



L'INIZIATIVA Così Axieme ha supportato una serie di no profit

Meno scontri più Giveback I premi assicurativi in dono

■ Il 6 gennaio scorso la social insurance italiana Axieme ha supportato una serie di no-profit scelte dai propri clienti donando parte dei premi assicurativi raccolti nel corso dell'anno attraverso un meccanismo di accantonamento per gli assicurati virtuosi nella gestione dei sinistri. Questo modello di business, già presente a livello mondiale e promosso da altre aziende in altri Paesi, è denominato social insurance, perché dà la possibilità ai propri

clienti di avere un impatto sociale sulla società. L'importo del Giveback, infatti, dipende dal comportamento personale unito a quello delle altre persone che hanno sottoscritto una polizza con Axieme con una logica molto semplice: meno sinistri è uguale a più Giveback, ovvero più donazioni. Inoltre, ogni cliente può scegliere a quale delle associazioni partner devolvere il proprio Giveback, in modo da fare del bene attraverso il progetto che sente più vic-

no a sé. Quest'anno hanno beneficiato del Giveback la Onlus torinese Casa Giglio (che ospita gratuitamente le famiglie dei bambini ospedalizzati lontano dalla propria residenza), il progetto Salute al Maschile di Fondazione Umberto Veronesi (volto a combattere i tumori maschili attraverso la prevenzione e il sostegno alla ricerca), il Banco Italiano Zoologico, l'associazione Genitori Adulti e Fanciulli con Handicap e infine Tartalove di Legambiente.