

Il Sole **24 ORE**
RadioCor

SustainEconomy.24 - Le sfide green e sostenibili del mondo assicurativo

L'INTERVISTA A LINE HESTVIK, CHIEF SUSTAINABILITY OFFICER DEL GRUPPO ALLIANZ

Allianz: "Acceleriamo su target e portafoglio zero carbon. Sostenibilità per crescere ancora"

Cresce l'interesse verso la sostenibilità di investitori, clienti e giovani generazioni e Allianz risponde accelerando sui target. E annuncia anche una stretta sulle coperture assicurative alle imprese con un modello di business legato al carbone. Il gruppo di Monaco ha appena pubblicato il suo ventesimo Bilancio di sostenibilità in cui conferma l'impegno su energia e immobiliare green perché, spiega, "i prodotti assicurativi e finanziari sostenibili non solo supportano la transizione a una economia a basse emissioni di carbonio, ma offrono anche opportunità di



↑ **Line Hestvik**,
chief sustainability officer
del gruppo Allianz

crescita". I numeri sono dalla sua parte: Allianz ha investito circa 6,8 miliardi di euro in 116 parchi solari ed eolici e gli investimenti

immobiliari con una certificazione verde sono cresciuti da 14,6 a 18,3 miliardi di euro; il volume dei prodotti finanziari sostenibili nel portafoglio degli investimenti è aumentato di quasi 10 miliardi di euro, a 39,3 miliardi. Gli asset manager del Gruppo, Allianz Global Investors e Pimco, hanno esteso il loro approccio Esg ai fondi dei clienti, investendo un totale di 231 miliardi di euro in progetti ed imprese sostenibili. E per il futuro Allianz continuerà a ridurre le emissioni di gas serra dei propri investimenti con l'obiettivo di

>> continua a pag. 4

L'INTERVISTA AD ANTONIO BAGETTA, AD DI CONTE.IT

"I clienti chiedono sostenibilità e sicurezza"

Gli stakeholder, ma anche i clienti, chiedono alle imprese scelte di sostenibilità. Antonio Bagetta, amministratore delegato di ConTe.it, il brand italiano del Gruppo Admiral, la compagnia assicurativa diretta nata nel Regno Unito nel 1993 e specializzata nell'offerta di polizze assicurative per veicoli, parla del mondo accelerato dalla pandemia e della digitalizzazione e dell'approccio sostenibile e green, anche all'interno dell'azienda. E con i clienti che chiedono prodotti competitivi ma di protezione.

Che cosa vuol dire sostenibilità per ConTe.it?

Il tema della sostenibilità è centrale nell'azione di business di ConTe.it e si concretizza in diversi ambiti. Non ci limitiamo infatti esclusivamente alle considerazioni di carattere ambientale, temi dai quali una moderna azienda oggi non può prescindere perché, complice anche la pandemia, il cambiamento sta accelerando nella direzione del rispetto del nostro pianeta e del singolo. Riteniamo altrettanto centrali in termini di sostenibilità anche concetti quali la



↑ **Antonio Bagetta**,
ad di ConTe.it

valorizzazione della diversità in ogni sua declinazione e l'inclusione. A chiederlo sono tutti gli stakeholder di un'impresa, dagli investitori ai collaboratori, pas-

>> continua a pag. 3

ASSITECA

"Puntiamo a crescere in Europa"



↑ **Gabriele Giacomini**,
ad di Assiteca

Un modus operandi sostenibile è ormai di importanza strategica. Gabriele Giacomini, amministratore delegato di Assiteca, terzo broker assicurativo del Paese e primo italiano, racconta l'impegno a formare una cultura nella gestione dei rischi e le mutate esigenze delle imprese con la pandemia: dalla cybersecurity alla continuità aziendale. Per il Gruppo vede opportunità di crescita in Italia e all'estero.

Quanto è importante tra le aziende un modus operandi sostenibile dal punto di vista ambientale, economico e sociale?

È ormai quasi scontato che sia un modus operandi di importanza strategica. Stiamo vivendo una rivoluzione data da una convergenza importante

>> continua a pag. 2

“Bisogna formare una cultura nella gestione dei rischi”

tra forze private, del tessuto industriale, e pubbliche, istituzioni e Governo, per permettere al Paese di fare un cambio di passo. Io sono piacevolmente sorpreso, e lo sono ancora di più dal cambiamento della finanza e dall'importanza che, in tempi brevissimi, ha dato all'inserimento di questi obiettivi nei piani strategici. I fondi di private equity oggi richiedono di fare una due diligence sui temi Esg: è un cambio di paradigma fondamentale.

E quanto questa strategia si inserisce nella vostra società?

Sin dalla nostra costituzione, 40 anni fa, è stato un tema strategico: già nel 2003 lavoravamo al bilancio sociale arrivando negli anni alla redazione del Report di sostenibilità, la cui nuova edizione sarà presentata a giugno. C'è poi un altro argomento a noi molto caro. L'Italia, pur essendo un Paese altamente industrializzato, è estremamente sotto-assicurata: il rapporto tra premi assicurativi e Pil è molto più basso degli altri Paesi europei. Il divario è in parte dovuto a questioni tecniche, ma il tema è soprattutto culturale: da un punto di vista di conoscenza finanziaria, assicurativa e di gestione dei rischi manca la cultura. Perciò abbiamo investito tantissimo nella formazione: fare cultura ha ritorni economici e sociali importanti, perché le aziende più solide assumono e sono più competitive. A conferma del nostro impegno abbiamo fondato anche una Academy. Per quanto riguarda Assiteca, abbiamo di recente creato un comitato di sostenibilità e, oltre che sulla governance, lavoreremo sui processi di acquisto, sulla mobilità elettrica e, più in generale, sull'efficiamento delle performance ambientali.

Inevitabilmente la pandemia ha cambiato la vita quotidiana, le abitudini e i mercati. Avete rimodulato la vostra strategia sulla prevenzione e gestione dei rischi da parte delle imprese nell'era Covid?



Durante il primo lockdown siamo rimasti operativi e abbiamo fatto del nostro meglio per essere vicini alle aziende nostre clienti, le cui necessità sono cambiate notevolmente in funzione delle trasformazioni del mercato. È il caso della cyber security, rischio accelerato da acquisti online e smart working: i fatturati delle aziende si sono spostati velocemente dai canali fisici a quelli online e le organizzazioni hanno dovuto forzatamente aprire le proprie reti informatiche. L'Italia, uno dei primi Paesi altamente industrializzati ad entrare in crisi pandemica, è diventata il Paese al mondo più attaccato dopo gli Stati Uniti. Di conseguenza si è impennata la percezione del rischio cyber, sul quale abbiamo lavorato tantissimo. Secondo elemento, l'esigenza di continuare a operare in sicurezza, quindi un tema di continuità di business. Poi, necessariamente, si è evoluta la percezione generale dei rischi e della responsabilità nel fare impresa: sono molte le aziende che ci hanno chiesto aiuto per l'ottemperanza alle norme con risvolti anche assicurativi.

Quali sono le prospettive del settore e quali sono quelle del vostro gruppo?

La crisi pandemica e in genere i momenti di discontinuità - come le crisi del 2008 e del 2011

- sono degli acceleratori. Stavamo già vivendo un periodo di cambiamento e grande evoluzione, per chi gestisce un'azienda sono tempi di grande interesse, io vedo grandi opportunità nel futuro del nostro business. Ma il nostro è ormai un mestiere per aziende di grandi dimensioni, il ruolo che vogliamo giocare è quello di aggregatore per permettere a realtà più piccole, con un know how specialistico, di unirsi a noi per una crescita dimensionale. Questo ci porta a definire un piano strategico che vede come prima linea di sviluppo il continuo consolidamento sul mercato italiano, siamo quotati dal 2015 e abbiamo già fatto 12 operazioni. Poi il cambio di scenario impone un allargamento dei servizi dall'attività di intermediazione a quella di un partner che si affianca all'imprenditore per analizzare i rischi. Terzo elemento è l'internazionalizzazione: abbiamo uffici in Spagna, dove con un piano di crescita per linee esterne vogliamo arrivare tra i primi 10 broker, uno in Svizzera a Lugano e pensiamo di entrare in qualche altro mercato europeo. Ultimo punto è la digital transformation, trasversale a qualsiasi industry. Questi sono i quattro pilastri con cui guardiamo con fiducia al futuro. ■

La spinta dell'Ue

La Commissione europea è al lavoro con la volontà di creare una serie di norme che nel tempo porranno l'informativa sulla sostenibilità sullo stesso piano dell'informativa finanziaria. Come riporta Ania, la Commissione ha recentemente pubblicato un pacchetto di misure. Tra queste figurano la proposta di Direttiva per il Corporate Sustainability Reporting (CSRD), che va a modificare l'ambito di applicazione e gli attuali requisiti previsti dalla Non Financial Reporting Directive e sarà oggetto di confronto tra Commissione e Parlamento/Consiglio Europeo. Ma anche l'Atto Delegato, che sarà adottato alla fine di maggio, che integra il Regolamento sulla Tassonomia con i criteri di vaglio tecnico intesi a definire quali attività economiche contribuiscano, in modo sostanziale, alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici, e che al paragrafo 10 dell'Annex II definisce i criteri per l'attività assicurativa di underwriting non-life. A queste misure si aggiungono sei Atti Delegati, modificativi, relativi ai doveri fiduciari e alla consulenza in materia di investimenti e assicurazioni, che garantiranno che le imprese finanziarie - ad esempio i consulenti, i gestori di attivi o gli assicuratori - includano la sostenibilità nelle loro procedure e nella consulenza in materia di investimenti fornita ai clienti. Proposte che mirano ad assicurare che le società pubblichino informazioni affidabili e comparabili sulla sostenibilità, in risposta ai bisogni di investitori e altri portatori di interessi, e ad estendere l'obbligo sull'informativa a un numero più alto di imprese. ■

“Mercato competitivo, premia la fiducia”

sando ovviamente per i clienti, che da sempre rappresentano il nostro punto di riferimento e dai quali dipendono le nostre principali scelte strategiche.

Come si traducono le scelte di sostenibilità nel rapporto e nell'offerta ai clienti?

In diverso modo. Per ConTe.it sostenibilità fa in primo luogo rima con digitalizzazione. Il nostro Dna è online visto che nasciamo ormai 13 anni fa come brand assicurativo diretto. L'emergenza Covid-19 non ha fatto altro che imprimere una fortissima accelerazione nei confronti della digitalizzazione innescando un cambiamento epocale che ci ha trovati già preparati. I nostri investimenti in ambito tecnologico, infatti, ci hanno consentito di proporre prodotti, modalità di sottoscrizione e di interazione sostenibili e totalmente digitali. Tutte le procedure sono quindi de-materializzate e l'uso di carta è quasi azzerato. Questo approccio sostenibile e green si concretizza lungo tutta la filiera e coinvolge tutti i nostri fornitori.

E all'interno dell'azienda?

La crescente attenzione nei confronti della sostenibilità si esplicita anche all'interno: i nostri uffici sono da tempo plastic free. Dalle scrivanie sono scomparse le bottigliette sostituite da borracce in acciaio brandizzate e ogni comunicazione avviene attraverso supporti digitali. Già prima della pandemia, inoltre, abbiamo cercato di ridurre la nostra carbon footprint puntando sullo smartworking. Considerato che contiamo su circa 600 collaboratori è facile comprendere come il lavoro a distanza consenta di ridurre quotidianamente il loro impatto sul traffico automobilistico e quindi le emissioni di anidride carbonica. La sostenibilità è per noi rispetto della collettività, dell'ambiente e del singolo.



↑ La sede di ConTe.it

In quest'ottica vorrei ricordare il nostro Diversity&Inclusion Programme. Questo progetto, lanciato nel 2019, si è concretizzato nella realizzazione di iniziative come la partecipazione al network di Valore D, la creazione di un Diversity Committee, e la definizione di un piano di

“Dall'emergenza Covid-19 accelerazione sul digitalizzazione, pronti a cambiamento”

sensibilizzazione per il management e per tutta la popolazione aziendale. Vorrei ricordare che in ConTe.it oltre il 60% dei dipendenti è formato da donne e che il Ceo del Gruppo Admiral, di cui facciamo parte, è Milena Mondini de Focatiis.

E sono cambiate le richieste dei clienti?

Per quanto riguarda i nostri clienti, in questo particolare frangente, la richiesta più importante che ci proviene da loro riguarda la sicurezza. Anche in

questo caso un grande aiuto lo ha fornito l'elevata digitalizzazione dei nostri processi che ha consentito a chi ha sottoscritto una polizza con noi di gestire il proprio prodotto assicurativo e il rapporto con noi in totale autonomia e da remoto. Un vantaggio non da poco in periodi di lockdown oppure se si vogliono ridurre al minimo i contatti.

Con la pandemia avete dovuto modificare la vostra strategia?

La pandemia ha imposto un cambio di prospettiva globale, una riflessione profonda alla ricerca di una 'nuova normalità'. Ci siamo impegnati nel proporre tariffe fortemente concorrenziali per consentire alle famiglie italiane, molte delle quali sono state messe a dura prova da un'emergenza che da sanitaria si è anche trasformata in sociale e occupazionale, di risparmiare e quindi di poter contare su un maggior potere di acquisto. Durante il primo lockdown, nella primavera dell'anno scorso, abbiamo investito oltre 5 milioni per alleggerire la spesa della polizze per le famiglie italiane: i nostri clienti con polizza

in scadenza hanno avuto infatti la possibilità di risparmiare fino a 2 mesi sulla polizza RC auto e fino a 3 mesi sulla polizza RC moto. Una misura consistente, che ci ha consentito di offrire un aiuto tangibile a tutti coloro che hanno riposto in noi la loro fiducia e che si sono ritrovati ad affrontare questo momento così difficile.

Come vede il 2021 di ConTe.it?

Positivamente. Il mercato assicurativo è sempre più competitivo, non ce lo nascondiamo. Gli italiani sono alla ricerca di un prodotto competitivo ma che risponda concretamente alle loro specifiche esigenze di protezione. Terreno fertile per quelle compagnie che sono riuscite a costruire un solido rapporto con i clienti e che sono state in grado di offrire polizze sempre più personalizzate e su misura. Prezzo e versatilità rappresentano due caratteristiche indispensabili per avere successo. E poi c'è un elemento ancora più importante, la fiducia: le persone, soprattutto in un periodo di crisi, sono alla ricerca di un marchio a cui affidarsi e di cui fidarsi. ■

“Dal 2040 stop alle imprese con business sul carbone”

detenere un portafoglio a zero emissioni nette di CO2 entro il 2050 e l'impegno a raggiungere un primo target intermedio di riduzione di tali emissioni entro il 2025. Entro il 2040 le imprese con modelli di business basati sul carbone saranno escluse sia dal portafoglio investimenti che dall'erogazione di coperture assicurative e entro il 1 luglio di quest'anno Allianz estenderà l'esclusione esistente per l'assicurazione di un singolo impianto e l'investimento in impianti energetici a carbone, nonché miniere in attività e in costruzione, anche alle corrispondenti infrastrutture direttamente legate al carbone, come i porti. Perché la sostenibilità è una priorità, crea valore e accelera la crescita, spiega Line Hestvik, Chief Sustainability Officer del gruppo.

Oggi, per le aziende, non basta più concentrarsi solo sulla realizzazione di profitti e sulla creazione di valore per gli azionisti ma si guarda anche agli obiettivi di sostenibilità. Che ruolo riveste la sostenibilità nel vostro gruppo?

La sostenibilità, in tutte le sue dimensioni, è una delle nostre priorità assolute. Riteniamo che la sostenibilità possa consentirci di realizzare il nostro potenziale di crescita e di creazione di valore - contribuendo allo stesso tempo a un futuro che sia degno di essere vissuto da tutti noi. Il 2020 è stato un anno sfidante per le popolazioni e le attività economiche di tutto il mondo. Allianz, tuttavia, in questo contesto, è riuscita ad essere un partner affidabile per i propri clienti, i dipendenti, gli stakeholder e la società nel suo insieme. Basandoci su questa forza e resilienza, abbiamo incorporato i valori della sostenibilità in modo ancor più centrale nella nostra strategia e nella nostra catena del valore.

Sull'attenzione al clima e all'ambiente avete annunciato degli obiettivi sfidanti. Ci spiega la



↑ Monaco di Baviera; quartier generale di Allianz SE

strategia e i vostri target sulle attività operative?

La protezione del clima è un aspetto particolarmente importante della nostra strategia di sostenibilità. Per contrastare i cambiamenti climatici, siamo impegnati a raggiungere i target dell'Accordo di Parigi di 1,5 gradi Celsius sia nel business sia nelle nostre stesse operation. Su

“ *“Ci siamo dati ulteriori obiettivi di taglio delle nostre emissioni del 30% entro il 2025”* ”

questo, stiamo lavorando con un gruppo di oltre 60 esperti e nell'ambito di vari network di settore, perché i cambiamenti climatici necessitano di una forte collaborazione. Riguardo alle emissioni prodotte dalle nostre stesse attività operative, nel 2020 abbiamo raggiunto e superato di molto il nostro obiettivo

di riduzione con un calo del 62% delle emissioni climalteranti per ciascun dipendente Allianz nel mondo rispetto ai livelli di riferimento del 2010. E ci siamo dati ulteriori obiettivi di riduzione del 30% entro il 2025 per le emissioni, e di raggiungere il totale utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili entro il 2023.

E gli obiettivi riguardo al vostro portafoglio di investimenti?

Quanto ai portafogli d'investimento, il nostro ruolo di fornitore di servizi finanziari tra i leader a livello globale ci assegna una responsabilità straordinaria. E, in accordo con alcuni tra i principali asset owner al mondo e assieme alle Nazioni Unite, stiamo facendo leva su tali dimensioni per spingere gli investimenti - inclusi i nostri portafogli proprietari - verso la neutralità di emissioni climalteranti entro il 2050. In effetti, siamo stati uno dei protagonisti nella creazione della Net Zero Asset Owner Alliance delle Nazioni Unite. Alla fine del 2020, erano 33 i fondi pensione e i gruppi assicurativi che ci hanno

seguiti in questa iniziativa, con un volume complessivo di asset under management superiore a 5 trilioni di dollari statunitensi. Il nostro Group Ceo Oliver Baete è personalmente impegnato in qualità di Co-Chair della Global Investors for Sustainable Development Initiative delle Nazioni Unite, e lo scorso 23 aprile ha tenuto un suo intervento al Leaders Summit on Climate promosso dal Presidente Usa Joe Biden. All'inizio di quest'anno abbiamo adottato piani ancor più dettagliati definendo per noi stessi ambiziosi target intermedi. Per il 2025 puntiamo a ridurre del 25% le emissioni per alcune selezionate asset class nei portafogli per i fondi dei nostri clienti, rispetto ai livelli del 2019. Per raggiungere tali obiettivi, lavoriamo con le società di tutto il mondo le cui azioni e obbligazioni sono presenti nei nostri portafogli d'investimento e le supportiamo nell'adottare, esse stesse, strategie improntate a zero emissioni nette, a condizione che tali strategie risultino persuasive. ■