



**FATA**  
ASSICURAZIONI



# L'IMPEGNO SOCIO-AMBIENTALE DEL GRUPPO GENERALI



## I NOSTRI STAKEHOLDER

- **85.000 dipendenti**, di cui **16.000** in Italia
- **70 milioni di clienti**, di cui più di **10 milioni** in Italia
- una forza di vendita proprietaria superiore a **100.000** unità, di cui più di **10.000** in Italia
- **293.000** azionisti, di cui **218.000** italiani
- **45,5** milioni di euro di fondi destinati alla comunità, di cui più di **16** milioni in Italia



## CODICE ETICO

Il Codice enuncia i principi che devono essere rispettati nei rapporti che la Compagnia intrattiene con tutti gli stakeholder. In particolare afferma i diritti fondamentali dell'uomo e del lavoro, la tutela dell'ambiente e la lotta alla corruzione, che il Gruppo si è impegnato a promuovere anche con l'adesione all'iniziativa dell'ONU Global Compact.

# AMBIENTE



Nel 2009 Generali ha definito una propria Politica Ambientale in cui sono enunciati gli obiettivi e gli impegni che il Gruppo si è assunto.

Per gestire gli impatti ambientali più significativi dell'attività è stato inoltre definito un sistema di gestione che rispetta i criteri della norma ISO 14001.

Tra l'altro, entro il 2012 il Gruppo si è pubblicamente impegnato a:

- **ridurre il consumo pro capite di energia elettrica del 5%;**
- **ridurre il consumo totale di carta del 5%;**
- **ridurre il consumo pro capite di acqua del 5%;**
- **ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> da mobilità aziendale del 10%.**

## Principali azioni



### EFFICIENZA ENERGETICA

- utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili
- introduzione di materiali e dispositivi ecosostenibili negli edifici



### CARTA

- aumento del consumo di carta proveniente da foreste certificate
- utilizzo di default dell'opzione di stampa fronte e retro



### GESTIONE DEI RIFIUTI

- estensione della raccolta differenziata a nuove sedi e/o materiali



### GESTIONE DELLA MOBILITÀ

- contenimento dei viaggi, anche con un maggior ricorso alle videoconferenze (+20,8% nel 2010)
- preferenza ai mezzi pubblici e, tra questi, a quelli a minor impatto sull'ambiente (es. meglio il treno dell'aereo)

# CLIENTI

Per guadagnarci la loro fiducia e mantenerla nel tempo:

- **ascoltiamo** le loro esigenze per individuare insieme il prodotto più adatto;
- **formiamo** costantemente i nostri venditori per garantire la qualità, la correttezza e la trasparenza della consulenza prestata;
- **aggiorniamo** la nostra gamma di prodotti per offrire sempre risposte adeguate alle necessità in continua evoluzione dei nostri clienti;
- **gestiamo** i rapporti con i nostri clienti nel modo che preferiscono: siamo presenti in modo capillare sul territorio, ma siamo raggiungibili anche via telefono e Internet.

“La soddisfazione  
dei clienti ha per noi  
un’importanza  
fondamentale”

**In Italia nel 2010 sono stati liquidati:**

2.149.730 sinistri danni  
per un importo pari a 4.716 milioni di euro.

312.726 polizze vita  
per un importo pari a 5.641 milioni di euro.

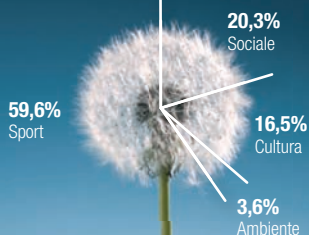
**I nostri prodotti sono sostenibili**

Investendo con criteri etici i soldi che i nostri clienti ci affidano, aggiungiamo alla protezione dai rischi e ad adeguati rendimenti finanziari la garanzia del rispetto dei diritti umani e dell’ambiente.

# COMUNITÀ

Siamo un riferimento per le comunità in cui operiamo, a favore delle quali contribuiamo a realizzare un gran numero di iniziative di carattere **sociale**, **culturale**, **ambientale** e **sportivo**, collaborando con partner pubblici e privati.

Nel 2010 in Italia sono stati erogati  
16,5 milioni di euro così suddivisi:



AMBIENTE

SOCIALE

SPORT

CULTURA

# DIPENDENTI

- Creiamo occupazione: tra il 2007 e il 2010, in Italia l'organico è cresciuto in media dell'**1%** annuo, mentre il tasso di occupazione nazionale è calato dello 0,5%.
- Offriamo ai nostri collaboratori corsi per incrementare le loro competenze professionali, manageriali e commerciali: nel 2010 in media ogni collaboratore ha ricevuto **49 ore** di formazione.
- In Italia, lavorano per noi oltre **7.000** donne, pari al **42,1%** del totale. Nell'ultimo triennio le donne in posizione manageriale sono passate dal **18,1%** al **19,1%**.
- Per conciliare la vita familiare con gli impegni di lavoro, i nostri collaboratori possono usufruire di un orario di lavoro flessibile, del **part-time** e di **asili nido aziendali**.



## VALORI

**Affidabilità**  
Costruiamo solidità

**Impegno per il miglioramento continuo**  
Ci prendiamo cura dei bisogni dei nostri clienti prima che essi stessi ne sentano il bisogno

**Orgoglio di appartenenza**  
Vinciamo insieme

**Responsabilità professionale**  
Garantiamo l'eccellenza

## COMPETENZE

Realizzazione della strategia

Gestione del cambiamento

Sviluppo delle persone

Integrazione organizzativa

Responsabilità decisionale

## CONOSCENZE TECNICHE

Azionisti e mercato    Comunità locali



**STAKEHOLDER**

Clienti

Dipendenti

Valori e Competenze che generano Valore sostenibile

Il nostro impegno nella sostenibilità è stato riconosciuto con l'attribuzione di rating in costante miglioramento e con l'inserimento nei seguenti indici che considerano le performance socio-ambientali e di governance delle società.



**FTSE4Good**



**ASPI** (Advanced Sustainable Performance Indices) Eurozone.



**ECPI Ethical Index Euro e Global**  
**FTSE ECPI Italia SRI**  
**Benchmark e Leaders**

