

Appunti per la sostenibilità n° 2 - luglio 2008

Vigeo produce periodicamente degli studi sui principali settori di attività (equi-sector) includendovi le 600 principali aziende Europee. EQUI-SECTOR è destinato sia agli investitori istituzionali sia alle imprese. Ai primi permette di effettuare scelte di investimento basate su una visione complessiva del settore, evidenziandone rischi e opportunità in termini di CSR e individuando i best performer del settore. Alle imprese consente invece di conoscere il proprio posizionamento ed avere una dettagliata analisi della propria performance comparata con i propri peer. Qui di seguito un estratto degli studi di settore “Automobiles” e “Insurance “ da poco pubblicati da Vigeo.

Sector Study – Automobiles

Il settore. Diverse sono le sfide con cui il mercato automobilistico europeo si deve oggi confrontare: la crescente concorrenza delle case costruttrici dei Paesi emergenti quali Cina e India, l'euro forte che influenza i prezzi di esportazione e le vendite altalenanti nei mercati tradizionali. Human capital management e promozione dello sviluppo di veicoli rispettosi dell'ambiente sono oggi gli asset strategici su cui il mercato auto sta investendo per conseguire nuovi vantaggi competitivi e nuove quote di mercato.

Le società nel panel. Costruttori di auto, autocarri e pneumatici, nonché fornitori di componenti per auto rientrano nel panel dello studio di settore. In dettaglio, queste le società analizzate: BMW, Continental Ag, Daimler, Faurecia, Fiat S.p.A Ord, GKN, Man AG, Michelin, NOKIAN RENKAAT, Pirelli & Co, Porsche, PSA Peugeot Citroën, Renault, RHEINMETALL, Scania B, Tomkins, Valeo, Volkswagen AG e VOLVO B.

La CSR nel settore. Affrontare i cambiamenti climatici, questa la principale sfida del settore in campo ambientale. In linea con quanto proposto dalla Commissione europea (limitare le emissioni di gas-serra prodotti dalle automobili di 130g CO2/km entro il 2012), molte società si sono impegnate a migliorare le caratteristiche di eco-compatibilità dei modelli e a promuovere lo sviluppo di sistemi di alimentazione alternativi e tecnologie innovative. Buone pratiche sono state registrate nel campo delle risorse umane e dei diritti umani. Un ruolo chiave hanno rivestito i temi della sicurezza dei veicoli e della sicurezza stradale. Maggiori criticità sono emerse invece nell'ambito della Corporate Governance, a causa soprattutto della scarsa indipendenza dei board.

Le performance. Tra i top performer compaiono Daimler, Renault e Pirelli & Co.- in fondo, tra i bottom performer, si colloca invece Porsche.

Sector Study – Insurance

Il settore. Cambiamenti climatici, dialogo sociale, trasparenza nei confronti dei clienti e un nuovo modello di welfare sono le sfide più urgenti con cui le società assicurative dovranno continuamente misurarsi, contribuendo allo sviluppo sostenibile dei Paesi in cui operano.

Le società nel pane! 34 sono le società assicuratrici Europee analizzate nello studio di settore: ADMIRAL GROUP, Aegon, Alleanza Assicurazioni, Allianz AG, Amlin, Assicurazioni Generali, Aviva, Axa, Baloise, Brit Insurance Holdings, Cattolica Assicurazioni, CNP Assurances, CORPORACION MAPFRE SA, Exista Hf., Fondiaria – SAI, Friends Provident PLC, HANNOVER RUCK., ING Group, Irish Life + Permanent, Legal & General GRP, Munich Re, Old Mutual, Prudential, Resolution, RSA Insurance Grp, Sampo OYJ, Scor, STANDARD LIFE, Storebrand, Swiss Life Holding, Swiss Re, Topdanmark, UNIPOL GF e Zurich Financial Services.

La CSR nel settore. La valutazione del rischio associato ai cambiamenti climatici è una delle aree verso le quali il settore è impegnato ad indirizzare i principali sforzi. A parte alcune best practices internazionali, la ricerca ha evidenziato la generalizzata mancanza di un approccio strutturato nell'analisi degli impatti ambientali diretti ed indiretti. Per quanto riguarda i rapporti con il cliente e le condizioni di trasparenza nell'offerta di prodotti assicurativi, se da un lato permangono situazioni controverse per la mancanza di chiarezza nella comunicazione e le pubblicità ingannevoli, dall'altro lato in alcuni paesi europei come la Gran Bretagna, le associazioni di categoria hanno avviato iniziative per assicurare standard adeguati di trasparenza nelle comunicazioni alla clientela. Le aree di maggiore criticità riguardano i processi di ristrutturazione e l'esternalizzazione delle attività nei Paesi asiatici.

Le performance. Tra i best performer del settore si collocano Aviva, ING Group, Axa, Royal Sun Alliance, Standard Life e Storebrand. Sul fronte opposto si trovano invece Amlin, Exista Hf, Topdanmark e Sampo OYJ.