

Le assicurazioni italiane e la comunicazione finanziaria ESG

Analisi del gruppo Ria Grant Thornton e confronto con benchmark del mercato tedesco

In collaborazione con **Zielke Consult**



Indice

Sezione	Pagina
Introduzione	03
Risultati ambientali	05
Risultati sociali	08
Risultati della governance	10
Ranking delle assicurazioni italiane	13
CSR Label Award	14
La metodologia	16
Ambiente	17
Social	22
Governance	28
Confronto con il benchmark tedesco e prospettiva degli investitori	32
Zielke Research Consult e Grant Thornton, partnership strategica nella valutazione ESG	34
Legenda	35

Introduzione

Quali sono gli impatti ESG nel settore assicurativo? Come si stanno organizzando le assicurazioni italiane per affrontare le novità normative? Come si presentano le assicurazioni italiane nel contesto europeo? Esiste un ritardo del settore assicurativo italiano rispetto ai competitor europei?

Queste sono alcune delle domande che gli esperti del settore assicurativo si pongono negli ultimi mesi e alle quali è difficile dare una risposta oggettiva.

Per cercare una risposta a queste domande è stato individuato un approccio metodologico, basato sul punto di vista degli analisti finanziari e un possibile benchmark grazie all'esclusiva partnership con una società tedesca specializzata nell'analisi della comunicazione finanziaria ESG del settore assicurativo, la **Zielke Research Consult GmbH**. Le compagnie assicurative italiane prese in considerazione in questa analisi includono Intesa Sanpaolo Vita, UnipolSai, Generali Gruppo, Reale Mutua, SACE, Mediolanum, Vittoria Assicurazioni, Credem Vita e Poste Vita.

In base alla metodologia adottata da Zielke Research Consult GmbH, è stata realizzata una valutazione comprensiva delle strategie adottate dalle compagnie assicurative italiane nell'affrontare il cambiamento climatico, i loro investimenti in tecnologie sostenibili e la loro adesione agli standard internazionali di sostenibilità, sulla base delle informazioni pubblicate nel bilancio e/o report integrato. Sono state inoltre analizzate le loro iniziative sociali, come l'impegno nella comunità, i programmi di welfare per i dipendenti e le politiche volte a promuovere la diversità e l'inclusione. L'analisi si sofferma anche sui processi di governance, esaminando come queste compagnie incorporino pratiche etiche e trasparenza nelle loro operazioni. Questa analisi comparativa pone a confronto il settore assicurativo italiano con quello tedesco, e identifica le aree chiave in cui gli assicuratori italiani possono potenziare la loro attenzione alle best practice di sostenibilità.

Il presente studio si pone l'obiettivo di promuovere una comprensione più profonda del progresso del settore e nelle attività volte a rendere l'attività futura più sostenibile anche nell'ambito dell'industria assicurativa. Il rapporto fornisce un'analisi dettagliata delle compagnie assicurative italiane e in luce come queste compagnie si stiano comportando in vari ambiti della responsabilità sociale anche grazie a confronto tra la comunicazione effettuata dalle stesse.



Risultati relativi ai criteri ambientali

Nella seguente tabella sono presentati i risultati della parte “ambiente” (E-Environment) a seguito dell’analisi effettuata sulle assicurazioni italiane per l’anno 2022.

Tabella 1: Punteggi relativi ai criteri ambientali per l’anno 2022

Rank	Insurer	2022
1	Intesa Sanpaolo Vita	4,04
2	UnipolSai	3,84
3	Generali Group	3,78
4	Reale Mutua	2,80
5	SACE	2,19
6	Mediolanum	1,25
7	Vittoria Assicurazioni	0,80
8	Credem Vita	0,66
9	Poste Vita	-0,24

L’analisi ambientale si concentra sui seguenti 4 principali ambiti:

1. Azioni per ridurre le emissioni di CO2
2. Emissioni di CO2
3. ESG nella politica di investimento
4. ESG nei prodotti assicurativi non vita

Azioni per ridurre le emissioni di CO2

Questa sezione è dedicata all'**analisi delle misure e delle strategie attuate dalle compagnie di assicurazione per abbassare le loro emissioni di carbonio** attraverso l'esame degli approcci specifici e degli strumenti adottati, inclusi l'utilizzo di energia rinnovabile per l'elettricità, la riduzione del consumo di energia, la diminuzione del consumo di acqua e l'attuazione di iniziative digitali per la sostenibilità. Inoltre, la sezione si pone l'obiettivo di individuare se queste misure sono attivamente praticate dalle assicurazioni o se si tratta solo di intenti senza una tangibile implementazione delle strategie.

Prendendo in considerazione le assicurazioni analizzate, compagnie come UnipolSai, Intesa Sanpaolo Vita, Mediolanum, SACE hanno divulgato informazioni dettagliate riguardo le azioni concretamente effettuate per ridurre le emissioni di CO2 e hanno utilizzato nelle loro attività di business una rilevante percentuale di energia verde.

Per esempio, UnipolSai ha costruito impianti di energia rinnovabile come pannelli fotovoltaici, e ha divulgato un valore preciso inerente la riduzione delle emissioni di CO2; inoltre, nel 2022, il 55,3% dell'energia usata da UnipolSai proveniva da fonti rinnovabili. In aggiunta, per quanto riguarda il consumo di energia verde, Reale Mutua si è distinta, consumando il 98% di elettricità da fonti di energia rinnovabile.

Le emissioni di CO2

Questa sezione è dedicata all'**analisi delle emissioni di carbonio in conformità con il Greenhouse Gas Protocol (GHGP)**, che obbliga le aziende a categorizzare le loro emissioni di gas serra in tre ambiti distinti. La segnalazione delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 è obbligatoria, mentre lo Scope 3 è facoltativo ed è spesso più difficile da tracciare.

Le emissioni di Scope 1 si riferiscono alle emissioni dirette che si verificano dalle risorse di proprietà o controllate da un'azienda. In sostanza, si tratta delle emissioni rilasciate direttamente nell'atmosfera dalle attività aziendali.

Le emissioni di Scope 2 sono emissioni indirette che risultano dal consumo di energia acquistata da un fornitore di servizi.

Le emissioni di Scope 3, diverse da quelle dello Scope 2, sono anch'esse emissioni indirette. Si verificano lungo la catena del valore di un'azienda e sono relative alle operazioni aziendali. Queste emissioni sono prodotte da fonti non di proprietà o controllate dall'azienda e includono attività come viaggi d'affari, beni in leasing e esposizioni di prestiti bancari. Il GHG Protocol classifica le emissioni di Scope 3 in 15 gruppi diversi, che comprendono sia attività a monte che a valle (come fornitori e distributori). Alcune delle emissioni di Scope 3 divulgate dalle Assicurazioni italiane includono il consumo di acqua, il consumo di carta, i viaggi d'affari, i viaggi dei dipendenti e la generazione di rifiuti.

Per quanto riguarda i risultati dell'analisi, 9 su 9 assicurazioni hanno divulgato informazioni riguardanti le emissioni di Scope 1 e 2, ottenendo il punteggio massimo in questa parte. Tuttavia, riguardo alle emissioni di Scope 3, Vittoria Assicurazioni, a differenza di tutte le altre Assicurazioni, non ha mostrato alcuna informazione ricevendo, quindi, un punteggio negativo.

Si segnala che le elaborazioni effettuate dalle assicurazioni italiane seguono il GHG Protocol, mentre non è stata trovata alcuna tipologia di verifica effettuata da un ente esterno, quali ad esempio un revisore dei conti, per questo motivo, nessuna compagnia analizzata ha ricevuto i punti pieni in questa valutazione, fermandosi a 0,25 anziché 0,5.

ESG nella politica di investimento

In questa area vengono trattate le diverse considerazioni ESG che le assicurazioni utilizzano nelle loro politiche di investimento. Queste includono:

- **Best-in-Class:** un approccio all'investimento sostenibile in cui un'assicurazione identifica le aziende che sono leader nei loro settori in termini di rispetto dei criteri ambientali, sociali e di governance, investendo in esse.
- **Investimento Sostenibile o Tematico:** investire in aziende le cui attività principali contribuiscono a risolvere problemi sociali, così come investire in fondi tematici che si rivolgono a un particolare settore attraverso l'emissione di obbligazioni verdi.
- **Integrazione ESG:** valutare i criteri ESG nel processo di due diligence prima di decidere per un investimento.
- **Impegno e Voto:** influenzare l'attuazione delle strategie ESG delle aziende in cui si investe, impegnandosi con esse e partecipando alle loro riunioni.
- **Esclusione:** escludere dal portafoglio di investimenti dell'assicurazione le aziende note per danneggiare l'ambiente e violare standard o convenzioni riconosciuti a livello internazionale.
- **Investimento di Impatto:** investire in aziende che mirano a generare un impatto sociale e ambientale positivo e misurabile, con un ritorno finanziario.

Nell'analisi condotta, emerge che il Gruppo Generali ha ricevuto il punteggio più alto in questa parte, seguito da Intesa Sanpaolo Vita, UnipolSai, Reale Mutua. Non sono state trovate informazioni per Poste Vita, che conseguentemente ha ottenuto un punteggio di -1 (meno un punto) in questa sottocategoria. È stato osservato che 8 delle 9 compagnie assicurative hanno adottato misure significative riguardo all'esclusione degli investimenti nelle industrie ad alta intensità di carbonio; per esempio, UnipolSai sta seguendo questa politica per i nuovi investimenti dalle aziende che ottengono il 30% o più dei loro guadagni dalle attività di estrazione del carbone o dalla generazione di elettricità da carbone termico o dalle aziende che ottengono il 30% o più dei loro guadagni da attività connesse alle sabbie bituminose, petrolio e trivellazioni artiche.

ESG nei prodotti assicurativi non vita

In questa sezione viene analizzato se le Assicurazioni hanno integrato i criteri ESG nei loro prodotti di assicurazione danni. 7 delle 9 compagnie assicurative hanno ottenuto il punteggio massimo, eccetto Mediolanum e Credem Vita che non hanno divulgato informazioni riguardo a questo aspetto, dimostrando una mancata integrazione. Tuttavia, le altre compagnie esaminate hanno mostrato progressi significativi e positivi.

Ad esempio, Generali ha adottato politiche per veicoli elettrici e ibridi che coprono specifiche questioni ambientali, politiche anti-inquinamento che coprono i costi di intervento urgente, politiche a sostegno di edifici ottimizzati dal punto di vista energetico con servizi di consulenza. Altre compagnie, come UnipolSai, offrono prodotti e servizi assicurativi per supportare i clienti nella mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici. Per quanto riguarda la mitigazione, si tratta, ad esempio, di prodotti mirati alla produzione di energia rinnovabile (prodotto "UnipolSai Energia"); offerte per facilitare lavori di ristrutturazione, in gran parte mirati a migliorare l'efficienza energetica delle abitazioni. Un altro esempio proviene da Vittoria Assicurazioni con soluzioni di energia rinnovabile che offrono copertura per impianti fotovoltaici e solari (principalmente utilizzati per il riscaldamento dell'acqua). La copertura include danni causati da una varietà di disastri ambientali, indicando una chiara comprensione e incorporazione dei fattori ambientali nelle loro offerte di prodotto. Questa sezione rappresenta un punto di forza dell'analisi ESG sulle assicurazioni italiane, poiché 7 delle 9 compagnie analizzate hanno integrato i criteri ESG nei loro prodotti di assicurazione danni.

Risultati relativi ai criteri sociali

Nella tabella seguente sono mostrati i risultati della parte sociale delle assicurazioni italiane per l'anno 2022.

Tabella 2: Punteggi relativi ai criteri sociali per l'anno 2022

Rank	Insurer	2022
1	Poste Vita	4,75
2	Intesa Sanpaolo Vita	4
3	UnipolSai	3,75
4	Reale Mutua	3,75
5	Credem Vita	2,5
6	Mediolanum	2
7	Vittoria Assicurazioni	1,75
8	SACE	1,75
9	Generali Group	0,67

La dimensione sociale è analizzata secondo i seguenti sei criteri:

1. Proporzioni di donne in posizioni di management
2. Inclusione
3. Sondaggio sulla soddisfazione del cliente con la volontà di raccomandare (Net Promoter Score)
4. Asili nido e benefici per la famiglia
5. Gestione della salute
6. Iniziative sociali

Questi criteri, che valutano le assicurazioni sia internamente che esternamente, sono essenziali per stabilire una reputazione positiva sul mercato. Il tema dell'empowerment femminile, centrale in molte discussioni socio-economiche, è stato abbracciato dalla comunità imprenditoriale, sottolineando l'importanza delle donne in ruoli di leadership. Inoltre, il concetto più ampio di inclusione, in particolare l'attenzione alle esigenze delle persone fisicamente disabili, sta guadagnando un riconoscimento crescente. È importante notare che, quando si selezionano candidati per ruoli che non richiedono abilità fisiche, la capacità mentale dovrebbe essere il focus principale.

Questo è anche un punto critico che è stato notato nella nostra analisi poiché la proporzione di donne in posizione dirigenziale necessita ancora di essere affrontata con maggiore attenzione visto che 7 delle 9 assicurazioni analizzate mancavano di trasparenza nella divulgazione delle informazioni riguardanti la proporzione di donne nel 3° e 4° livello delle gerarchie dirigenziali. In aggiunta, UnipolSai, Reale Mutua, Intesa Sanpaolo, Poste Vita hanno divulgato informazioni riguardo alla percentuale di quote di impiegati disabili. Un altro punto, da evidenziare maggiormente, riguarda le iniziative sociali poiché alcune assicurazioni come Intesa Sanpaolo Vita e Mediolanum hanno ricevuto punti neutri a causa della mancata divulgazione di informazioni sulla ripartizione delle donazioni.

Il benessere dei dipendenti è cruciale per il successo di un'azienda. Aspetti come il supporto all'infanzia e alla famiglia giocano un ruolo significativo nel determinare la motivazione e la soddisfazione lavorativa dei dipendenti. Questi fattori assicurano che i dipendenti si sentano valorizzati e integrati nell'azienda. Inoltre, la fornitura di servizi per la cura della salute è un altro ambito chiave preso in considerazione.

Risultati relativi ai criteri della governance

Nella tabella seguente sono mostrati i risultati della parte governance delle assicurazioni italiane per l'anno 2022.

Tabella 3: Punteggi relativi ai criteri di governance per l'anno 2022

Rank	Insurer	2022
1	Generali Group	5
2	Mediolanum	5
3	Intesa Sanpaolo Vita	5
4	Reale Mutua	4
5	SACE	4
6	UnipolSai	4
7	Credem Vita	4
8	Vittoria Assicurazioni	2
9	Poste Vita	2

L'analisi nella parte di Governance si concentra su quattro aree principali:

1. Consolidamento della strategia di sostenibilità
2. Disponibilità del rapporto di sostenibilità
3. Formulazione della strategia di sostenibilità
4. Valutazione del rapporto SFCR

Tutte le 9 compagnie di assicurazione italiane analizzate hanno ottenuto il punteggio massimo di 1 per la disponibilità del rapporto di sostenibilità, poiché è stato facilmente trovato nella homepage dell'azienda. Per quanto riguarda la formulazione della strategia di sostenibilità, 6 su 9 delle assicurazioni hanno ottenuto il punteggio massimo poiché avevano formulato con precisione la strategia riguardo a diverse aree dell'azienda come la gestione del rischio, gli investimenti, la strategia aziendale e altre. D'altro canto, Poste Vita non aveva divulgato alcuna informazione, e due di esse, Vittoria Assicurazioni e Reale Mutua, hanno ottenuto un punteggio neutrale poiché la loro strategia mancava di trasparenza in alcune aree.

CSR Reporting Obligation

Tutte le società quotate e le istituzioni finanziarie con più di 500 dipendenti sono tenute a presentare un rapporto che descriva l'impegno dell'azienda nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa in conformità alla Direttiva Europea CSR (NFRD) dal 2018. Ciò include la rendicontazione su questioni ambientali, questioni relative ai dipendenti e sociali, il rispetto dei diritti umani e la lotta contro la corruzione.



Ranking delle assicurazioni italiane

Nella tabella seguente, è mostrata la classifica basata sui punti totali.

Tabella 4: Classifica delle assicurazioni italiane per l'anno 2022.

Rank	Insurer	2022
1	Intesa Sanpaolo Vita	4,36
2	UnipolSai	3,87
3	Reale Mutua	3,52
4	Generali	3,15
5	Mediolanum	2,75
6	SACE	2,65
7	Poste Vita	2,17
8	Credem Vita	2,05
9	Vittoria Assicurazioni	1,52

Tra le assicurazioni analizzate, Intesa Sanpaolo Vita si distingue, raggiungendo i punteggi complessivi più alti avendo integrato abbastanza bene i criteri ESG nella loro politica di investimento così come nei prodotti di assicurazione danni, ma anche ottenendo risultati soddisfacenti nella gestione della salute, inclusione ed altri aspetti, e avendo anche formulato la strategia di sostenibilità sui dettagli richiesti dalla metodologia e, in aggiunta, avendo definito precisamente la struttura a cui si riferisce la strategia di sostenibilità. Seguiti da UnipolSai, Reale Mutua, Generali e Mediolanum, che hanno anche ottenuto buoni risultati. Per il resto delle assicurazioni, il trend è positivo, poiché è stato notato che le questioni di sostenibilità stanno ottenendo una crescente importanza.

CSR Label Award

In questa parte dell'analisi, le aziende analizzate sono divise in base ai loro punteggi complessivi, calcolati come somma ponderata di ciascuno dei componenti ESG, che pesano ugualmente il 33,33%. L'attribuzione di un'etichetta CSR è data dalla metodologia di Zielke Research Consult GmbH ed è basata sul punteggio complessivo del rispettivo assicuratore. Un'etichetta oro è assegnata con più di 3,9 punti e un'etichetta argento con un punteggio nell'intervallo 2,75 - 3,89. Inoltre, è assegnata anche un'etichetta bronzo per le assicurazioni che hanno ottenuto punti nell'intervallo di 1,6 - 2,74.

La seguente lista illustra le assicurazioni con le rispettive etichette CSR assegnate da Zielke Research Consult GmbH in base ai loro punteggi complessivi.

● Intesa Sanpaolo Vita



● UnipolSai

● Reale Mutua

● Generali

● Mediolanum



● SACE

● Poste Vita

● Credem Vita

● Vittoria Assicurazioni





La metodologia

Questo studio esamina la sostenibilità in **tre dimensioni: ambiente, questioni sociali e governance**.

Le prime due dimensioni, ambiente e questioni sociali, sono valutate sulla base di criteri specifici del rapporto CSR. La dimensione della governance, d'altra parte, è valutata attraverso l'analisi dei rapporti SFCR. La domanda chiave che sottende la nostra analisi è se le compagnie assicurative siano genuinamente impegnate nella responsabilità sociale, o se utilizzino questi rapporti meramente come una formalità.

Nella **dimensione ambientale**, si esplora l'entità degli sforzi di una compagnia assicurativa per minimizzare il proprio impatto in ambito ecologico. Ciò include misure per calcolare e ridurre le emissioni dirette di CO2 e l'integrazione di criteri ambientali e sociali nelle loro politiche di investimento.

La **dimensione sociale** rivela come la compagnia assicurativa assuma la responsabilità verso i suoi vari stakeholder interni ed esterni. Questo include l'impegno dell'azienda verso i suoi dipendenti, clienti e la società in senso lato. L'aspetto della governance si concentra sulla solvibilità della compagnia assicurativa e sulla trasparenza in quest'ambito, evidenziando l'importanza delle considerazioni ambientali a lungo termine nelle loro strategie operative.

Accanto alle tre aree oggetto di analisi di ambiente, questioni sociali e governance, il nostro studio si sofferma anche sul numero di dipendenti in ogni gruppo assicurativo. Questo dato è essenziale per creare una base di confronto tra compagnie assicurative di dimensioni diverse. Pertanto, consente l'analisi di aziende con una forza lavoro piccola come meno di 500 dipendenti a fianco di quelle fino a 150.000 dipendenti sotto certi aspetti.

Il livello di trasparenza e dettaglio con cui una compagnia divulga i suoi dati strategici influisce significativamente su quanto precisamente questi dati possono essere raccolti e valutati.

Questo approccio approfondito garantisce una valutazione comprensiva ed equa della performance di sostenibilità di ogni compagnia assicurativa.

Tabella 5: Sintesi dei criteri ambiente, sociale e governance

Ambiente	Sociale	Governance
1. Azioni per ridurre le emissioni di CO2: 1.1. Azioni concrete 1.2. Quota di energia elettrica verde	1. Proporzione di donne in posizioni dirigenziali	1. Responsabilità per la sostenibilità
	2. Inclusione	
2. Emissioni di CO2 2.1. GHG Protocol & Split Scope 2.2. Scope 1 2.3. Scope 2 2.4. Scope 3	3. Assistenza all'infanzia e benefici per la famiglia	2. Solvency II Report
	4. Gestione della salute	
	5. Soddisfazione del cliente e propensione a raccomandare	
3. ESG nella politica di investimento	6. Iniziative sociali	3. Reperibilità del Rapporto di Sostenibilità
4. Considerazione ESG nei prodotti assicurativi non vita		4. Formulazione della Strategia di Sostenibilità

Ambiente

Nell'ambito dell'ambiente, i seguenti criteri si applicano alle azioni per la riduzione del CO2, la loro impronta ecologica e la rispettiva politica di investimento.

Tabella 6: Punteggio - Ambiente

	Min Points	Max Points
Environment	- 4	5.25
Azioni per ridurre le emissioni di CO2:	- 1	1.25
Azioni concrete	- 1	1
Quota di energia verde elettrica	- 1	1
Emissioni di CO2:	- 1	1
Scope 1/Split Scope 1	- 1	1
Scope 2 (Market/Location Based Value)	- 1	1
Scope 3 (Value + Intensità di Carbonio)	- 1	1
Verificazione	0	1
ESG nella politica di investimento	- 1	2
Considerazione ESG nei prodotti assicurativi non vita	- 1	1

Azioni per ridurre le emissioni di CO2:

Questo criterio è composto per il 50% da azioni concrete e per il 50% dalla quota di energia elettrica verde. Si può raggiungere un massimo di 1,25 punti.

Azioni concrete

Questo criterio si riferisce agli sforzi compiuti da una compagnia assicurativa per ridurre le proprie emissioni di CO2. Vengono considerate tutte le azioni dell'anno di valutazione, che vengono poi confrontate con l'anno precedente e i risultati di altre compagnie assicurative.

Tabella 7: Scoring delle azioni concrete

Punti	Caratteristiche
- 1	Nessuna informazione
0	Azioni non concrete, small-scale da implementare rapidamente
1	Azioni concrete, tempestive, quantificate
1.25	Presentazione dettagliata e trasparente di tutte le azioni sufficienti/ convincenti a confronto, incluse l'uso/costruzione di un impianto di energia rinnovabile nell'azienda, ad esempio fotovoltaico o impianto di cogenerazione.
1.5	Presentazione dettagliata e trasparente di tutte le misure adeguate e convincenti, compreso l'utilizzo o la costruzione di due o più impianti di energia rinnovabile, ad esempio fotovoltaici o impianti di cogenerazione, all'interno dell'azienda.

Quota di energia verde elettrica

La quota di energie rinnovabili nel consumo totale di elettricità dell'azienda è utilizzata come cifra chiave che corrisponde a una percentuale tra lo 0% e il 100%, che viene presa dal rapporto di sostenibilità. Tutte le sedi e le proprietà dell'azienda sono incluse. I punti si basano sulla rispettiva quota di approvvigionamento di energia verde dichiarata nel rapporto. Qui è possibile ottenere un punteggio massimo di 1 punto, il 50% del quale è incluso nel punteggio totale per le misure di riduzione del CO2.

- Se la quota di energia verde non viene riportata, viene assegnato un punteggio di -1 punto.
- Se nel rapporto di sostenibilità è indicato che viene acquistata energia verde senza specificare le cifre, la compagnia assicurativa riceve 0 punti.
- Se nel rapporto è indicata la quota di energia verde acquistata come percentuale, l'azienda riceve punti pari al valore di riferimento. (Ad esempio, 50% di energia verde = 0,50 punti; 100% di energia verde = 1 punto).

Tabella 8: Scoring dell'energia verde

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'energia verde viene acquistata, ma non documentata con cifre
0.01 - 1	La quota di energia verde in % è mostrata

Emissioni di CO2:

Questo criterio è composto dai criteri Scope 1 (+split), Scope 2 e Scope 3 (valore di Scope 3 + informazioni trasparenti sull'intensità di carbonio del portafoglio). Scope 3 è formato dal valore e dal criterio "informazioni trasparenti sull'intensità di carbonio del portafoglio". Inoltre, lo split di Scope 1 e la verifica del metodo di calcolo degli Scope basato sul GHG Protocol sono inclusi qui come punti aggiuntivi. Un punteggio massimo di 1 punto può essere raggiunto in totale nell'area delle emissioni di CO2.

- La verifica del calcolo degli Scope si basa su standard internazionali:

Come uno degli standard riconosciuti a livello internazionale, il Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) fornisce orientamento e assistenza nella composizione e nel calcolo delle emissioni dirette e indirette delle aziende. Se una compagnia assicurativa segue questo o un simile standard, e i calcoli sono stati verificati da un fornitore di servizi esterno, come un revisore o un organo di ispezione nel campo di competenza, l'azienda riceve 0,5 punti in questa categoria. Se un'azienda calcola le sue emissioni di CO2 utilizzando un metodo di calcolo riconosciuto (basato sul GHG Protocol) e questo viene nominato senza verifica, l'azienda riceve 0,25 punti in questa categoria.

Tabella 9: Scoring della Verifica

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0.25	Metodo di calcolo presentato trasparentemente basato sul Protocollo GHG
0.5	Verifica da parte di un revisore/certificato

Scope 1 + Split

Questo indicatore si riferisce alle emissioni dirette (Scope 1) e calcola le emissioni assolute di CO2 dell'azienda in tonnellate. Il calcolo di Scope 1 si basa su standard internazionali, come il Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), e include le seguenti fonti energetiche: gas naturale, olio da riscaldamento, diesel per generatori di emergenza, carburante per la flotta veicoli dell'azienda e perdite di refrigerante. Scope 1 è misurato su base per dipendente in tonnellate. La media dell'industria assicurativa per dipendente, sulla quale si basa la valutazione, è presa dall'anno precedente. Con l'aiuto di questo indicatore, viene determinato il valore di emissione di CO2 per dipendente e il valore medio risultante è misurato rispetto al valore medio dell'anno precedente per il settore e ponderato per la valutazione. Si esamina anche se l'azienda è trasparente riguardo alle sue emissioni dirette di CO2. Lo Split di Scope è suddiviso nei seguenti elementi:

- Gas naturale
- Olio da riscaldamento
- Diesel per generatori di emergenza
- Carburanti per la flotta veicoli (ad es., diesel, benzina, gas)
- Perdite di refrigerante

Se lo split avviene, l'azienda riceve 0,5 punti aggiuntivi in questa categoria.

La seguente tabella delinea la valutazione per Scope 1 e lo split di Scope 1:

Tabella 10: Valutazione dello Scope 1

Punti	Caratteristiche
- 1	Nessun valore dello Scope 1 e nessuna suddivisione dello Scope 1
0	Le emissioni di CO2 dello Scope 1 per dipendente in tonnellate sono sopra la media e nessuna suddivisione dello Scope 1
0.5	Le emissioni di CO2 dello Scope 1 per dipendente in tonnellate sono sopra la media e con suddivisione dello Scope 1
1	Le emissioni di CO2 dello Scope 1 per dipendente in tonnellate sono sotto la media e senza suddivisione dello Scope 1
1.5	Le emissioni di CO2 dello Scope 1 per dipendente in tonnellate sono sotto la media e con suddivisione dello Scope 1

Scope 2

Questo indicatore si riferisce alle emissioni indirette dell'azienda secondo Scope 2. Ciò include l'elettricità e il teleriscaldamento acquistati dall'azienda e viene specificato in due valori di riferimento: "market-based" (basato sul mercato) e "location-based" (basato sulla localizzazione). Se un'azienda specifica uno dei due metodi includendo il valore, ciò viene valutato sulla media (valore dell'anno precedente). Il metodo preferito è riportare le emissioni di CO2 di Scope 2 secondo il metodo basato sul criterio di mercato.

Tabella 11: Valutazione dello Scope 2

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	Le emissioni di CO2 dello Scope 2 per dipendente in tonnellate sono sopra la media.
1	Le emissioni di CO2 dello Scope 2 per dipendente in tonnellate sono sotto la media.

Scope 3 + Intensità di Carbonio

Questo indicatore si riferisce alle emissioni indirette dell'azienda secondo Scope 3. Ciò include le emissioni che si verificano al di fuori dell'azienda (ad esempio, viaggi d'affari (inclusi treni, taxi, auto a noleggio, aerei), servizi acquistati, carta, acqua, smaltimento dei rifiuti, ecc.)

Una presentazione/dichiarazione trasparente dell'intensità di carbonio del portafoglio nel rapporto di sostenibilità viene premiata con 0,5 punti. Se queste informazioni non sono fornite in modo trasparente e sono troppo imprecise, viene assegnato 0,25 punti. La divulgazione di entrambi i criteri è valutata con un totale di 1 punto.

La seguente tabella illustra la valutazione per Scope 3 + Intensità di Carbonio

Tabella 12: Valutazione dello Scope 3 + Intensità di carbonio

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0,25	Nessun valore di Scope 3 fornito e Intensità Carbonica non sufficientemente trasparente
0,5	Scope 3 valore specificato / o intensità di carbonio mostrato in modo preciso e trasparente
1	È stato fornito il valore di Scope 3 e l'intensità carbonica è mostrata in modo preciso e trasparente

ESG nella politica di investimento

Oltre ai criteri economici, questo indicatore si riferisce anche all'integrazione di criteri ecologici e sociali nella politica di investimento. In questo ambito, in particolare, lo sviluppo ulteriore e l'espansione delle strategie sono cruciali. Più trasparente e preciso è il criterio inerente la politica di investimento e i corrispondenti processi di revisione, più punti vengono assegnati.

- **Best in class:** Investimenti nelle aziende con la performance più sostenibile.
- **Sustainability themed/Thematic investments:** Investimenti in aziende le cui attività contribuiscono a risolvere problemi sociali.
- **ESG integration:** Considerazione degli indicatori ESG nell'analisi degli asset e per la valutazione delle decisioni di investimento.
- **Engagement & Voting:** Partecipazione diretta nella strategia ESG delle aziende in cui si investe.
- **Exclusion:** Esclusione di aziende che violano standard o convenzioni riconosciuti a livello internazionale.
- **Impact Investing:** Investimenti realizzati in aziende per ottenere impatti sociali o ambientali misurabili e benefici.

Tabella 13: Valutazione della Politica di Investimento ESG

	Min	Max
ESG Investment Policy	-1	$\frac{2}{\sum 6/3=2}$
Best in class	-1	0,5
Sustainability	-1	1
ESG Integration	-1	0,5
Exclusion	-1	0,5
Engagement & Voting	-1	0,5
Impact Investing	-1	2

Considerazione ESG nei prodotti assicurativi non vita

Una descrizione trasparente e precisa dell'integrazione della sostenibilità nei prodotti non vita riceve il punteggio massimo di 1 punto. La semplice affermazione che gli ESG sono presi in considerazione nello sviluppo del prodotto o nei prodotti viene premiata con 0 punti, e se nel rapporto non si trovano informazioni a riguardo, ciò viene valutato con -1 punto.

Tabella 14: Valutazione dell'integrazione ESG nei prodotti assicurativi danni

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Social

L'aspetto Sociale può essere misurato attraverso sei criteri. Questi vengono assegnati a vari stakeholder interni ed esterni. Gli stessi dipendenti dell'azienda sono rappresentati attraverso la proporzione di donne in posizioni manageriali, il tema dell'inclusione, l'equilibrio tra vita lavorativa e personale e la gestione della salute. I clienti sono presi in considerazione attraverso analisi sulla soddisfazione del cliente, mentre la società viene coinvolta attraverso iniziative sociali.

Tabella 15: Valutazione per l'aspetto sociale

	Min	Max
Social	- 6	6.5
Proporzione di donne in posizioni dirigenziali	- 1	1.5
Inclusione	- 1	1
Assistenza all'infanzia e benefici per la famiglia:	- 1	1
Soddisfazione del cliente e propensione a raccomandare (Net Promoter Score)	- 1	1
Gestione della salute	- 1	1
Iniziativa sociale	- 1	1

Proporzione di donne in posizioni dirigenziali

Questo indicatore chiave si riferisce alla questione dell'uguaglianza. Viene presa in considerazione la quota di donne in posizioni di leadership nell'azienda.

L'attenzione è focalizzata sui primi quattro livelli (consiglio di amministrazione, consiglio di sorveglianza, 1° e 2° livello di gestione). Se sono indicati tre o quattro livelli, viene calcolata la media rispettiva di questi. Se è fornita solo una quota complessiva di donne in posizioni di leadership, questa non viene ponderata rispetto alla media del settore, ma vengono assegnati solo 0 punti a causa della mancanza di trasparenza. Se queste informazioni mancano completamente nel rapporto, all'azienda vengono assegnati -1 punti per la sua mancanza di trasparenza.

Tabella 16: Valutazione della percentuale di donne in posizioni dirigenziali

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	Specificazione di uno o due valori, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - Percentuale di donne in tutte le posizioni dirigenziali - Proporzione di donne in uno o due livelli
0.5	Specificazione di tre livelli, valore inferiore a \emptyset
1	Specificazione di tre livelli, valore superiore a \emptyset
	Specificazione di quattro livelli, valore inferiore a \emptyset
1.5	Specificazione di quattro livelli, valore superiore a \emptyset

Inclusione

Questo criterio si concentra sulla percentuale effettiva di dipendenti con disabilità, misurato per promuovere e sostenere i dipendenti attuali e futuri e la struttura per età della forza lavoro dipendente. La percentuale individuata dal benchmark come riferimento minimo di dipendenti con disabilità è del 5%, motivo per cui gli assicuratori con una percentuale inferiore a questa quota ricevono 0 punti. Le proporzioni sopra la quota legale prescritta e sotto la media sono premiate con 0,5 punti dove come proporzioni sopra la media sono assegnati con 1 punto. I punti ottenuti in questa parte rappresentano il 50% del numero totale di punti per l'inclusione.

Tabella 17: Valutazione della quota dei dipendenti disabili

	Punti	Caratteristiche
Quota di dipendenti disabili	- 1	Non specificato
	0	Tasso compreso tra 0% e il 5%
	0.5	Tasso inferiore al 5% e inferiore alla media
	1	Tasso superiore al 5% e superiore alla media

In aggiunta, si esaminano le misure adottate dall'azienda sul tema dell'inclusione, quali iniziative perseguitate dall'azienda su questo tema, se ci sono referenti, soluzioni individuali come servizi di supporto per i dipendenti con disabilità, come vengono integrati i dipendenti nella vita lavorativa quotidiana. Questo criterio è valutato 0,5 punti e il 50% di questo punteggio è incluso nel punteggio complessivo per il criterio di inclusione. La rappresentazione della struttura di età dei dipendenti viene richiesta nel modo seguente:

- < 30: Numero o % in confronto al totale della forza lavoro
- 30 - 50: Numero o % in confronto al totale della forza lavoro
- > 50: Numero o % del totale della forza lavoro

Se queste informazioni sono fornite, l'azienda riceve 0,5 punti, dei quali il 50% è incluso nel punteggio complessivo per il criterio di inclusione.

Pertanto, le misure così come la struttura di età vengono valutate sulla base della trasparenza dell'assicurazione.

Tabella 18: Valutazione dell'inclusione

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Assistenza all'infanzia e benefici per la famiglia

Questo indicatore si concentra sulla compatibilità tra lavoro e famiglia. In termini di contenuto, vengono valutate misure che facilitano per i dipendenti la combinazione tra lavoro e vita privata, quali:

- L'offerta di orari di lavoro flessibili
- Opzioni di assistenza all'infanzia che vanno da misure per la cura d'emergenza e assistenza sul tema della cura a indennità familiari

Per questo criterio si può ottenere un massimo di 1 punto, includendo le aree menzionate. Le formulazioni di obiettivi non sono prese in considerazione. Ogni sotto-criterio rappresenta il 25% del punteggio totale relativo all'assistenza all'infanzia e all'indennità familiare. Ogni sotto-criterio viene valutato nel modo seguente:

Tabella 19: Valutazione dell'assistenza all'infanzia e benefici per la famiglia

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Cura della salute

L'attenzione di questo indicatore chiave è rivolta al supporto attivo dell'attività fisica dei dipendenti e alla fornitura di misure preventive (ad esempio, controlli medici) da parte del datore di lavoro, nonché ad altre disposizioni in tema di gestione della salute, come ad esempio consulenza per dipendenze, offerte per la gestione dello stress, corsi online (sportivi), seminari sulla salute e molto altro. Sono valutate tre aree: strutture sportive, assistenza medica e altre offerte legate alla salute.

Il valore complessivo per la categoria è composto dalla proporzione di criteri che vengono soddisfatti, dei quali il 25% è incluso nella valutazione complessiva per la cura della salute. Pertanto, si può ottenere un massimo di 1 punto nella gestione della salute.

Ogni sotto criterio viene valutato nel modo seguente:

Tabella 20: Valutazione della cura di salute

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Soddisfazione del cliente e propensione a consigliare (Net Promoter Score)

In passato, veniva utilizzato il NPS per analizzare la soddisfazione del cliente e la propensione a consigliare. Se l'azienda pubblicava un valore che rifletteva la soddisfazione del cliente, in cui veniva chiesta anche la propensione a consigliare, l'azienda riceveva 1 punto. Se venivano condotte indagini sui clienti ma non venivano pubblicati dati numerici, l'azienda riceveva zero punti. Se nel rapporto non fossero stati presenti informazioni sulla soddisfazione del cliente, l'azienda avrebbe ricevuto -1 punto. Questo criterio era ambiguo in passato e, quindi, questo criterio viene valutato un po' più approfonditamente:

Il livello di soddisfazione del cliente viene misurato?

Sì = 1 punto; No/Nessuna informazione = 0 punti

V È applicabile a diverse divisioni della società?

Sì = 1 punto; No/Nessuna informazione = 0 punti

V È richiesta la volontà di raccomandare?

Sì = 1 punto; No/Nessuna informazione = 0 punti

V I punteggi assegnati ai vari livelli sono ragionevoli? (Qui escludiamo le informazioni sui sistemi di valutazione)

Sì = 1 punto; No/Nessuna informazione = 0 punti

Il numero totale di punti per questa categoria è composto dalla proporzione di criteri che sono soddisfatti, dei quali il 25% è incluso nei punti totali dell'analisi della soddisfazione del cliente con la propensione a raccomandare. Pertanto, si può ottenere un massimo di 1 punto.

Tabella 21: Valutazione della soddisfazione del cliente

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Iniziativa sociale

Specificando gli importi delle donazioni per le iniziative sociali, le aziende possono quantificare il loro impegno sociale nei confronti della società. A causa dell'indicazione frequente di un valore complessivo nell'ambito dell'impegno sociale, che include donazioni così come sponsorizzazioni e altri contributi, in passato non è stata fatta ulteriore distinzione. Per garantire la comparabilità, l'importo è stato diviso per il numero di dipendenti e confrontato con la media dell'anno precedente per dipendente. Se gli importi non fossero pubblicati, l'azienda avrebbe ricevuto -1 punto; se l'importo fosse stato inferiore alla media dell'anno precedente, l'azienda avrebbe ricevuto 0,5 punti; e se questo avesse superato la media dell'anno precedente, l'azienda avrebbe ricevuto 1 punto.

Questo criterio è ampliato da altri due sottocriteri. Oltre all'importo delle donazioni pubblicato dall'azienda, viene valutata anche una panoramica dettagliata degli importi donati, quali somme sono state investite in quali progetti sociali (escluse fondazioni, sponsorizzazioni per club di calcio, donazioni politiche). Se l'azienda non pubblica una ripartizione degli importi donati non riceve un punto aggiuntivo. Se gli importi sono suddivisi, l'azienda riceve un punto. Inoltre, viene valutata la trasparenza e la presentazione dettagliata delle attività. Se qui non vengono pubblicate informazioni, non si possono ottenere punti aggiuntivi; 1 punto viene assegnato per informazioni trasparenti.

Il punteggio totale consiste in:

- L'importo della donazione in € misurato rispetto alla media dell'anno precedente per dipendente
- La visualizzazione suddivisa di tutti gli importi donati in €
- La descrizione dell'impegno sociale

Ciascuno di questi elementi rappresenta il 33,33% del punteggio complessivo per l'iniziativa sociale.

Tabella 22: Valutazione dell'iniziativa sociale

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti



Governance

La governance viene valutata secondo i seguenti quattro criteri:

Tabella 23: Valutazione della governance

	Min	Max
Governance	- 4	4
Responsabilità per la sostenibilità	- 1	1
Solvency II Report	- 1	1
Reperibilità del Rapporto di Sostenibilità	- 1	1
Formulazione della Strategia di Sostenibilità	- 1	1

Responsabilità per la sostenibilità

Questo criterio valuta in che misura il tema della sostenibilità sia già radicato nell'azienda, nelle sue strutture e strategie. Pertanto, il riferimento al consiglio di amministrazione come uniche persone responsabili del tema, così come la semplice nomina di un responsabile della sostenibilità senza ulteriori spiegazioni su come questi sono radicati, è valutato con zero. Se loro e/o un consiglio ESG, un dipartimento di sostenibilità o un team permanente responsabile sono incaricati, e i processi, le responsabilità e i compiti sono chiaramente descritti, l'azienda riceve 1 punto.

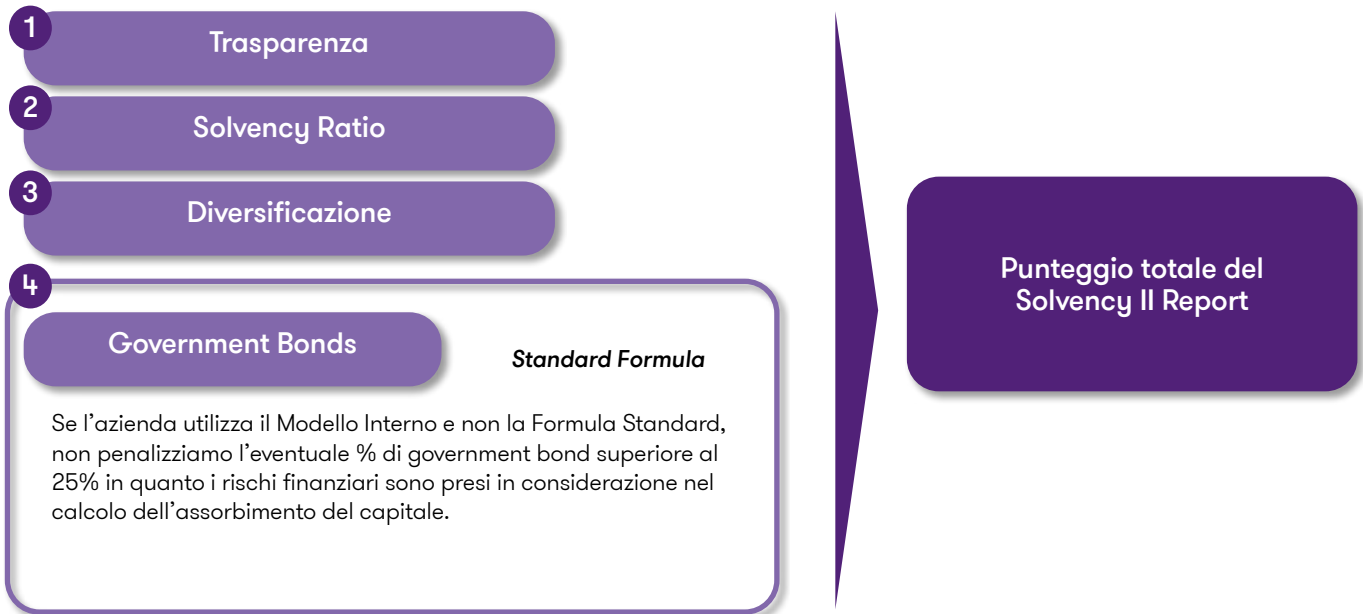
Tabella 24: Valutazione della Strategia di Sostenibilità

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Solvency II report:

Questo indicatore è determinato da vari aspetti del rapporto SFCR. Qui sono importanti la trasparenza, il rapporto di solvibilità, il livello di diversificazione e il rapporto dei titoli di stato. I titoli di stato vengono presi in considerazione ogni volta che le compagnie utilizzano la formula standard; quando utilizzano il Modello Interno, assegniamo un punto in più; non penalizziamo l'eventuale percentuale di government bond superiore al 25% in quanto i rischi finanziari sono presi in considerazione nel calcolo dell'assorbimento del capitale.

Figura 1: Componenti inclusi nel calcolo del punteggio del rapporto di Solvibilità II



Si garantisce un alto grado di trasparenza, un rapporto di solvibilità ottimale, un'alta diversificazione e un basso rapporto di titoli di stato. Questi quattro fattori sono inclusi nel rapporto nel modo seguente:

Tabella 25: Valutazione del rapporto di Solvency II

Punti	Caratteristiche
Trasparenza	-1: <3; 0: 3-6; +1:7-12; +2: >12
Solvency Ratio	+2:125% - 350%; +1:>350%; -2: <125%
Diversificazione	+1:<25%, altrimenti 0
Government Bond Ratio* applicabile solo in caso di Formula Standard	+1:<25%, altrimenti 0

Reperibilità del Rapporto di Sostenibilità

Se il rapporto di un'assicurazione è facile da trovare (riferimento diretto sulla homepage o semplice ricerca su un motore di ricerca), l'assicurazione riceve 1 punto. Se, d'altra parte, l'interessato deve navigare attraverso varie pagine e sezioni o cercare al di fuori della homepage dell'assicurazione, il rapporto è considerato difficile da trovare e l'assicurazione riceve -1 punto.

Tabella 26: Valutazione della reperibilità del rapporto sulla sostenibilità

Punti	Caratteristiche
-1	Difficile da trovare
1	Facile da trovare

Formulazione della Strategia di Sostenibilità

Se il rapporto di un'assicurazione è facile da trovare (riferimento diretto sulla homepage o semplice ricerca su un motore di ricerca), l'assicurazione riceve 1 punto. Se, d'altra parte, l'interessato deve navigare attraverso varie pagine e sezioni o cercare al di fuori della homepage dell'assicurazione, il rapporto è considerato difficile da trovare e l'assicurazione riceve -1 punto.

Riguardo alla strategia di sostenibilità, sono inclusi i metodi e gli strumenti per l'implementazione strategica dello sviluppo sostenibile nelle seguenti aree:

- Strategia aziendale
- Gestione del rischio
- Investimenti
- Dipendenti
- Clienti
- Fornitori
- Impegno sociale

Se la strategia di sostenibilità è formulata in modo preciso nel rapporto e stabilita nelle diverse aree dell'azienda, viene assegnato 1 punto. Se manca trasparenza e dettagli nella descrizione delle aree, l'azienda riceve 0 punti. Se non è possibile leggere alcuna informazione a riguardo nel rapporto, viene assegnato un punteggio di -1.

Tabella 27: Valutazione della Strategia di Sostenibilità

Punti	Caratteristiche
- 1	Non specificato
0	L'informazione non è sufficientemente trasparente
1	Informazioni dettagliate e trasparenti

Calcolo del punteggio complessivo

Il numero totale di punti assegnati a ciascuna assicurazione, su cui si basa la classifica, consiste infine per un terzo ciascuno nei settori dell'ambiente, delle questioni sociali e della governance. Per l'ambiente, il punteggio minimo è -4 e il massimo +5,25 punti, mentre il punteggio minimo per le questioni sociali è -6 e il massimo +6,5 punti. La governance è valutata con un minimo di -3 e un massimo di +5. La seguente sezione calcola come vengono raggiunti il punteggio totale minimo e massimo in ciascun caso.

Minimo:

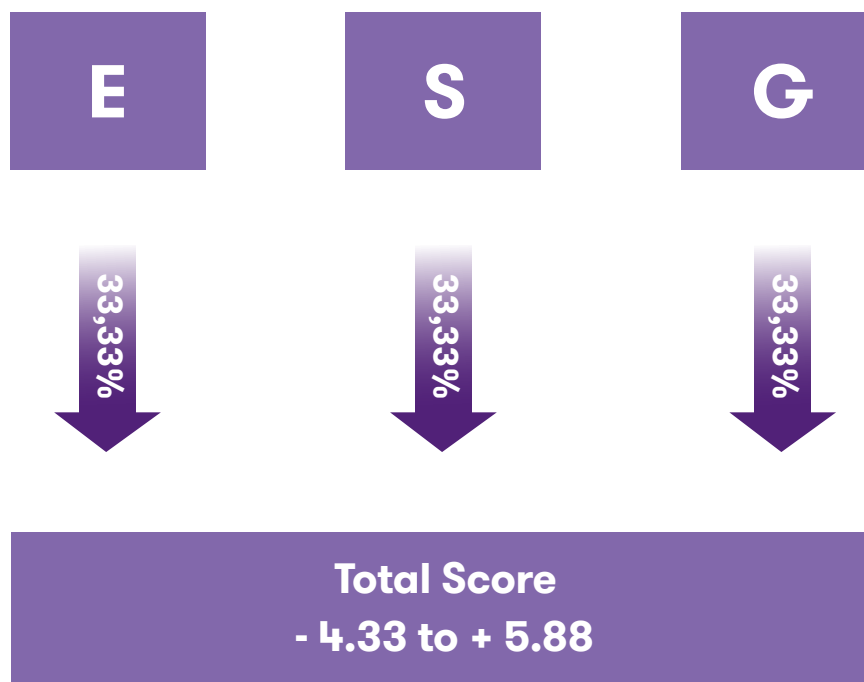
$$\begin{aligned} &(-4 \cdot 33,33\%) + (-6 \cdot 33,33\%) \\ &+ (-3 \cdot 33,33\%) = -4,33 \end{aligned}$$

Massimo

$$\begin{aligned} &(5,25 \cdot 33,33\%) + (6,5 \cdot 33,33\%) \\ &+ (5 \cdot 33,33\%) = +5,58 \end{aligned}$$

Le assicurazioni possono pertanto ricevere un punteggio complessivo compreso tra -4,33 e +5,58 punti. Il processo che porta a questo punteggio complessivo è riassunto nella seguente figura:

Figura 2: Calcolo dei punti complessivi



Confronto con il benchmark tedesco e prospettiva degli investitori

Il numero totale di punti assegnati a ciascuna assicurazione, su cui si basa la classifica, consiste infine per un terzo ciascuno nei settori dell'ambiente, delle questioni sociali e della governance. Per l'ambiente, il punteggio minimo è -4 e il massimo +5,25 punti, mentre il punteggio minimo per le questioni sociali è -6 e il massimo +6,5 punti. La governance è valutata con un minimo di -3 e un massimo di +5. La seguente sezione calcola come vengono raggiunti il punteggio totale minimo e massimo in ciascun caso.

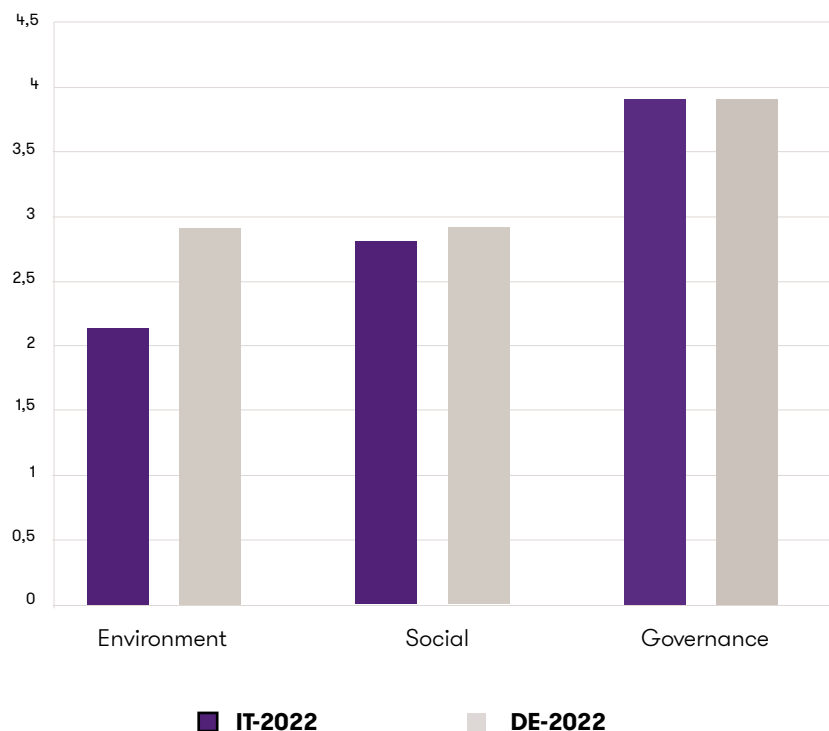
A seguito dell'applicazione della metodologia della Zielke Consult nell'elaborazione del benchmark italiano per il settore assicurativo, sono stati calcolati i risultati medi per il campione esaminato (9 gruppi/compagnie):

- a) 2,1 per l'Ambiente,
- b) 2,8 per il Sociale e
- c) 3,8 per la Governance.

Questi dati sono stati successivamente confrontati con i punteggi medi delle controparti tedesche, composte da un campione di 48 gruppi/compagnie valutate dalla Zielke Consult con la stessa metodologia, che ammontano a

- a) 2,8 per l'Ambiente,
- b) 2,9 per il Sociale e
- c) 3,8 per la Governance,

Figura 3: Confronto dei punteggi medi

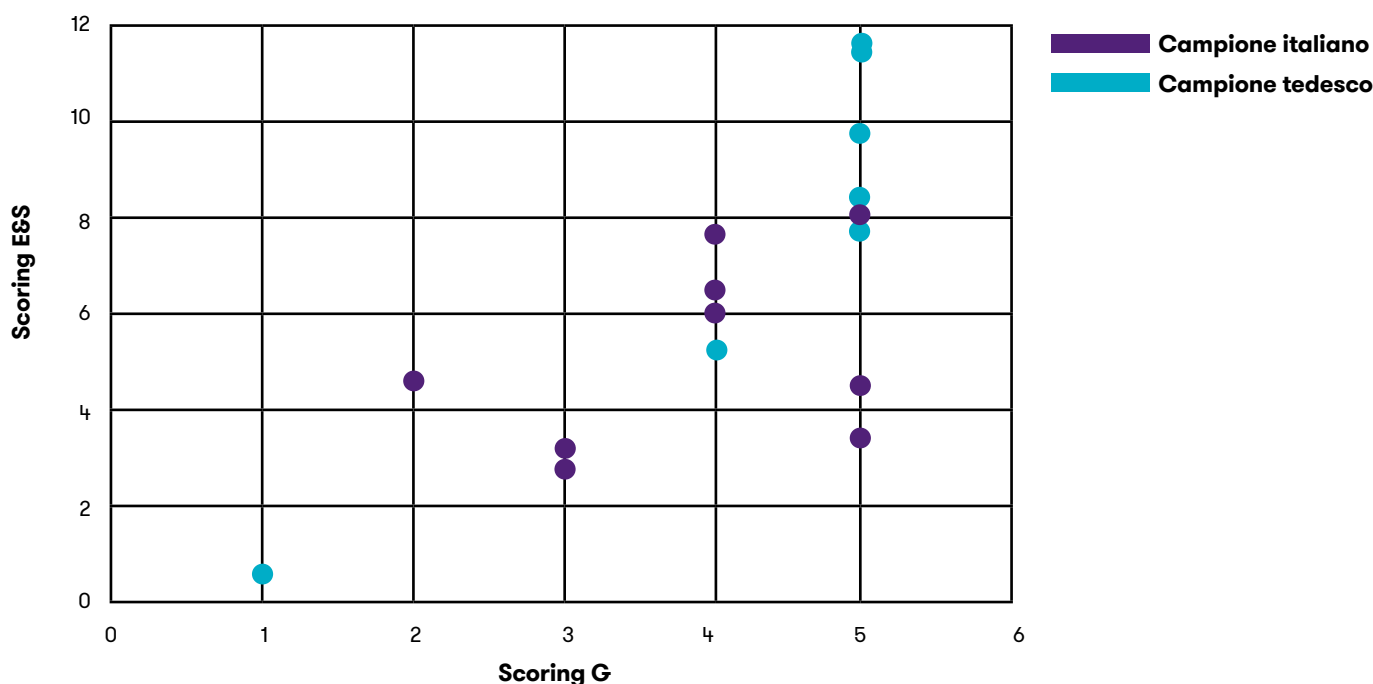


Le aziende prese in considerazione da Zielke Consult sono le seguenti: AXA, Zurich Insurance Group, Gothaer, Baloise, Helvetia, HanseMerkur, Debeka, Prisma Life, Munich Re, Talanx Gruppe, Konzern Versicherungskammer, SIGNAL IDUNA, Die Bayerische, Swiss Life Gruppe, SV SparkassenVersicherung, Sparkassen Versicherung Sachsen, Wüstenrot & Württembergische (WW AG), Allianz Group, ALTE LEIPZIGER - Hallesche (LV), VOLKSWOHL BUND, Uniq Insurance Group, Vereinigte Postversicherung (VPV), Ergo (DE), LVM Versicherung, Barmenia, Vienna Insurance Group (VIG), Provinzial Holding AG, Condor, Versicherungsgruppe Hannover (VGH), Generali Group, DEVK, R+V Versicherung, uniVersa, Vereinigte Hannoversche Versicherung Gruppe (VHV), Mecklenburgische Versicherungsgruppe, INTER Versicherungsgruppe, Itzehoer Versicherung, ARAG, Öffentliche Versicherung Braunschweig, Stuttgarter Lebensversicherung, NÜRNBERGER, Concordia, Münchener Verein, Continentale Versicherungsbund, Süddeutsche Krankenversicherung Gruppe (SDK), WWK Versicherungsgruppe, HUK-COBURG, Versicherer im Raum der Kirchen (VRK), RheinLand Versicherung, Württembergische Gemeinde Versicherung Konzern (WGV).

I risultati comparativi tra i principali gruppi delle due aree geografiche rilevano risultati migliori per le compagnie tedesche, soprattutto nell'ambito ambientale. Tale distinzione risiede principalmente nell'investimento più marcato degli assicuratori tedeschi in soluzioni sostenibili come pannelli solari e impianti fotovoltaici. Inoltre, è emerso che il 79,5% delle controparti tedesche ha fornito descrizioni dettagliate riguardo le iniziative intraprese per la riduzione delle emissioni di CO2, contribuendo significativamente al miglioramento dei loro punteggi ambientali totali. Nel settore sociale, gli assicuratori tedeschi hanno mostrato prestazioni leggermente superiori a quelle italiane. Tuttavia, sia nel campione italiano che in quello tedesco, è stata evidenziata la necessità di focalizzarsi maggiormente sull'inclusione, specialmente per quanto concerne la quota di dipendenti disabili e la proporzione di donne in posizioni di leadership. Per quanto riguarda la Governance, entrambi i campioni hanno evidenziato solidi Solvency II Ratios, riflettendo una buona trasparenza e contribuendo a un innalzamento dei punteggi complessivi nella valutazione del rapporto SFCR. In conclusione, il settore assicurativo italiano, pur non raggiungendo i livelli di eccellenza delle maggiori società assicurative tedesche mostra di aver intrapreso il processo di attenzione e disclosure nei temi ESG.

E' stata posta una particolare attenzione alla valutazione della Governance da parte degli investitori, alla luce del fatto che prende in considerazione la qualità e l'affidabilità delle informazioni fornite dalla direzione, e che assume un ruolo fondamentale nelle priorità delle scelte di investimento. Un elevato standard di governance contribuisce infatti, ad aumentare la fiducia nelle informazioni diffuse dall'azienda e nella sua capacità di realizzare gli obiettivi prefissati. Pertanto, un'azienda che dimostra una solida performance in termini di governance tende generalmente a ottenere valutazioni più positive anche negli ambiti legati alla sostenibilità ambientale e sociale.

Il campione tedesco usato per la costruzione di questo grafico comprende: Allianz Group, Munich Re, Talanx Group, R+V Konzern, Debeka, Generali Group, AXA, Huk-Coburg, Zurich Insurance Group.



Zielke Research Consult e Grant Thornton, partnership strategica nella valutazione ESG

Grant Thornton Financial Due Diligence S.R.L., una società di consulenza con sede a Milano, Italia, e Zielke Research Consult GmbH, una società di consulenza e di ricerca con sede ad Aachen, Germania, hanno stabilito un accordo di partnership. Questa collaborazione mira a sfruttare i punti di forza di ogni azienda per migliorare la propria offerta di servizi nei rispettivi paesi di origine.

Grant Thornton, con un team di oltre 400 professionisti, è posizionata per servire i clienti con una comprensione completa delle loro esigenze. Ci impegniamo a fornire un elevato livello di conoscenza tecnica nei nostri servizi. Questi includono Due Diligence Finanziaria, Transizione e Assistenza GAAP, Assistenza Venditori/Due Diligence, IFRS 17 / 9 e Valutazione Assicurativa, Gestione del Rischio Assicurativo, Solvency II e consulenza Bancassurance. L'integrità, la collaborazione e il forte lavoro di squadra, soprattutto da una prospettiva internazionale, sono valori fondamentali che guidano il nostro successo.

Zielke Research Consult, fondata nel 2013, si specializza in analisi ESG e finanziarie. La società supporta i partecipanti al mercato finanziario come compagnie di assicurazioni, banche e società di gestione del patrimonio nel navigare nel mutevole ambiente regolatorio nei settori della CSR e della rendicontazione finanziaria. Il team, esperto negli ultimi sviluppi nella contabilità finanziaria e della sostenibilità in Europa e nel mondo, fornisce consulenza su misura e basata sulle esigenze. L'esperienza di Zielke Research Consult consente loro di qualificare la legittimità della sostenibilità dei prodotti finanziari secondo i requisiti di divulgazione della finanza sostenibile (SFDR).

In questa partnership, Grant Thornton utilizzerà la metodologia di Zielke Research Consult per produrre valutazioni ESG sui Rapporti di Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR) e sui prodotti finanziari sostenibili pubblicati. Questa metodologia, applicata con successo a compagnie di assicurazioni tedesche e europee selezionate negli ultimi sei anni, ha raggiunto oltre il 50% di quota di mercato in Germania. Grant Thornton prevede di implementare questo approccio sul mercato italiano, con il supporto di Zielke Research Consult. Con questo scambio di esperienze e servizi tra le due aziende si prevede di creare nuove opportunità ed espandere la loro presenza di mercato in Italia e in Germania.

Analisi a cura di:

Luca D'Onofrio - Partner Insurance Grant Thornton FDD, gruppo Ria Grant Thornton, socio AIAF

In collaborazione con Zielke Consult - <https://www.zielke-rc.eu/>

Legenda

CSR: Corporate Social Responsibility

ESG: Environmental, Social, and Governance

CSRD: Corporate Social Responsibility Directive

GHGP: Greenhouse Gas Protocol

NPS: Net Promoter Score

SFCR: Solvency and Financial Condition Report

NFRD: Non-Financial Reporting Directive

Contatti

info@ria.it.gt.com



ria-grantthornton.it

©2024 Ria Grant Thornton SpA. All rights reserved.

Grant Thornton' refers to the brand under which the Grant Thornton member firms provide assurance, tax and advisory services to their clients and/or refers to one or more member firms, as the context requires. 'GTIL' refers to Grant Thornton International Ltd (GTIL).

Ria Grant Thornton SpA is a member firm of Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL and each member firm of GTIL is a separate legal entity. GTIL is a non-practicing, international umbrella entity organised as a private company limited by guarantee incorporated in England and Wales. GTIL does not deliver services in its own name or at all. Services are delivered by the member firms.

GTIL and its member firms are not agents of, and do not obligate, one another and are not liable for one another's acts or omissions. The name 'Grant Thornton', the Grant Thornton logo, including the Mobius symbol/device, and 'Instinct for Growth' are trademarks of GTIL. All copyright is owned by GTIL, including the copyright in the Grant Thornton logo; all rights are reserved.