamo iniziato a eliminare anche l'utilizzo di pura cellulosa in azienda, sostituendo carta in pura cellulosa per asciugarsi le mani nelle toilette con asciugamani ad aria. Con questa nuova iniziativa, partita dalla sede centrale di Spazio Leonardo, l'azienda va ad abbattere 4195.5 kg di CO2, pari alla CO2 che assorbirebbero in media 209 alberi adulti in un anno. In termini di risparmio di alberi, questa scelta evita l'abbattimento di 5 alberi adulti di 15 metri".

Non solo. Nell'ottica di contribuire attivamente non solo alla riduzione della propria impronta di carbonio, ma anche alla tutela climatica e ambientale del Pianeta, i principali eventi aziendali (Convention "A brand a New World" di ottobre 22 e l'Evento "Light ON" di dicembre 22) sono stati svolti in ottica CARBON NEUTRAL. Leonardo Assicurazioni ha, infatti, acquistato crediti di carbonio certificati - equivalenti ciascuno a una tonnellata di CO2 - dall'ente certificatore internazionale Verra, per compensare volontariamente la propria impronta di carbonio prodotta negli eventi, finanziando dei progetti di tutela ambientale mirati ad assorbire le emissioni dall'atmosfera. Nello specifico, l'azienda ha scelto di sostenere un progetto di riforestazione in Uruguay in terreni degradati, contribuendo in questo modo al ripristino di ecosistemi perduti; e un progetto di generazione di energia rinnovabile in Brasile, finalizzato a preservare la biodiversità della zona ma anche a dare lavoro alla popolazione locale, contribuendo in questo modo allo sviluppo economico e sociale del paese. Progetti dunque che vanno oltre il solo impatto ambientale, ma agiscono anche a livello sociale, contribuendo a migliorare la qualità di vita delle popolazioni coinvolte

Progetti e attività

Abbattimento consumo carta

Nel percorso di paper less avviato in azienda, nel 2022 Leonardo Assicurazioni ha implementato le soluzioni per abbattere ulteriormente la carta negli spazi comuni. Nonostante avesse già optato per l'utilizzo di carta in pura cellulosa per asciugare le mani presso le toilette, l'azienda ha iniziato alla fine del 2022 la sostituzione di asciugamani ad aria. Questa manovra racconta come un'azienda che intende fare un percorso, debba farlo con continuità, anche se si tratta di piccoli passi. Laddove intravede margini di miglioramento, è compito e dovere di una società benefit perseguirli adottando comportamenti e promuovendo iniziative virtuose a beneficio dell'ambiente. Con questa nuova iniziativa, partita dalla sede centrale di Spazio Leonardo, l'azienda va ad abbattere 4195.5 kg di CO2, pari alla CO2 che assorbirebbero in media 209 alberi adulti in un anno. In termini di risparmio di alberi, questa scelta evita l'abbattimento di 5 alberi adulti di 15 metri.

Compensazione emissioni – Eventi Carbon Neutral

Nell'ottica di contribuire attivamente non solo alla riduzione della propria impronta di carbonio, ma anche alla tutela climatica e ambientale del Pianeta, i principali eventi aziendali (Convention "A brand a New World" di ottobre 22 e l'Evento "Light ON" di dicembre 22) sono stati svolti in ottica CARBON NEUTRAL. Leonardo Assicurazioni ha, infatti, acquistato crediti di carbonio certificati - equivalenti ciascuno a una tonnellata di CO2 - dall'ente certificatore internazionale Verra, per compensare volontariamente la propria impronta di carbonio prodotta negli eventi, finanziando dei progetti di tutela ambientale mirati ad assorbire le emissioni dall'atmosfera. Nello specifico, l'azienda ha scelto di sostenere un progetto di riforestazione in Uruguay in terreni degradati, contribuendo in questo modo al ripristino di ecosistemi perduti; e un progetto di generazione di energia rinnovabile in Brasile, finalizzato a preservare la biodiversità della zona ma anche a dare lavoro alla popolazione locale, contribuendo in questo modo allo sviluppo economico e sociale del paese. Progetti dunque che vanno oltre il solo impatto ambientale, ma agiscono anche a livello sociale, contribuendo a migliorare la qualità di vita delle popolazioni coinvolte.

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.
Inoltre, come precedentemente precisato, Leonardo Assicurazioni Srl Società Benefit si avvale del protocollo di misurazione B Impact Assessment (BIA), uno standard di valutazione esterno implementato dal soggetto non profit B Lab e che soddisfa i requisiti di correttezza, trasparenza e completezza richiesti dalla legge n. 208 del 28 dicembre 2015.

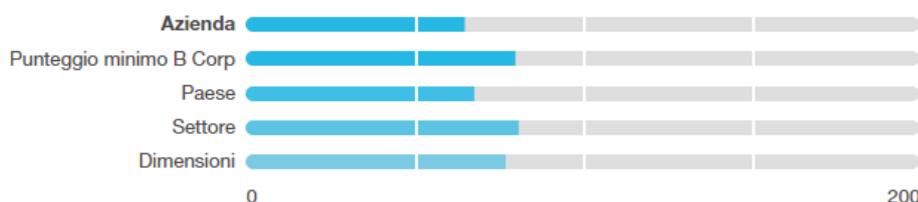
Di seguito si riportano i punteggi ottenuti nell'anno e quelli dell'esercizio passato:

	2021	2022
Lavoratori	27.1	32.2
Governance	14.8	16.7
Comunità	10.7	8.6
Ambiente	5.6	4.3
Clienti	3.0	3.0
Punteggio finale	61.4	64.9

Benchmark

Leonardo Assicurazioni srl
Società benefit

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2022





Governance

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



Lavoratori

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



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 Dicembre 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 2022 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.

Progettualità 2023

Il 2022 è stato sicuramente un anno molto positivo che ha visto Leonardo Assicurazioni crescere, evolversi e confermare sempre più la sua identità di Azienda Benefit. Tutti gli ambiti che contraddistinguono l'azienda come realtà virtuosa sono stati, infatti, implementati e sviluppati, come descritto nelle pagine precedenti.

Nel 2023 verranno portati avanti, consolidati e migliorati gli importanti risultati raggiunti nel 2022 nei vari ambiti ESG sopra descritti.

Inoltre, il futuro, che è già il presente, ha come parola chiave la relazione. Relazione tra persone e tra mondi diversi, quello individuale di ciascun individuo, quelli dei clienti, dei colleghi, di quante persone entrano in contatto con l'azienda. Ogni mondo è caratterizzato da una sua unicità, peculiarità, complessità. Il compito di Leonardo Assicurazioni è dunque quello di imparare ad ascoltarli, capirli, rappresentarli per ottenere una relazione, proficua, tra di essi. La campagna di comunicazione 2022, "Il tuo mondo", indica esattamente la direzione che ha preso l'azienda. Su questa strada, come sempre, ci sono le persone. Le persone che sono al centro di un nuovo approccio basato sull'accoglienza e l'ascolto: siano essi clienti da accompagnare all'interno dell'azienda e nel loro percorso di vita, siano esse risorse di Leonardo Assicurazioni, da far crescere come individui e come professionisti.

Nel 2023 uno degli obiettivi sarà quello di analizzare sempre meglio la user experience di quanti interagiscono con il mondo di Leonardo Assicurazioni, individuando una serie di touchpoint da cui partire per ridisegnare il percorso e l'esperienza del cliente, del cittadino e del dipendente.

Lo sviluppo del progetto HR BUSINESS PARTNER, lanciato nel 2022, consentirà all'azienda di proseguire nel suo percorso di valorizzazione delle risorse umane, con percorsi formativi professionali e personali sempre più mirati sulle singole persone, per farne emergere le unicità e ogni tipo di diversità, anche generazionale, favorendo una cultura della fiducia e della partecipazione, e promuovendo un nuovo modello di leadership gentile, inclusiva.

Sempre con l'obiettivo di mettere la persona al centro con un approccio basato sull'ascolto, il 2023 vedrà lo sviluppo di campagne di sensibilizzazione, incontri e tavole rotonde per confrontarsi su temi sociali, psicologici e di attualità, finalizzati a fare cultura, abbattere le barriere, superare gli stereotipi. Obiettivi, questi, già promossi in passato dal Progetto "Leonardo per le donne", ma che nel 2023 amplierà il target a tutta l'azienda, indipendentemente dal genere. L'azienda parteciperà nuovamente, inoltre, al bando per ottenere il bollino HFC promosso da Fondazione Onda, per interagire con altre aziende che promuovono la salute e la prevenzione.

Come Azienda Benefit impegnata a fare cultura a 360°, Leonardo Assicurazioni porterà avanti il suo programma di eventi gratuiti aperti alla città, ad esempio con tour guidati gratuiti alle mostre allestite di Spazio Leonardo e forum aperti al pubblico in Sala 18, al quale verranno affiancati nuovi eventi interni, destinati ad approfondire in modo più specifico e professionale alcune dinamiche del core business aziendale. Saranno inoltre avviate partnership virtuose con realtà che sul territorio milanese promuovono lo sport come strumento di miglioramento sociale e programmi di alfabetizzazione finanziaria per i più piccoli con partner di eccellenza per sostenere l'educazione finanziaria delle nuove generazioni, in linea con le tendenze anche del governo.

E dal momento che l'ascolto è uno dei capisaldi dell'approccio aziendale, nel 2023 verranno ulteriormente implementati gli indicatori di efficacia informativa relativi alle iniziative aperte al pubblico così come i questionari e le survey interne, con l'obiettivo di migliorare sempre più l'offerta di iniziative, servizi e proposte cogliendo le esigenze e i desideri di chi entra in relazione con il "mondo Leonardo".

Nel 2023 verrà infine inaugurata OASI Leonardo, un nuovo progetto che si basa sul concetto di spazio diffuso, un collegamento concettuale e anche fisico tra due Spazi: Spazio Leonardo, sede principale di Leonardo Assicurazioni, e la nuova Oasi Leonardo. Il nuovo building rappresenta un'evoluzione concreta di Leonardo Assicurazioni come società Benefit: è, infatti, la realizzazione fisica di un'azienda vicina alle persone, attenta al loro benessere, aperta alla città, sostenibile. L'obiettivo è proprio quello di creare un unico ambiente sostenibile, in grado di favorire il lavoro delle persone, ma al tempo stesso il loro benessere psico-fisico, attraverso aree di socialità, relax, attività ludiche, incontro e tanto verde.



LEONARDO
ASSICURAZIONI