

# Trajnostne pobude običajno zahtevajo dolgoročne naložbe

**Vanja Hrovat** *Predsednica uprave zavarovalnice Generali je poudarila, da je treba trajnostnost vključiti v vse ravni poslovanja*

Trajnostni razvoj postaja eden ključnih izzivov tudi v zavarovalništvu, ki se srečuje z vse večjimi podnebnimi tveganji, demografskimi in tehnološkimi spremembami. Kako so se tega večplastnega izziva lotili v zavarovalnici Generali, smo se pogovarjali s predsednico uprave Vanjo Hrovat. Sogovornica je med drugim opozorila na nekatere izzive podjetja pri uresničevanju trajnostnih praks in na vlogo Generali-ja pri spodbujanju trajnostnega razvoja tudi v širšem okolju.

BLAŽ KONDŽA

Tudi letos ste aktivno spodbujali mala in srednja podjetja, da se vam pridružijo v pobudi SME EnterPRIZE za najboljše trajnostne poslovne prakse. Kako se prek tega projekta kaže trajnostni razvoj podjetij pri nas?

Nagradni natečaj SME EnterPRIZE je pobuda Skupine Generali, ki hkrati poteka na desetih evropskih trgih in tudi v Aziji, v Sloveniji pa smo ga pripravili tretjič zapored. Izjemno nas veseli, da je letos prijav še precej več kot za uvodna dva natečaja. Prav tako smo navdušeni nad raznolikostjo in inovativnostjo družbeno in okoljsko odgovornih poslovnih modelov, ki so nam jih predstavila podjetja, kar je po mojem mnenju dober znak, da se trajnostnost vse bolj uveljavlja kot ena pomembnih vrednot v podjetništvu.

**Zakaj pri tem merite na mala in srednja podjetja?**

Mala in srednja podjetja so hrbtenica evropskega gospodarstva, predstavljajo namreč kar 99 odstotkov vseh podjetij v EU. Imajo tudi največji potencial za inovacije in lokalni vpliv, so agilnejša, lažje in hitreje uvajajo nove prakse.

Kljub številnim dobrim idejam in rešitvam pa se ravno ta segment pogosto srečuje z izzivi financiranja, zaradi šibkejšje prepoznavnosti pa posledično svoje rešitve tudi težje predstavi na trgu. S pobudo SME EnterPRIZE jim želimo omogočiti boljšo vidnost, strokovno podporo in tudi finančno nagrado.

**S kakšnimi izzivi pa se pri uresničevanju trajnostnih praks srečujete v vašem podjetju?**

Najboljši čas, da bi posadili drevo, je bil pred 20 leti. Drugi najboljši čas je zdaj, se glasi kitajski pregovor. Stvari za nazaj ne moremo spremeniti, lahko pa ukrepamo danes. Trajnostnost moramo živeti in udeležati tukaj in zdaj, tako podjetja kot posamezniki. To je dolgoročna zaveza, ki zahteva stalno prilagajanje, učenje in sodelovanje. Zato smo trajnostnost postavili tudi v temelje poslovne strategije Skupine Generali. Pri tem želimo vse odločitve – od razvoja produktov do upravljanja naložb – preplesti z merili ESG, podpirati zeleni in pravični prehod, krepiti družbeno odpornost in vlagati v ljudi – tako znotraj podjetja kot v širši skupnosti.

Brez izzivov tu seveda ne gre. Na eni strani trajnostne pobude pogosto zahtevajo dolgoročne naložbe, medtem ko poslovno okolje pogosto narekuje kratkoročne rezultate. Ključni sta tudi ozaveščanje in vključevanje zaposlenih, saj je sprememba kulture eden najzahtevnejših, a tudi najpomembnejših vidikov prehoda v bolj trajnostno delovanje.

**Znano je, da bo v prihodnosti sedež vaše družbe v novi poslovni stavbi v središču Ljubljane. Zakaj ste se odločili za selitev?**

Odločitev za selitev v Vilhario je bila strateška in simbolna. Gre za

eno najbolj trajnostnih poslovnih stavb v Sloveniji, zgrajeno po najvišjih okoljskih standardih. Poleg energetske učinkovitosti in nizkega ogljičnega odtisa ponuja tudi izjemno kakovostno delovno okolje. Za naše zaposlene to pomeni boljšo dostopnost, večjo fleksibilnost in sodobno infrastrukturo, ki spodbuja sodelovanje in inovacije.

**Omenili ste že novo strategijo Skupine Generali, ki vključuje tako rast dobičkonosnosti kot tudi pomembna vlaganja. Kako usklajujete pričakovanja o finančni uspešnosti z dolgoročno zaveznanostjo trajnostnemu razvoju?**

Strategija Vseživljenjski partner 27: Spodbujanje odličnosti je zasnovana kot odgovor na kompleksne izzive sodobnega časa – od podnebnih sprememb in demografskih premikov do digitalne preobrazbe in vse večjih pričakovanj deležnikov. Na ravni Skupine smo si postavili jasne cilje: do desetodstotno rast dobička na delnico, za več kot sedem milijard evrov dividend, a hkrati tudi več kot milijardo evrov vlaganj v umetno inteligenco, digitalizacijo in trajnostne rešitve. Ta sredstva niso namenjena zgolj tehnološkemu razvoju, temveč tudi preoblikovanju našega poslovnega modela v smeri večje učinkovitosti, preglednosti in odgovornosti. Usklajevanje med finančnimi cilji in trajnostnimi zavezami ni vedno enostavno, vendar verjamemo, da je prav v tem prihodnost odgovornega poslovanja. Naš cilj ni le ustvarjati dobiček, temveč tudi vrednost – za stranke, zaposlene, skupnost in okolje.

**Zavarovalništvo se danes srečuje s številnimi izzivi: od podnebnih tveganj in starajoče se populacije**



Vanja Hrovat, predsednica uprave zavarovalnice Generali FOTO ČRT PIKSI

**Mala in srednja podjetja so hrbtenica evropskega gospodarstva, predstavljajo namreč kar 99 odstotkov vseh podjetij v EU.**

**do vse večjih pričakovanj strank o digitalnih, personaliziranih in trajnostnih rešitvah. Kako se odzivate na tovrstne potrebe?**

Izzive sodobnega časa vidimo kot priložnost za preobrazbo, nanje skušamo odgovarjati z inovacijami, od uporabe UI do razvoja produktov, ki omogočajo visoko stopnjo prilagoditve individualnim potrebam naših strank. Naši zastopniki so opremljeni z orodji, ki jim pomagajo, da skupaj s strankami prepoznajo in oprede-

lijo ključna tveganja, nato pa jim v naslednjem koraku ponudijo najprimernejše rešitve. Tudi v sama zavarovanja vključujemo trajnost, tak primer je Odgovorna prihodnost – naše življenjsko zavarovanje z naložbami, ki spodbujajo trajnostni razvoj.

A ključni del preobrazbe so naši zaposleni. Strateško vlagamo v njihovo opolnomočenje, razvoj in blaginjo. Ob tem aktivno sodelujemo pri zasnovi in izvedbi trajnostnih projektov. Eden takšnih je, denimo, Detox, ki smo ga razvili v želji, da optimiziramo dolge in zapletene delovne procese. Prav tako so aktivni na področju družbene odgovornosti, so jedro gibanja The Human Safety Net, v okviru katerega se z dobrodelnimi akcijami povezujemo z Zvezo Anita Ogulin in ZPM ter tako gradimo tudi odgovorno in dolgoročno partnerstvo s širšo skupnostjo.

**Kako projekti, kot so podpora umetnosti ali iniciative za boljše**

**prometno varnost, pomagajo ustvarjati prostor za razmislek o tem, kaj v resnici pomeni biti odgovorno podjetje?**

Kot vseživljenjski partner naših strank želimo biti zanje več kot le ponudnik storitev – navzoči želimo biti v družbi in skupnostih, v katerih delujemo. Prav zato pripravljamo projekte, ki prispevajo k boljši kakovosti življenja. S pobudo Velika brzina, velika praznina smo se, denimo, dotaknili pomembnega družbenega vprašanja, s presunljivimi zgodbami ambasadorjev Zavoda Varna pot pa odprli prostor za razmislek in empatijo. Zato takšne pobude niso vedno le opozorilo za bolj varno vožnjo, temveč tudi simbolno sporočilo o tem, kako hitro živimo in kaj pri tem morda izgubljam. Kot podjetje in zavarovalnica imamo pomemben vpliv v skupnosti, v kateri živimo, in v tem tudi vidimo bistvo trajnostnega delovanja: da smo aktiven soustvarjalec varnejše in bolj povezane družbe.