

IMPEGNARSI *a* ESSERE un'AZIENDA MIGLIORE per il PIANETA

Scegliere di diventare una società benefit significa abbracciare consapevolmente un impegno verso la sostenibilità che riguarda tutti gli ambiti dell'impresa e i suoi rapporti con il mercato e il territorio, traducendolo in azioni concrete e misurabili

di **ALTEA CASTELLANETA**,
communications brand awareness & chief
impact di Acrisure Italia

La prima cosa che un imprenditore tiene in considerazione è la redditività della sua azienda, senza la quale non c'è sviluppo. Investire in sostenibilità, e farlo concretamente con scelte e azioni, è impegnativo, ma penso che oggi faccia parte della responsabilità sociale di un'impresa e del suo Dna.

Le società benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda. Si è di fronte a una trasformazione positiva dei modelli dominanti di impresa a scopo di lucro, che li rende più adeguati alle sfide e alle opportunità dei mercati contemporanei. Una società benefit è un'impresa come

le altre, ma con obblighi rafforzati che pongono manager e azionisti su standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza.

Acrisure Italia è stata la prima società di brokering a prendere la qualifica di società benefit in Italia, a dicembre 2022. Un concetto radicato già da molto tempo nel suo Dna, ancora prima di diventare a tutti gli effetti una società Sb. Crediamo sia un tema da trattare a livello di comunità, di presenza sul territorio e di prodotto. Vediamo la sostenibilità come mezzo valido per differenziarci sul mercato portando ulteriore sviluppo, perché è ormai evidente che esistono consumatori e clienti

consapevoli e attenti. Come si può intuire, essere una società Sb è un processo lungo, impegnativo e in continua evoluzione, che ci ha messo davanti a tante nuove consapevolezze e domande. Il percorso di trasformazione concreto che stiamo perseguendo offre una maggiore attenzione alle scelte gestionali, una più elevata capacità di incidere positivamente sull'ambiente e sulla collettività in cui si opera, e un grande coinvolgimento dei collaboratori su valori importanti, che creano identità e senso di appartenenza. Tutto questo senza perdere di vista l'obiettivo di mercato che pone Acrisure Italia, insieme al gruppo statunitense Acrisure, classificato tra i Top 10 global broker e tra i mi-

gliori fornitori di servizi fintech, ai vertici internazionali con ambiziose prospettive di sviluppo e di crescita finanziaria.

Focalizzati sull'ambiente e il rispetto delle persone

Vogliamo raggiungere traguardi importanti: uno degli obiettivi del 2023 è quello di attivare il percorso per diventare *carbon neutral*. Abbiamo articolato il nostro progetto in cinque diverse finalità di beneficio comune, seguendo la nostra mission, che è stata trascritta in più punti nello statuto dell'azienda: ricerca e innovazione, tutela dell'ambiente, *diversity* e multiculturalità, formazione e valorizzazione delle persone. Lavoreremo sul nostro impatto ambientale (in termini di consumi

e logistica), sulla consapevolezza verso le tematiche ambientali, sul valore delle persone, coltivando i talenti, sull'importanza del *work life balance* e del benessere dei dipendenti e saremo molto attenti alla *governance*, quindi non solo alla ricaduta sull'ambiente ma anche a quella sulla società.

Certamente ricerca e innovazione sono un punto di forza della nostra attività. Ci stiamo inoltre adoperando per introdurre metodi sempre più innovativi e sofisticati per conoscere le caratteristiche del nostro impatto a tutti i livelli e in tutte le aree; dall'azzeramento delle emissioni di CO2 entro il 2024 alla formazione sempre più digitale dei collaboratori, passando per attività a supporto di associazioni a livello territoriale. Il *core business* dell'azienda è sempre stato rivolto a questi aspetti, ma per fortificare ancora di più questa missione abbiamo lavorato anche sulla *brand identity* volta ad accrescere la visibilità e la differenziazione di quello che facciamo. Abbiamo voluto dare un'identità *green* al nostro brand per richiamare tutte le attività sostenibili che adoperiamo. Secondo noi, la comunicazione d'impresa ormai è uno strumento fondamentale per trasmettere



il proprio impegno in questo senso, per dimostrare la trasparenza e l'eticità e allo stesso tempo sensibilizzare e coinvolgere tutti gli stakeholder dell'azienda, tra cui clienti, dipendenti, investitori, fornitori, comunità locali e chiunque venga in contatto con la nostra realtà.

Un impegno per il futuro

Guardando al futuro: oggi siamo in una fase di progettazione che si sta definendo e concretizzando sempre di più, ma entro la fine del 2023 prevediamo consistenti progetti di sviluppo. Per noi è fondamentale essere impegnati concretamente e diventare parte attiva di qualcosa molto più grande di noi. Abbiamo inoltre riscon-

trato come la nostra vision sia stata apprezzata fin da subito dai nostri partner e clienti; a dimostrazione che la maggior parte dei consumatori vuole fare la differenza con i propri acquisti, scegliendo aziende e prodotti sostenibili che si impegnano per il bene del pianeta. Questi sono indicatori di come le esigenze di consumatori e investitori stiano cambiando, a favore di aziende che hanno un progetto concreto in termini di sostenibilità. Inoltre collaboriamo da diversi anni con la **Fondazione Dinamo**, che oggi può vantare di avere in programma tantissime attività sociali e non solo. Guardando ai prossimi obiettivi strategici, stiamo definendo una roadmap con azioni che

vogliamo mettere in campo nel corso di questo 2023, ovviamente sempre in riferimento al nostro statuto societario. Il nostro obiettivo è la totale trasparenza in questo percorso: per questo motivo le finalità, così come le azioni che andremo a fare quest'anno, saranno raccolte in un documento pubblico, consultabile da tutti sul nostro sito e i nostri canali social. Vantiamo una squadra di dipendenti giovani e abbiamo riscontrato come le nuove generazioni ripongono una crescente attenzione ai temi di responsabilità sociale e società benefit. In un mondo pieno di *fake news* e campagne di marketing virali individuano nelle società benefit una serietà certificata ove riporre la propria fiducia.

