

Evento GDP

WELFARE AZIENDALE: REMUNERARE E MOTIVARE LE PERSONE IN TEMPI DIFFICILI

Giorgio Branchini
Total Reward Manager Italy&Malta

27 Ottobre 2011

Unicredit, via Santa Maria Fulcorina 2, Milano

Sanofi

A global and diversified healthcare leader

1

ONE OF THE LARGEST
PHARMACEUTICAL
GROUPS IN THE WORLD

30,384

€30,384 m

2010 NET SALES-GROSS OF 3,7%
COMPARED WITH 2009
ON A REPORTED BASIS

100

PRESENT IN
100
COUNTRIES

More than

100,000

EMPLOYEES WORLDWIDE

100,000

Sanofi in Italy

A diversified business covering the entire pharmaceutical value chain: research, production and sales

The leading pharmaceutical company in the country,

with: 5 manufacturing facilities producing active ingredients and intermediates, drugs and vaccines for markets around the world

3,100 staff among the leaders in employment rate

3 research units leader in willingness to invest in the country

225 million euros planned for R&D and the industrial sector over the 2010-2013 four-year period

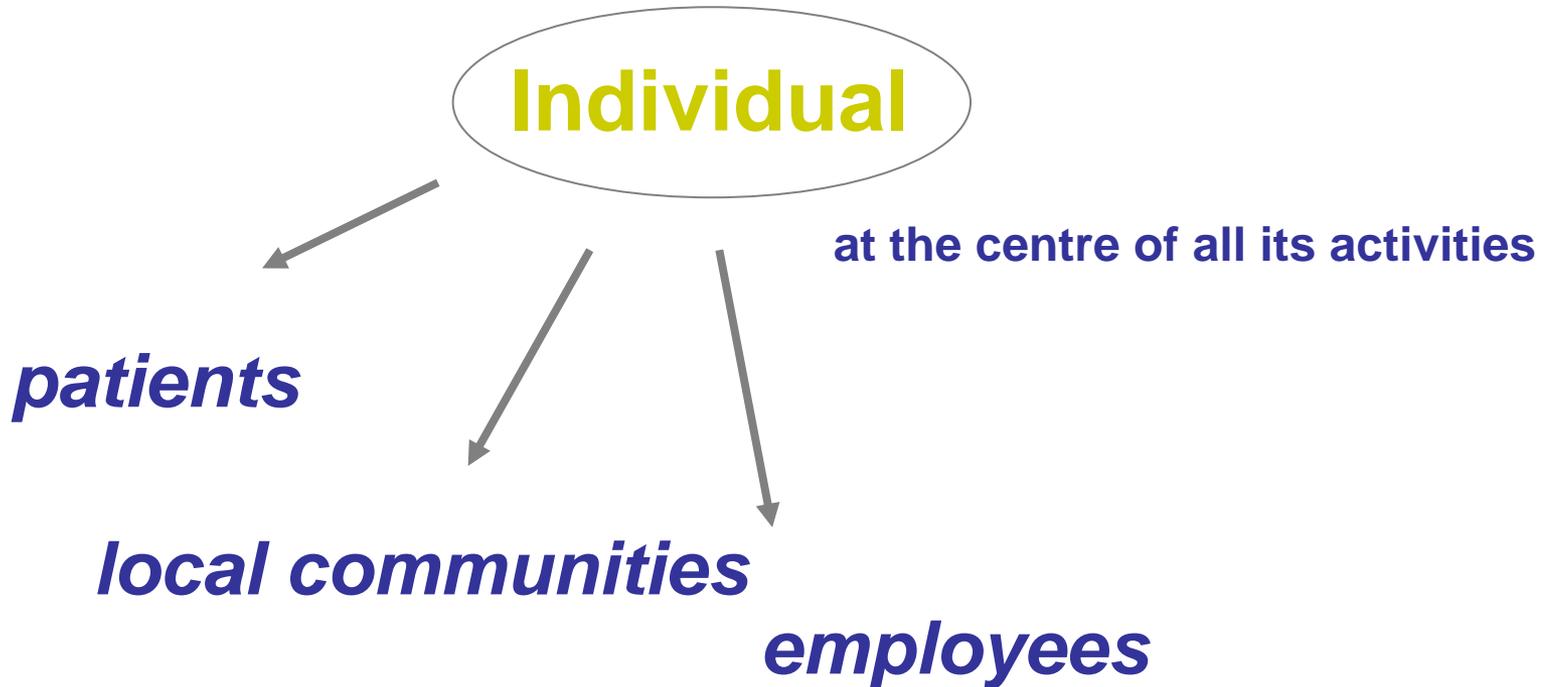
Commitment to health

A continuing commitment to health,
thanks to educational campaigns and initiatives to improve
access to treatment, achieved by involving science-based
companies, patient associations, institutions and the media

- 1. Commitment to patient**
- 2. Commitment to environment**
- 3. Commitment to collaborators**

Sanofi's approach

Sanofi's approach places the



“Human resources is not just a department. It’s a philosophy focused on the people who build and make this company great every day. People are critical to our success.” (Global HR Director).

From the business point of view, the patient is at the centre of our attention, and for HR the employee is our focus.

Our values and attitudes



RESPECT

INNOVATION

CONFIDENCE

SOLIDARITY

INTEGRITY

OUR
**VALUES
& ATTITUDES**

THIS IS HOW WE DO THINGS

OPEN

ENGAGED

PASSIONATE

FOCUSED

Commitment to local communities

The plant of Scoppito (L'Aquila)

Sanofi strategic site for the production and packaging of solid oral medications

Approximately **70% of the houses** of Sanofi's employees had been damaged

Immediately after the earthquake, Sanofi acted quickly in order to offer **concrete support** to its employees living in Scoppito:

- 13 heated tents available to Sanofi's employees and their families, able to house up to 250 people
- Medical, psychological and financial support

Commitment to local communities

September 2009

opening of **Sanofi Temporary Residential Complex**



112 earthquake-resistant houses

About **500 people** housed up
(Sanofi's employees and their families)

Works were completed
in **90 days**

14 millions euros allocated

Commitment to local communities

April 2011

opening of **Sanofi Aggregation Center**



A facility of about
2,000 square metres



Available to the whole
community of
Scoppito

Commitment to collaborators

“Attention to person”

A cycle of three meetings, at the presence of experts, have been the **occasion of discussion** on topics like relationship between parents and children, or managing the double role of worker and mother/father, ...

“AdoleSCIENZA”
Attenzione alla persona
 Ascolto, dialogo e orientamento

Gustavo Pietropoli Charmet
 Medico psichiatra, Presidente dell'Istituto di analisi dei codici affettivi Minotaurò.

Milano | 25 maggio 2011

sanofi aventis
 La salute. Senza più compromessi.



Lettori: 3.056.000
 Diffusione: 539.224

CORRIERE DELLA SERA

Dir. Resp.: Ferruccio de Bortoli

08-LUG-2011

da pag. 44

I casi Gli appuntamenti di **Sanofi-Aventis** e la strategia di Sap

Nelle grandi imprese incontri e tirocini per i figli dei lavoratori

Le iniziative aziendali per mamme e ragazzi

14

luglio: la data dell'incontro con **Sanofi-Aventis** di Milano su «Genitorialità e conciliazione vita privata-lavoro (mamme acrobate)»

Tirocini

Con «New Generation» di Sap i figli dei dipendenti possono allenarsi al lavoro in azienda.

Le aziende cercano sempre di più di «occolare» i propri dipendenti, sia durante la formazione e cresci-
 on professionale sia attraverso iniziative incentrate in modo particolare sulla «perso-
 na».

L'azienda farmaceutica **Sanofi-Aventis** ha promesso per esempio «di ascoltare» le persone. Ascolto, dialogo e orientamento, un ciclo di tre incontri, sortiti dall'esperienza comune in collaborazione con gli assistenti sociali che in azienda offrono un servizio di consulenza psicologica dedicato ai collaboratori della rete **Sanofi-Aventis** di Milano e con l'obiettivo di creare un momento di riflessione su particolari aspetti della vita quotidiana. Ultimo appuntamento fissato per il 14 luglio durante il quale si discuterà il tema: «Genitorialità e conciliazione vita privata-lavoro (mamme acrobate)», tenuto dalla dottoressa Paola Viziello,

neuropsichiatra infantile, responsabile di Uozia, Fondazione Icos Ospedale Maggiore Policlinico, Mangiagalli e Regina Elena.
 «Crediamo che la condivisione e il confronto, oltre che il supporto di esperti esterni, siano un valido strumento per affrontare quei problemi specifici della vita privata, che hanno degli effetti nella nostra vita lavorativa», spiega Laura Bruno, direttore risorse umane.

Mentre nella tecnologia Sap c'è un occhio di riguardo per le giovani generazioni con il progetto «New Generation» durante l'estate i figli dei dipendenti hanno le possibilità di frequentare uno stage aziendale e seguire corsi di approfondimento per prendere confidenza con il mondo del lavoro e poterle seguire le proprie attitudini e predisposizioni per poi scegliere gli studi giusti. Prendersi anche il tempo di studiare, confronti economici a partire dall'asilo per chi ha bambini e carico e azioni sui libri di testo, la società promuove inoltre gruppi di acquisto solidali per ottenere sconti su

diversi prodotti in un particolare periodo di crisi economica.

Inizia una particolare iniziativa da segnalare è quella di un'altra multinazionale farmaceutica: AstraZeneca, che promuove i «centrodi della salute», un programma di allenamento e aggregazione che coinvolge il team della sede di Biaggio per una corsa o una passeggiata insieme durante la pausa pranzo.

Per ricordare poi l'importanza di una vita sana ed equilibrata, l'azienda ricorre a disposizione, per il personale, della frutta Fresca. E ai dipendenti viene data l'opportunità di fare visite di controllo annuali, seguire sessioni di prevenzione e informazione a temi specifici, da fare il sangue con Avia presso la sede e seguire corsi di qualità salaria.

Irene Consigliere

irene.consigliere@sanofi.it



Commitment to collaborators

Good Diabetes Control Campaign



Institutional awareness campaign

Aim > to awaken public opinion to the importance of good lifestyle and education in order to manage the pathology

From 2006 to 2011, the Good Diabetes Campaign spreaded its message in the main Italian cities. In 2011, it has been extended to sport, school and business circles, in partnership with local and national institutions.

In 2011 Sanofi in Italy extended the GDC campaign to all employees.



The campaign is under the patronage of Italian Ministry of Health



Iniziativa con il Patrocinio del Ministero della Salute e promossa da



Con la collaborazione di



Con il contributo finanziato di



Commitment to collaborators

The Association Our children matter

Created in 1993 to celebrate the 20th anniversary of Sanofi, its vocation is to be an open recourse for the Company's employees all over the world, every time the future of their children is threatened or compromised:

- financial/material support
- health (medical expenses partially or not reimbursed by the medical insurance, etc... expenses related to handicap: rehabilitations centers, specialized institutions, medical devices, prosthesis, etc)
- education
- family help

**Around 1,900 families,
2,800 children concerned since 1994**

**2,000 employee's children in
11 countries**

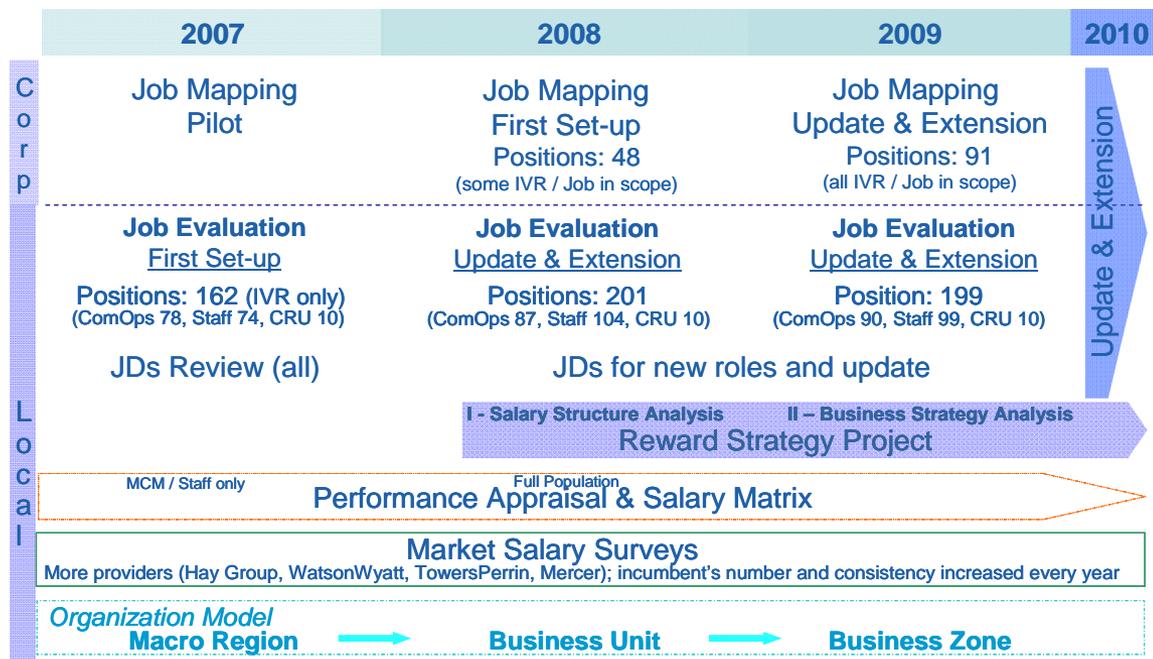


FINANCIAL RESOURCES

- . Sanofi provides annual funding, **€500,000 in 2011**
- . the employees' donations, **€100,000 in 2010**

Commitment to employees

- The merge between Sanofi-Synthélabo and Aventis-Pharma was 1st January 2005
- So we decided to concentrate our efforts before on
 - “hard” compensation topics to meet internal equity and external competitiveness
 - and then on
 - benefits aspect



Commitment to employees

La direzione HR al centro del processo



Sanofi decided not to follow the process: why?

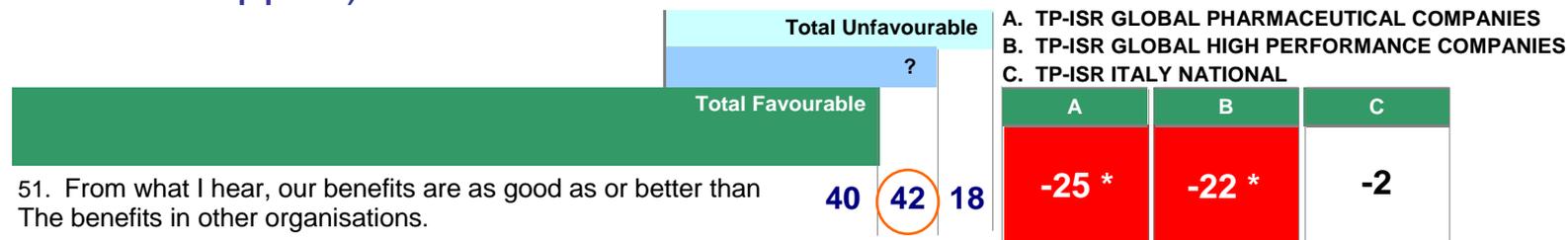
towerswatson.com

©2011 Towers Watson. Tutti i diritti riservati. Informazioni riservate e di proprietà Towers Watson ad uso esclusivo di Towers Watson e dei suoi clienti.

11

Commitment to employees

Starting from the result of the engagement survey done in Q12009 (with TW support)



...HR decided to go in depth organizing a dedicated **focus groups**. One outcome was to do a specific communication plan in order to “increase the value” of all benefits provided to our people.

In Q12011 HR started with a “census” of all benefits in place and after 6 months, on October 25th HR announced to all employees in Italy

Sanofi per te

Commitment to employees



Ulteriori opportunità...



Noi Sanofi



Prendi nota... e di' la tua!



Commitment to employees

The screenshot displays the Sanofi employee benefits portal. At the top, there are three main sections: 'Noi Sanofi' (represented by a heart icon), 'Ulteriori opportunità...' (represented by a box icon), and 'Prendi nota... e di' la tua!' (represented by a hand icon). Below these are four navigation buttons: 'I NOSTRI VALORI', 'IL NOSTRO STILE', 'COMPETENZE E COMPORAMENTI', and 'PER TE'. The main content area is a list of service categories: PREVIDENZA, ASSICURAZIONI, SALUTE E BENESSERE, AGEVOLAZIONI ECONOMICHE, SERVIZI, AUTO, TEMPO LIBERO, and INIZIATIVE SPECIALI. A bracket on the right side of the 'SERVIZI' category points to a list of specific benefits: CARTE DI CREDITO, RIMBORSO TASSE UNIVERSITARIE, CONVENZIONI BANCARIE, and ACQUISTO TESTI SCOLASTICI.