

IL PERCORSO 2019 E L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Sara e lo sviluppo sostenibile

In un contesto mondiale in continua crescita ed evoluzione culturale, le imprese devono confrontarsi con una “cultura della sostenibilità” non solo derivante da standard e normative italiane ed internazionali, ma oggi più che mai diffusa nelle coscienze e nelle abitudini dei cittadini. Per questo non basta più una oculata e solida gestione aziendale, ma è necessario confrontarsi sempre, internamente ed esternamente, per cercare di costruire un percorso aziendale che sia profittevole per l'impresa e le sue persone, ma anche per la comunità e il pianeta.

In quest'ottica, le imprese sono chiamate a fornire il loro contributo all'Agenda 2030 promossa dall'ONU e al raggiungimento dei relativi 17 obiettivi e 169 target di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals – SDGs).



Si tratta di un'agenda valida per tutti i Paesi ma, soprattutto, valida per tutte le imprese, che stimola uno sviluppo economico, in grado di contemplare anche il rispetto della società e la tutela dell'ambiente.

La realizzazione di questo sviluppo passa attraverso una serie di comportamenti non improntati solo a generici valori etici, ma realizzati con obiettivi precisi, coerentemente con le proprie attitudini e che trasmettano, condividano e realizzino un insegnamento o un risultato efficace e possibilmente replicabile.

Sara è consapevole degli effetti della propria attività sul contesto in cui opera, sullo sviluppo economico e sociale, sul benessere generale della collettività e sull'ecosistema.

Orienta quindi le proprie scelte e le proprie attività tenendo conto delle istanze di tutti coloro che ne subiscono direttamente o indirettamente gli impatti e si pone l'obiettivo di coniugare redditività, giustizia sociale e protezione dell'ambiente in un'ottica di sviluppo del business e creazione di valore nel lungo periodo.

In particolare Sara, in linea con le indicazioni dell'Agenda 2030 e coerentemente con la propria mission di “fornire protezione”, e quindi anche sicurezza in ogni tappa della vita, è impegnata da anni, insieme con ACI, nella diffusione della sicurezza stradale attraverso iniziative educative, incentivazioni economiche verso i guidatori prudenti e gli utilizzatori di sistemi di sicurezza attiva sui veicoli, e campagne di sensibilizzazione al rispetto degli utenti più vulnerabili della strada, sposando così il SDGs n.3: SALUTE E BENESSERE che include la prevenzione degli incidenti stradali tra i suoi obiettivi.



Per questo Sara è arrivata nel 2019 a spendere più di 600.000 euro in Sicurezza Stradale, - pari all'1% dell'utile netto registrato nell'anno precedente - sia investendo nella iniziativa Sara Safe Factor - che porta il tema della guida sicura e consapevole sui giovani in età da patente incontrando sul territorio studenti delle ultime classi delle scuole medie superiori - che sponsorizzando - come title sponsor - i centri di guida sicura di Vallelunga e di Lainate, favorendo così l'obiettivo 3 degli SDGs.

Inoltre, per il 2020 Sara ha deciso di impegnarsi ancora e ha già stanziato a budget una cifra superiore a 600.000 euro - pari all'1% dell'utile netto riferito all'ultimo bilancio approvato - per proseguire nel proprio impegno volto alla protezione degli utenti della strada e per favorire il benessere comune.

Il Direttore Generale
Alberto Tosti

Il processo di analisi di materialità, avviato ai fini della Dichiarazione Non Finanziaria, è basato sui riferimenti metodologici forniti dai GRI (101 Foundation) e dalla Comunicazione 2017/C 215/01 della Commissione Europea (“Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario”). La presente DNF 2019 è stata realizzata in continuità con quella del 2018, anno durante il quale è stato realizzato il processo di analisi di materialità che ha portato all’identificazione delle tematiche prioritarie per il Gruppo e i suoi stakeholder, confermate anche per la DNF 2019.

Il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo Sara Assicurazioni S.p.A., nella seduta del 14 novembre 2019, ha disposto di procedere alla redazione della DNF 2019 sulla base dell’analisi di materialità approvata dal Consiglio stesso nel novembre 2018, in quanto non si sono evidenziati mutamenti di scenario tali da richiedere un aggiornamento dell’attività di ascolto degli stakeholder né sono emersi mutamenti sostanziali delle risultanze dell’attività di risk assessment ESG. La decisione è coerente altresì con la Politica di Sostenibilità di Gruppo in vigore che prevede che il processo di ascolto degli stakeholder e di analisi di materialità debba essere effettuato con cadenza almeno biennale.

Si rammenta altresì che, nel corso del 2018 il Gruppo Sara aveva intrapreso una rilevante attività di ascolto e approfondimento sui temi della sostenibilità basata sulle seguenti fasi di lavoro:

1. l’integrazione nel sistema di Risk Management con i principali fattori di rischio ESG (Environmental Social and Governance) e l’assessment sugli stessi. Si evidenzia che il processo di Risk Assessment è stato aggiornato anche per il 2019 attraverso la valutazione, tra i rischi potenziali cui il Gruppo è esposto, anche delle aree di rischio inerenti i temi di sostenibilità. Si rimanda alla sezione dedicata della presente DNF per l’approfondimento.
2. l’engagement tramite survey diretta a dipendenti e agenti al fine di indagare in che misura i temi di sostenibilità possano influenzarne le valutazioni e decisioni, nonché per includere le loro aspettative nel processo di attribuzione di priorità dei temi ESG.
3. il coinvolgimento del gruppo dirigente, attraverso questionario diretto a tutti i membri del Comitato di Direzione (22 persone), con l’obiettivo di raccoglierne la valutazione di rilevanza strategica dei temi, nonché i possibili impatti (positivi e negativi) dell’attività in relazione agli stessi.

I temi della sostenibilità, a valle delle attività di ascolto indicate, sono stati inoltre ponderati attraverso un processo strutturato di analisi di fonti informative interne ed esterne, quali gli esiti dell’indagine biennale di Customer Satisfaction sui clienti, al fine di includere gli aspetti che influenzano le valutazioni e le aspettative degli stessi nei confronti del Gruppo; i principali trend di settore emersi dall’analisi delle DNF (relative al 2017) delle Compagnie con sede in Italia; le evidenze rappresentate dalle politiche pubbliche, normative e standard tra cui, oltre alla Direttiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo, al D.Lgs. 254/2016 e ai GRI Standards, anche il Piano d’azione della Commissione UE per finanziare la crescita sostenibile (adottato l’8 marzo 2018), la Delibera CONSOB n. 20267 del 19 gennaio 2018 per Adozione del Regolamento di attuazione del D.Lgs. n. 254/16, il Regolamento IVASS 38/2018 sul Governo Societario e le indicazioni ANIA in materia.

La sintesi del processo di materialità è riportata di seguito con indicazione, per ciascun ambito di sostenibilità, dei temi identificati come materiali per il Gruppo Sara e i suoi stakeholder.

PRINCIPALI AMBITI DI SOSTENIBILITÀ	TEMA MATERIAL
Tutela della solidità aziendale e gestione dei rischi di impresa	Gestione dei rischi di impresa Gestione responsabile della catena di fornitura Investimenti responsabili Tutela della solidità e redditività aziendale
Integrità e rigore nella condotta aziendale	Rispetto della Compliance normativa e anticorruzione Trasparenza e correttezza della struttura di governance
Digital & Social Innovation	Customer experience e qualità del servizio Digitalizzazione dei processi aziendali Omnicanalità integrata Partnership con ACI Prodotti e servizi con finalità sociali Qualità dei prodotti Relazione con la rete distributiva Sicurezza stradale Sviluppo della rete distributiva
Gestione e sviluppo delle persone	Formazione e sviluppo professionale Prevenzione e welfare Qualità della vita in azienda Valorizzazione dei collaboratori

Le tematiche ambientali, pur non essendo risultate materiali dall'attività di ascolto svolta, sono comunque trattate nella Politica di Sostenibilità e nella presente DNF per gli aspetti obbligatori previsti dal D.Lgs. 254/2016.

Gli Stakeholder del Gruppo

Il Gruppo Sara ritiene fondamentale l'ascolto dei propri stakeholder al fine di comprenderne le aspettative, anche al fine della formulazione dei temi rilevanti per la strategia e le politiche del Gruppo.

Per queste ragioni, il Gruppo realizza periodicamente azioni di ascolto e confronto dirette alle principali categorie di stakeholder. In particolare:

- **verso i dipendenti**, nel corso del 2019 sono stati restituiti i risultati della **seconda indagine di clima realizzata**, in continuità con il processo di cambiamento e ascolto che Sara ha intrapreso dal 2016. Inoltre, nel corso dell'anno, è stata realizzata una survey delle competenze digitali sulla base dei modelli di conoscenza digitale europei.
- **verso la rete agenziale**, Sara struttura periodicamente un'indagine diretta a raccogliere la valutazione di Agenti e Subagenti rispetto ai servizi forniti dal Gruppo. Nel corso del 2019 – tra ottobre e novembre - sono state realizzate due rilevazioni sulla rete Sara (agenti e collaboratori commerciali di agenzia) con un sistema misto CAWI (compilazione online) e CATI (contatti telefonici in agenzia). L'indagine sugli agenti ha portato alla raccolta di 166 questionari, con un tasso di partecipazione pari al 36% della rete. L'indagine sui subagenti ha portato alla raccolta di 144 questionari. Inoltre, nel 2019 è proseguita l'attività di Road Show durante la quale sono state trattate le questioni chiave per lo sviluppo del Gruppo e che ha coinvolto il 26 febbraio a Roma tutti gli agenti, il 1° ottobre a Roma gli Agenti del Centro Sud, il 3 ottobre a Milano gli Agenti del Centro Nord.
- **verso i clienti**, periodicamente Sara realizza un'indagine diretta a raccogliere opinioni e valutazioni. Per il 2019 l'indagine è stata somministrata tra novembre e dicembre. Il Gruppo, a ulteriore supporto del processo di comprensione delle richieste dei propri clienti, ha arricchito la rilevazione 2019 anche con l'inserimento di domande dirette a supportare il processo di analisi di materialità. I riscontri ottenuti saranno impiegati per il prossimo aggiornamento dell'analisi da realizzare nel 2020.

Inoltre, il 25 febbraio 2019 si è svolta a Roma la **Convention aziendale** diretta a tutti i dipendenti ed a tutti gli agenti del Gruppo per condividere i risultati e gli obiettivi futuri.

Sara, più in generale, incentiva il dialogo **con tutti gli stakeholder** attraverso l'impiego dei più diffusi canali social.

Elenco stakeholder del Gruppo Sara



La tabella che segue evidenzia il confronto, ove presente, tra gli aspetti definiti dai GRI Standards e i temi materiali e riporta in corrispondenza di ciascun tema il perimetro di riferimento (interno o esterno all'organizzazione).

Principali ambiti di sostenibilità	Tema material	Perimetro degli impatti	Aspetto GRI
Tutela della solidità aziendale e gestione dei rischi di impresa	Gestione dei rischi di impresa	Interno ed Esterno	
	Gestione responsabile della catena di fornitura	Interno ed Esterno	Pratiche di approvvigionamento
	Investimenti responsabili	Interno ed Esterno	
	Tutela della solidità e redditività aziendale	Interno	
Integrità e rigore nella condotta aziendale	Rispetto della Compliance normativa e anticorruzione	Interno ed Esterno	Anti - corruzione
	Trasparenza e correttezza della struttura di governance	Interno ed Esterno	Diversità e pari opportunità
Digital & Social Innovation	Customer experience e qualità del servizio	Interno ed Esterno	
	Digitalizzazione dei processi aziendali	Interno	
	Omnicanalità integrata	Interno ed Esterno	
	Partnership con ACI	Interno	
	Prodotti e servizi con finalità sociali	Interno ed Esterno	
	Qualità dei prodotti	Interno ed Esterno	
	Relazione con la rete distributiva	Interno ed Esterno	
	Sicurezza stradale	Interno ed Esterno	
Gestione e sviluppo delle persone	Sviluppo della rete distributiva	Interno ed Esterno	
	Formazione e sviluppo professionale	Interno ed Esterno	Formazione e istruzione
	Prevenzione e welfare	Interno	Salute e sicurezza sul lavoro
	Qualità della vita in azienda	Interno	Lavoro Relazioni tra lavoratori e management
	Valorizzazione dei collaboratori	Interno ed Esterno	Diversità e pari opportunità