

## **Concetti di convergenza tra Corporate Social Responsibility (CSR) e mutualità assicurativa**

In questi appunti sono indicati alcuni punti di convergenza che si possono individuare tra CSR e Mutualità Assicurativa, lasciandoli aperti a momenti di riflessione e di approfondimento.

In una impresa costituita in forma di Società per Azioni si distinguono tre figure principali: la proprietà, il management e i clienti/consumatori. Ciascuna delle quali mossa principalmente dal raggiungimento di un utile economico.

Gli interessi di questi tre centri di potere possono essere anche diversi tra loro e, in alcuni casi, possono essere anche contrapposti. La proprietà, soprattutto, può essere detenuta da pochi azionisti o, in certi casi, addirittura da uno solo che potrebbe perseguire un suo obiettivo che non sempre collima con quelli degli altri protagonisti e che può condizionare pesantemente gli orientamenti dell'impresa anche in direzioni non sempre in linea con i principi della Corporate Social Responsibility.

Nella Mutua non esiste la proprietà, ma solamente il management e gli Assicurati che diventano Soci con la sottoscrizione di una polizza, anche di una sola e di qualsiasi tipo essa sia.

I principi fondamentali della mutualità assicurativa quindi – assenza di azionisti, autonomia di gestione, fine istituzionale incentrato sull'erogazione di servizi ai Soci, patrimonio indiviso e destinato a copertura delle obbligazioni sociali e degli oneri gestionali – si traducono, nell'operare quotidiano, attraverso la tutela degli interessi e delle aspettative dei propri stakeholder: clienti-consumatori, dipendenti, comunità.

Questo status comporta il poter disporre di autonomia gestionale e decisionale in favore dei Soci che è garantita dal fatto di non avere azionisti che possono influenzare le decisioni operative del management.

**1 -Quindi, primo punto di riflessione sulla convergenza tra CSR e Mutualità assicurativa:** contrapposizione di interessi tra azionista e consumatore, che può condizionare gli orientamenti della società per azioni; nella mutualità, invece, autonomia gestionale e operativa a favore dei Soci nella Mutua.

Un altro punto di riflessione va fatto sul legame che deve esistere tra le imprese e i territori in cui esse operano e sul concetto di radicamento sul territorio, intendendo

per tale, la partecipazione delle imprese entro circuiti di tipo non economico, ossia sociali, culturali, istituzionali e regionali.

A questo proposito ricordiamo che la responsabilità sociale d'impresa è una norma sociale di comportamento che esprime l'esigenza di valorizzare la dimensione "pubblica" dell'impresa e quindi il legame con il territorio all'interno del quale svolge la sua attività economica oltrepassando i propri doveri per contribuire a creare benessere nella comunità in cui opera.

Radicata sul territorio significa conoscere profondamente la struttura sociale civile ed essere vicina alle reali esigenze dei Clienti e questa prerogativa è ben presente nella struttura societaria mutua che fonda il suo valore aggiunto nel fatto che, non soggetta a possibili traumatici cambiamenti causati da acquisizioni di azioni che possono modificare gli obiettivi della proprietà (non può essere comprata), mantiene una politica di presenza stabile nel tempo sul territorio.

**2 -Quindi, secondo punto di riflessione sulla convergenza tra CSR e Mutualità assicurativa:** Le società mutue di assicurazione hanno un forte radicamento sul territorio.

Soffermiamoci ora sul fatto che le Mutue di Assicurazioni non hanno il capitale da remunerare e quindi, dopo gli accantonamenti prudenziali alle riserve patrimoniali, quello che rimane viene ridistribuirlo ai Soci Assicurati sotto forma di Benefici di Mutualità o destinato direttamente ad azioni sociali, quali ad es. soccorso per le parti colpite da catastrofi naturali, e quindi riservando particolare attenzione anche alla comunità.

Per citare qualche esempio concreto di questi interventi, possiamo riferirci a ciò che è avvenuto nel caso della Reale Mutua fin dalla sua prima attività operativa e poi nel 1908 con il terremoto di Messina, nell'ottobre del 1963 per il disastro del Vajont, e più recentemente nel 2009 per terremoto in Abruzzo, nel novembre 2011 con lo stanziamento di fondi per le famiglie colpite dall'alluvione in Liguria e Toscana, nel maggio 2012 per il terremoto in Emilia, lo stesso stanziamento per l'alluvione di novembre 2013 in Sardegna ed Abruzzo, idem per l'alluvione di ottobre/novembre 2014 che ha colpito più regioni (fondo di 500.000 per pagare il premio di polizza di tutte le famiglie e le imprese che hanno riportato danni pur non avendo la garanzia alluvione).

**3 -Quindi, terzo punto di riflessione sulla convergenza tra CSR e Mutualità assicurativa:** Le mutue di assicurazioni hanno la possibilità di destinare parte degli utili direttamente ad azioni sociali (soccorso per le parti colpite da catastrofi naturali o rovesci economici).

In ultimo la politica della CSR richiede particolare attenzione verso gli stakeholder Clienti.

Il concetto di mutualità si fonda su principi rispondenti all'esigenza, sempre più sentita, di un rapporto più personale tra imprese e cittadini, in una visione complessiva di responsabilità sociale e di un legame tra mutua assicuratrice e Soci/Assicurati improntato a una forte vicinanza, in un'ottica di crescita che destina parte dell'utile e delle risorse al consolidamento, allo sviluppo e al miglioramento dei servizi offerti ai Soci/Assicurati stessi.

Tutto questo la Mutua lo fa per vocazione istituzionale e per necessità operativa.

La Mutua di Assicurazioni non ha la possibilità di aumentare il suo capitale sociale né azionisti. Quindi deve fare affidamento solamente sulle sue risorse patrimoniali e sul rapporto di fiducia con i clienti-soci.

**4 -Quindi, quarto punto di riflessione sulla convergenza tra CSR e Mutualità assicurativa:** le mutue di assicurazioni hanno la necessità di mantenere un continuo rapporto di fiducia con il pubblico, perché la mutua non ha la possibilità di aumentare la clientela con operazioni di acquisizioni, ne' di chiedere potenziamento di capitale agli azionisti.

Associazione Amici del Museo di Reale Mutua - novembre 2019