



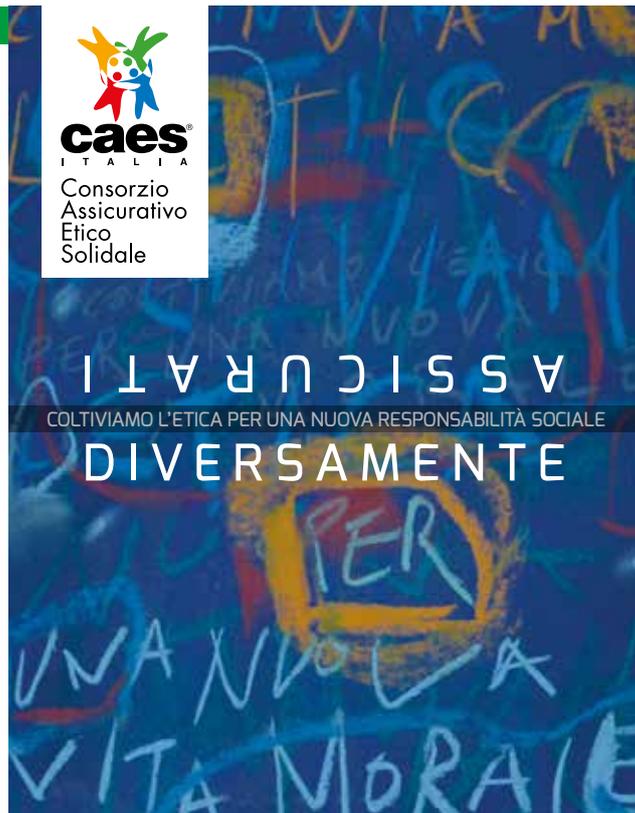
# Assimoco e Caes insieme per le associazioni e le cooperative

Anche quest'anno Caes ha partecipato e sponsorizzato la fiera nazionale del consumo critico e degli stili di vita sostenibili, che si è tenuta a Fieramilanocity dal 13 al 15 marzo.

di Isabella Naef

Un rapporto che nasce molti anni fa quello tra Caes, Consorzio assicurativo etico solidale, e il Gruppo Assimoco e che si è consolidato negli anni grazie a una condivisione di valori che proprio oggi sta vivendo una fase di rilancio. Le polizze a marchio Caes – Assimoco sono una ventina: si va dalla tutela assicurativa per le botteghe del mondo, alla tutela multirischi per il volontariato, alla responsabilità civile per Associazione. *“Assicuriamo oltre 2mila figure giuridiche del no-profit, come le associazioni del calibro di Amnesty International, le Cooperative, le Fondazioni, le Ong, le Onlus, i Gas, ossia i Gruppi di acquisto solidale, e altre realtà che operano nel terzo settore”*, ha spiegato ad AssimocoNews, Gianni Fortunati, presidente e fondatore Caes.

La raccolta premi del Consorzio nel 2013 è stata pari a 2 milioni di euro, di cui il 98 per cento da imputare al Ramo Danni (il 35 per cento è Rc Auto) e un 2 per cento al Vita. *“Le previsioni di chiusura 2014 sono sostanzialmente stabili”*, sottolinea Fortunati, rilevando, però, che il mercato ha subito una lieve contrazione dovuta alla moria delle associazioni. *“Purtroppo gli enti locali non hanno più i fondi per finanziare enti e associazioni e questi ultimi faticano a sopravvivere”*.



D'altro canto, però, l'etica, la trasparenza e la visione secondo cui la polizza assicurativa è uno strumento sociale, che poi è alla base della filosofia e del Dna di Caes, oltre che del Movimento Cooperativo di cui Assimoco è parte dal 1978, catalizzano sempre più l'attenzione dei target come le cooperative sociali, le associazioni e le famiglie consumatrici.

*“La nostra comunicazione e l'immagine devono mettere in luce chiaramente qual è il nostro Dna. Dobbiamo far comprendere ai cittadini e alle associazioni la differenza nel contenuto delle nostre polizze. Per esempio, dobbiamo comunicare che nei nostri prodotti sono applicati gli stessi tassi per tutta Italia”*, racconta Fortunati, aggiungendo che il principio di mutualità è alla base della costruzione dell'offerta. Dal 2002, poi, Caes espone i livelli di provvigione di tutte le polizze e non solo della Rc Auto. Sia la comunicazione, sia la commercializzazione dei prodotti Caes, infine, non possono prescindere da un'adeguata strategia sul web e sui social media. Il Consorzio, la cui sede operativa si trova a Milano, infatti, opera quasi esclusivamente mediante un modello di vendita a distanza che si basa su un sofisticato sistema tecnologico e che parte dal sito Internet [www.consorziocaes.org/](http://www.consorziocaes.org/).



## Le sinergie future Caes Assimoco

Il rapporto di collaborazione e partnership tra Assimoco e Caes vedrà un ulteriore rafforzamento nei prossimi mesi. Tra i progetti in cantiere il rilancio e l'upgrade dei progetti in essere, l'allargamento del target per lo sviluppo assicurativo sfruttando le partnership del Consorzio assicurativo etico solidale con Amnesty International, Legambiente *“Puliamo il mondo”* e la rete nazionale del consumo critico (GAS).