

Progetto grafico
Industree S.p.A.

Stampa
Casma S.r.l.

Unipol Gruppo Finanziario

Bilancio di Sostenibilità

 2015





Presenti, per disegnare il futuro.

Un anno importante, un esercizio che raccoglie risultati proficui e che al tempo stesso segna un punto di contatto con la chiusura di un piano triennale decisamente positivo e caratterizzato dall'ingresso in una nuova dimensione operativa e di mercato. Questo è il 2015 del Gruppo Unipol: un impegno costante nel presente che ha la forza di valorizzare quanto costruito volgendo lo sguardo ad un futuro da disegnare insieme a chi si affida a noi ogni giorno.

Il futuro che vogliamo costruire nasce nel nostro presente, dal saper guardare e ascoltare al meglio ciò che ci circonda, con la capacità di immaginare nuove prospettive e tradurle in progetti di valore.

Le immagini che abbiamo realizzato per i nostri bilanci sono espressione di questa posizione, del nostro essere vicini come Gruppo alle persone, ai loro bisogni, alle loro passioni, alle realtà impegnate in un fattivo sviluppo del Paese e della società. Un percorso concreto costruito giorno per giorno insieme alle nostre persone, alle nostre reti, agli azionisti, i fornitori, le istituzioni e la comunità.

È la nostra consapevolezza verso importanti responsabilità. Responsabilità che vogliamo vivere stando accanto alla gente, lavorando capillarmente sul territorio, "leggendo" l'essenza delle situazioni e dei progetti per coglierne sempre il significato e l'utilità comune.

Indice

L'impegno del Gruppo per la Sostenibilità	6
La lettera del Presidente	6
La lettera dell'Amministratore Delegato	6
I principali indicatori di performance	7



L'identità

8

1 L'identità del Gruppo	10
Il profilo organizzativo	13
La Missione e i Valori	17
Il dialogo con gli stakeholder	17
La gestione della responsabilità etica e sociale	19
La matrice di materialità del Gruppo Unipol	20
2 L'approccio responsabile alla governance interna del Gruppo	24
La trasparenza e chiarezza della struttura azionaria e di governance	24
La cultura del controllo e di gestione del rischio	26



La performance economica

32

3 La sostenibilità economica	34
L'approccio di lungo termine nella definizione degli obiettivi aziendali e nelle scelte di investimento	34
La lungimiranza nella gestione dei capitali	34
Il valore economico diretto generato e distribuito	36
La redditività delle attività del Gruppo	37
4 Il rapporto con i territori	42
La gestione responsabile della catena di fornitura	42
Le relazioni con le comunità di riferimento	45



La performance ambientale

52

- | | | |
|---|--|----|
| 5 | La gestione degli impatti ambientali | 54 |
| | La riduzione e ottimizzazione degli impatti ambientali | 54 |



La performance sociale

58

- | | | |
|----|---|----|
| 6 | La correttezza e trasparenza verso gli stakeholder | 60 |
| | La trasparenza verso il Mercato e le Autorità | 60 |
| | La sensibilizzazione alla compliance normativa | 61 |
| | La competizione corretta e responsabile | 63 |
| 7 | Lo sviluppo delle risorse | 64 |
| 8 | Il benessere in azienda | 68 |
| 9 | La relazione del Gruppo con la rete agenziale | 71 |
| 10 | La multi-canalità integrata | 73 |
| 11 | I bisogni di sicurezza | 75 |
| | L'inclusione finanziaria | 75 |
| | Le partnership | 79 |
| | L'innovazione | 79 |
| 12 | Il servizio al cliente in fase di vendita del prodotto e del servizio | 82 |
| | La correttezza nella vendita dei prodotti e dei servizi | 82 |
| | La consulenza personalizzata | 85 |
| 13 | Il servizio al cliente in fase di gestione e di liquidazione | 86 |
| | La fidelizzazione del cliente | 86 |
| | Il servizio al cliente nel post vendita | 87 |

- | | | |
|----|----------------------------------|----|
| 14 | La sostenibilità a medio termine | 90 |
|----|----------------------------------|----|

- | | | |
|----|-------------------|----|
| 15 | Il Rapporto Etico | 93 |
|----|-------------------|----|

- | | | |
|----|--------------------------------------|----|
| 16 | Impostazione e verifica metodologica | 95 |
|----|--------------------------------------|----|

- | | | |
|----|--|----|
| 17 | Tabella dei contenuti del Report: Linee Guida GRI G4 | 97 |
|----|--|----|

- | | | |
|----|--------------------------------------|-----|
| 18 | Relazione della Società di Revisione | 100 |
|----|--------------------------------------|-----|

La lettera del Presidente

Adottare una politica sostenibile dell'impresa oggi non significa più solo ispirarsi a valori etici e adottare stili di buona gestione, ma confrontarsi con un panorama internazionale di continua rielaborazione culturale, di standard, modelli e normative, che collocano l'impresa in una dimensione globale e sovrastrutturale. A settembre 2015 sono stati assunti dai governi delle Nazioni Unite 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals - SDGs*) e 169 sotto-obiettivi concordati, da raggiungere entro il 2030. Nel nostro Gruppo abbiamo ritenuto questo un importante riconoscimento istituzionale dell'insostenibilità dell'attuale modello di sviluppo e dell'impegno assunto per sostituirlo con uno in grado di assicurare un futuro di benessere più equo e sostenibile, all'interno dei limiti fisici del pianeta Terra. Gli obiettivi costituiscono, per la prima volta, un'agenda universale, valida per tutti i Paesi del mondo, che propone un approccio allo sviluppo che integra pienamente economia, società, ambiente e qualità delle istituzioni, chiamando all'azione anche le imprese stesse. Per questo abbiamo deciso di supportare la nascita dell'Alleanza multistakeholder che in Italia ne supporti l'adozione ed il raggiungimento, che riunisce già 80 organizzazioni della società civile, tra le più importanti del nostro Paese.

Per promuovere lo sviluppo sostenibile è importante supportare la diffusione di conoscenza, educazione, sensibilità e comportamenti e scelte coerenti ed efficaci per connettere, integrare e promuovere un orizzonte dello sviluppo basato sulla soddisfazione di obiettivi di promozione sociale, di salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente che viviamo. Riuscire a cambiare ottica e prospettiva comporta una efficace programmazione di piani ed interventi tra loro coerenti, capaci di mobilitare tante energie, intelligenze, risorse prima di tutto morali. Ci dobbiamo rendere conto che sono venuti esaurendosi, nel corso di questi ultimi anni, le spinte propulsive che hanno guidato lo sviluppo economico e che si devono favorire argomenti per un'idea nuova e diversa dello sviluppo dove lungimiranza, qualità, efficacia nelle gestioni, equilibrio nel destinare la ricchezza prodotta siano i criteri di scelta, ripensando la stessa produzione e le sue finalità.

Sempre più le attività economiche vanno ancorate a profili e sfere sostenibili perché basate sulla promozione di contenuti sociali avanzati e a loro volta essi stessi produttori di ricchezza. Su questo nel nostro Gruppo stiamo lavorando da anni e, con la scelta di integrare gli strumenti di sostenibilità con gli strumenti tradizionali della gestione dell'impresa, crediamo di procedere ulteriormente e più celermente. Infine, non si deve dimenticare che è importante favorire dialogo e connessioni tra il livello macro delle politiche pubbliche e quello micro della produzione, della dimensione e dello sviluppo locale, in sintonia con le grandi scelte globali. Qui sta un punto chiave a mio avviso non pienamente praticato: la faticosa ma preziosa costruzione di legami, interrelazioni, approcci sistemici, politiche costruite insieme capaci di comprendere appunto le diverse scale ed ambiti di intervento e di azione dal locale al globale, comprendendo il ruolo strategico della scala nazionale. I nostri principali progetti di innovazione sociale cercano di andare in questo senso, con molta determinazione, pazienza e coraggio.

Pierluigi Stefanini

La lettera dell'Amministratore Delegato

Nella società contemporanea è sempre più urgente trovare modalità di gestione delle imprese che coniughino profitto e prosperità collettiva, dal momento che non può esistere benessere sociale senza sviluppo economico, e viceversa. Gli ingredienti alla base dell'equazione partono dalla necessità di bilanciare gli interessi degli stakeholder in un orizzonte di medio-lungo periodo.

Avere il coraggio di resistere alle tentazioni dello *short-termismo* per guardare con lungimiranza al futuro comporta integrare la sostenibilità nel proprio pensiero strategico e nelle conseguenti politiche di innovazione e sviluppo.

Diventando strategica, la sostenibilità, caratterizza la *governance* delle imprese, permeando l'impegno del *board* e del *management*. Per questo abbiamo deciso con il 2016 di integrare gli impegni ed i risultati sugli obiettivi di sostenibilità negli strumenti ordinari dell'impresa: il nuovo Piano Triennale supererà la dicotomia tra industriale e di sostenibilità, così come il prossimo sarà un Bilancio Integrato, redatto secondo lo standard internazionale IIRC.

È il modo di stare sul mercato, di proporre soluzioni profittevoli per l'impresa e positive per la società, che deve creare valore condiviso. I temi sui quali le assicurazioni possono contribuire allo sviluppo sociale sono molti: da quelli legati ai momenti di vulnerabilità nella vita delle persone, a quelli connessi con gli eventi catastrofici fino ad arrivare agli investimenti infrastrutturali. Il Gruppo Unipol è da sempre stato impegnato alla ricerca di soluzioni per rendere accessibile la sicurezza a tutti i cittadini, dalla stessa intuizione che ha portato alla nascita di UniSalute, al prodotto assicurativo per i danni da terremoto. Dati gli attuali *megatrend* ed i nuovi rischi emergenti sempre di più, per rispondere alle esigenze di *welfare*, è necessario esplorare nuove logiche di collaborazione tra pubblico e privato, che superino le partnership di esecuzione per sviluppare partnership di soluzioni. Per questo ritengo che l'innovazione in questi ambiti debba essere affrontata con un partneriato inclusivo pubblico-privato, *open source*, fin dalla fase di analisi dei problemi.

Il progetto DERRIS sul cambiamento climatico sviluppato da UnipolSai, ed il modello di *Welfare* Territoriale proposto da UniSalute, rappresentano già due modelli concreti di innovazione sociale sui quali il Gruppo ha deciso di investire per tradurre in pratica tempestivamente l'approccio dichiarato.

Carlo Cimbri

I principali indicatori di performance

I dati rendicontati non sono stati posti a confronto con quelli del 2014 per significative variazioni del perimetro di rendicontazione e affinamento delle metodologie di calcolo.

Ambito	Indicatore	Dato 2015
Governance	Percentuale membri indipendenti del C.d.A. (secondo TUF)	48%
	Percentuale donne nel C.d.A.	20%
Performance economica	Raccolta assicurativa diretta	milioni di € 16.476
	Raccolta bancaria diretta	milioni di € 10.015
	Raccolta premi comparto Danni	milioni di € 7.883
	Raccolta premi comparto Vita	milioni di € 8.593
	Rapporto tra sinistri e premi del lavoro diretto	65,6%
	Rapporto raccolta/impieghi	1,07
	Combined ratio	93,5%
	Solvency ratio	1,68
	Risultato netto consolidato	milioni di € 579
	Valore distribuito agli stakeholder	milioni di € 3.964
Performance sociale	Comunità	
	Valore complessivo dei contributi	(€) 11.841.085
	Contributo destinato alla Fondazione Unipolis	(€) 1.500.000
	Numero di partnership con soggetti pubblici e privati attivate	216
	Fornitori	
	Numero totale fornitori	5.770
	Valore complessivo erogato a fornitori	milioni di € 550
	Percentuale del valore erogato a fornitori italiani	97%
	Azionisti	
	Performance del titolo - Azioni ordinarie UGF Holding	+16,2%
	Ammontare titoli di capitale e di debito classe C, D, Patrimonio sottoposti a screening ambientale e sociale	milioni di € 56.900
	Titoli conformi ai criteri di sostenibilità in investimenti in strumenti finanziari, esclusi OCR, in conto proprio	99,2%
	Dipendenti	
	Numero totale dipendenti	13.391
	Percentuale di donne	51%
	Percentuale manager donne	24%
	Indice di turnover	5%
	Percentuale middle manager under 45	35%
	Investimento effettuato in attività formative	(€) 2.700.000
	Ore medie di formazione erogate per dipendente	16
Investimento medio in formazione per dipendente	(€) 202	
Clienti		
Numero assicurati - esclusa UniSalute	11.184.585	
Numero di clienti - comparto bancario (Finitalia e UnipolBanca)	1.340.168	
Numero assicurati - UniSalute	5.286.756	
Velocità di liquidazione sinistri - rapporto tra i sinistri liquidati e i sinistri da liquidare - UnipolSai	75,7%	
Ammontare premi prodotti e servizi con specifica valenza ambientale/sociale	milioni di € 1.389	
Ammontare patrimonio gestito nelle forme pensionistiche complementari	milioni di € 10.209	
Numero iscritti alle forme pensionistiche complementari	583.508	
Attività Antifrode - Numero di segnalazioni di sinistri a rischio frode presi in gestione da Aree Speciali	19.028	
Attività Antifrode - Numero di segnalazioni gestite dalla funzione Antifrode	8.233	
Numero di reclami ricevuti (dato in % sul numero di polizze)	0,12%	
Valore di sanzioni pagate a IVASS (dato in % su totale premi del comparto Danni)	0,037%	
Net Promoter Score - UnipolSai	9,8%	
Agenti		
Numero agenzie in Italia e all'estero	3.476	
Numero filiali bancarie per distribuzione prodotti bancassurance	6.593	
Numero complessivo collaboratori d'agenzia in Italia e all'estero	37.346	
Numero totale partecipanti attività di formazione	334.059	
Totale ore/uomo di formazione erogate	900.400	
Performance ambientale	% di acquisti verdi	30%
	Emissioni di CO ₂ - Scope 1	(ton) 9.566
	Emissioni di CO ₂ - Scope 2	(ton) 47.464

I cinque valori del Gruppo Unipol

Accessibilità
Lungimiranza
Rispetto
Solidarietà
Responsabilità

1 | L'Identità



L'identità del Gruppo

Il Gruppo Unipol è il secondo gruppo assicurativo ad operare nel mercato italiano (il primo nel ramo Danni) e tra i primi dieci in Europa. Al core business assicurativo si affiancano le attività del settore bancario, del settore immobiliare e le altre attività diversificate che estendono il perimetro del Gruppo ai settori alberghiero, agricolo e della sanità.

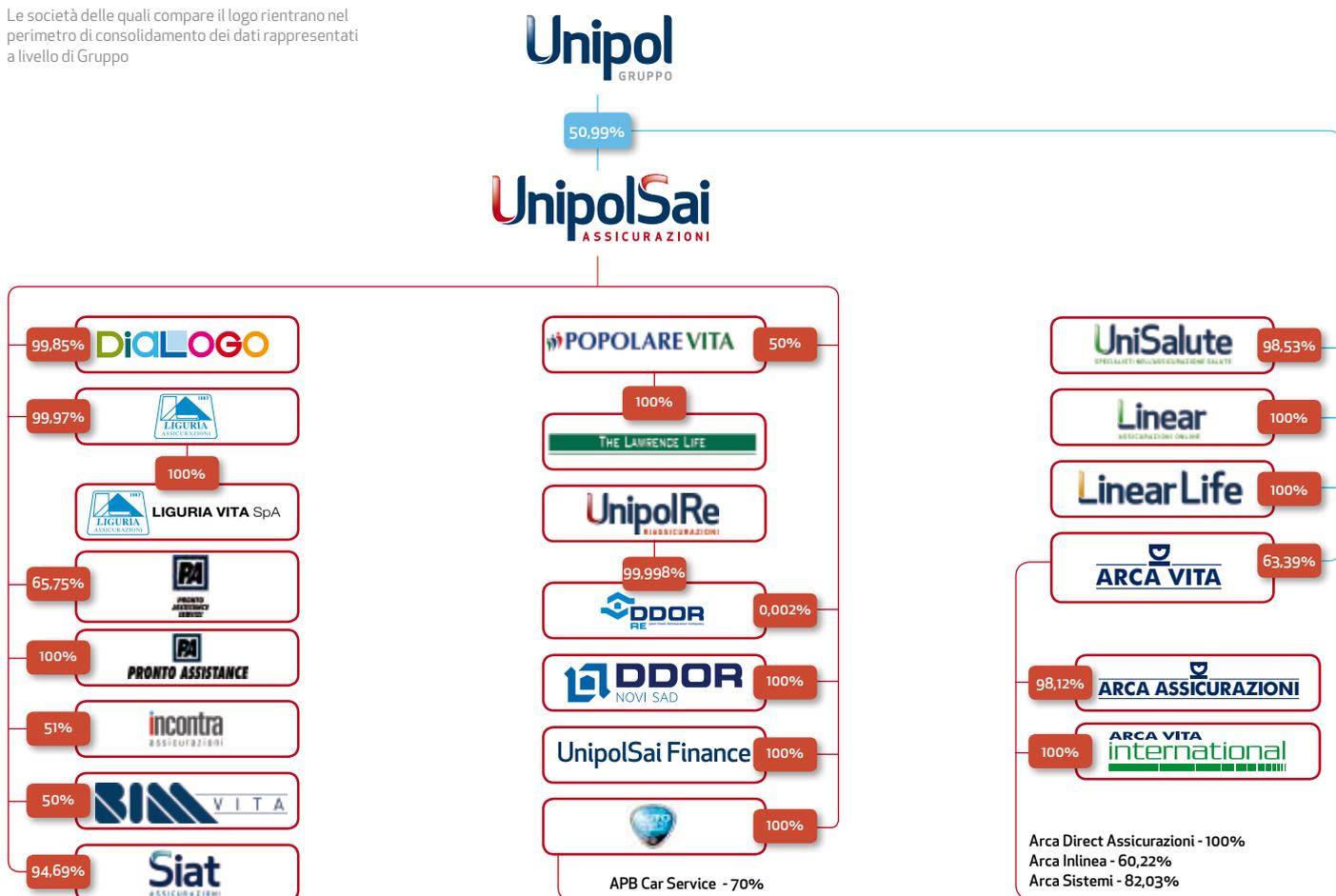
Al 31 dicembre 2015, a livello consolidato, il Gruppo conta su una raccolta diretta assicurativa pari a 16,4 miliardi di euro (-4,2% rispetto al 2014 al netto della cessione del ramo d'azienda ad Allianz), di cui 7,8 miliardi di euro (-4,9% al netto della cessione del ramo di azienda ad Allianz) nei rami Danni e 8,6 miliardi nei rami Vita (-3,6%).

Al vertice del Gruppo è la holding di partecipazioni Unipol Gruppo Finanziario S.p.A., Società quotata in Borsa, che svolge funzioni di direzione e coordinamento di tutte le altre Società controllate, oltre a ricoprire il ruolo di Capogruppo del Gruppo bancario Unipol. Il principale azionista di Unipol Gruppo Finanziario S.p.A. è Finsoe S.p.A., la holding che detiene attualmente il 31,40% del capitale sociale, a sua volta riconducibile a imprese del movimento cooperativo in Italia.

Il settore assicurativo

Al settore assicurativo appartengono la controllata UnipolSai Assicurazioni S.p.A., anch'essa quotata in Borsa, Linear Assicurazioni, UniSalute, Linear Life, Liguria Assicurazioni, Liguria Vita, Siat, Pronto Assistance, Pronto Assistance Service, UnipolRe, UnipolSai Finance, Dialogo, Ddor Re e Ddor Novi Sad. Nel comparto bancassurance operano Arca Vita, Arca Vita International, Arca Assicurazioni e le Società Bim Vita, Incontra Assicurazioni, Popolare Vita, The Lawrence Life Assurance Company. Infine, Auto Presto&Bene, network di carrozzerie presente su tutto il territorio nazionale.

Le società delle quali compare il logo rientrano nel perimetro di consolidamento dei dati rappresentati a livello di Gruppo

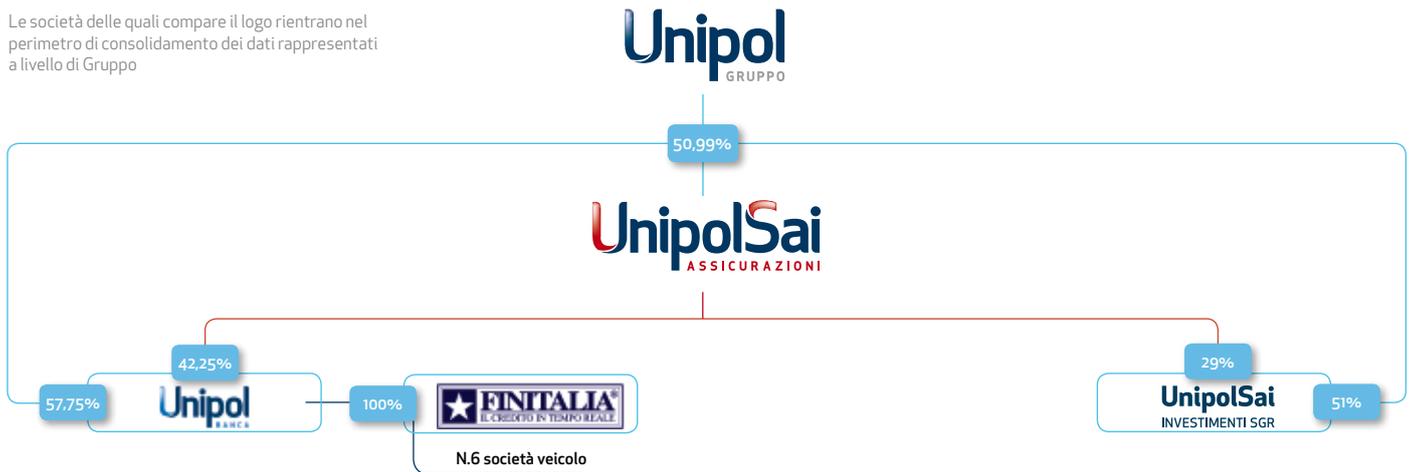




Il settore bancario

Nel settore bancario, il Gruppo svolge le attività principalmente attraverso le controllate Unipol Banca e Finitalia (facenti parte del Gruppo Unipol Banca) e UnipolSai Investimenti Sgr.

Le società delle quali compare il logo rientrano nel perimetro di consolidamento dei dati rappresentati a livello di Gruppo

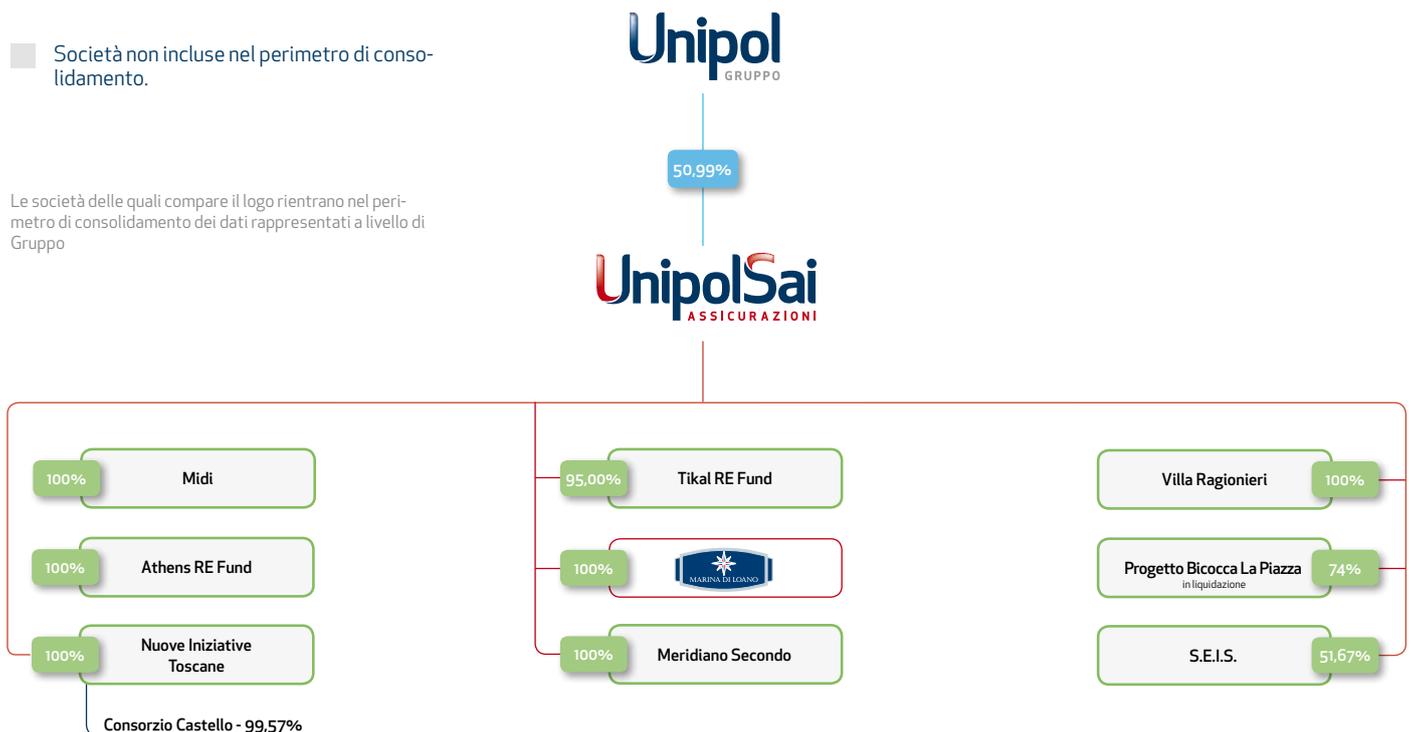


Il settore immobiliare

In campo immobiliare, il Gruppo Unipol si configura come uno dei principali operatori in Italia per entità del patrimonio (oltre 4,3 miliardi di euro). UnipolSai è inoltre proprietaria di Marina di Loano, struttura portuale ligure.

■ Società non incluse nel perimetro di consolidamento.

Le società delle quali compare il logo rientrano nel perimetro di consolidamento dei dati rappresentati a livello di Gruppo

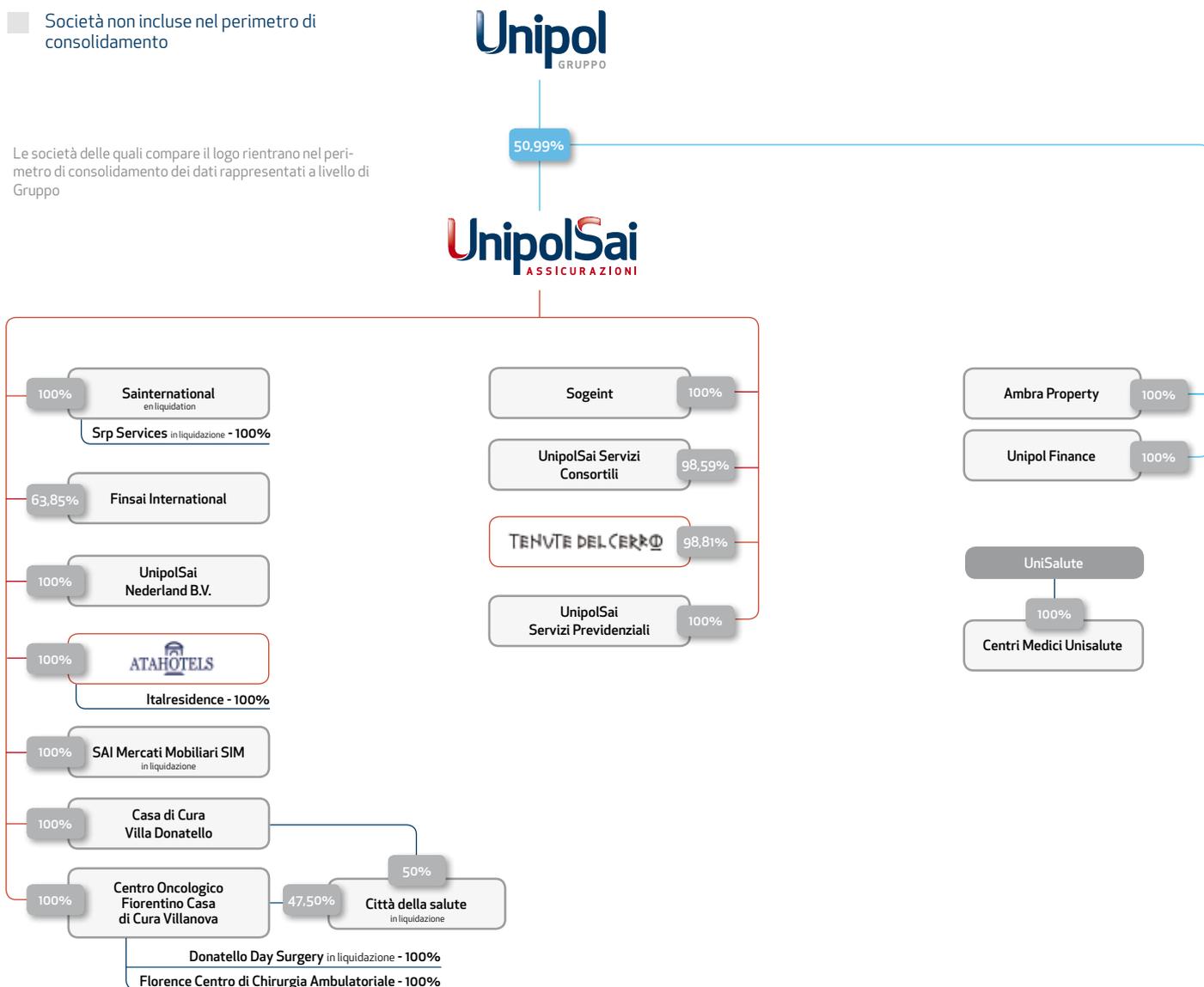


Il settore Altre Attività

Nel settore alberghiero italiano il Gruppo, attraverso UnipolSai, opera grazie alle 21 strutture che la controllata Atahotels gestisce in alcune delle principali città e delle più rinomate località turistiche italiane.
 Nel settore agricolo è attiva la Società Tenute del Cerro, proprietaria di circa 5.000 ettari di terreno nel Centro Italia e riferimento a livello nazionale nella produzione di vino di alta qualità.
 Nel settore della sanità, il Gruppo è presente attraverso la casa di cura Villa Donatello (Firenze) ed il Centro Oncologico Fiorentino, che sorge all'interno di Villa Ragionieri.

■ Società non incluse nel perimetro di consolidamento

Le società delle quali compare il logo rientrano nel perimetro di consolidamento dei dati rappresentati a livello di Gruppo





Il profilo organizzativo

La creazione di valore, da consolidarsi nel medio-lungo termine, da parte del Gruppo per i suoi stakeholder, implica non soltanto l'impegno alla tutela della sicurezza delle persone e dei loro beni, ma altresì la vocazione alla protezione del risparmio e alla promozione di uno sviluppo sostenibile ed equilibrato del territorio in cui Unipol opera. Nel corso del 2015, in coerenza con la sua storia, il Gruppo ha consolidato sia la sua capacità di confronto e di dialogo con gli stakeholder per rispondere a bisogni essenziali e concreti, sia la sua capacità di integrare modelli di distribuzione dei prodotti e servizi.

La presenza sul mercato

Unipol, attraverso le sue Società del settore assicurativo e bancario, adotta una strategia di offerta integrata, a copertura della intera gamma dei prodotti assicurativi e finanziari, ed è particolarmente attiva nei settori della previdenza integrativa e della salute.

Nel 2015 i clienti e gli assicurati delle Società assicurative e bancarie del Gruppo Unipol ammontano a oltre 16 milioni.

A tale ammontare contribuiscono, nei **rami Danni**, il Gruppo UnipolSai in sostanziale parità rispetto all'esercizio precedente, UniSalute, che conferma la tendenza degli ultimi anni all'incremento degli assicurati e Linear, che registra invece una flessione per effetto di dinamiche competitive del settore.

Nel **comparto Vita**, il numero di clienti si è leggermente contratto, anche per effetto di un contesto di mercato caratterizzato da bassi tassi di interesse e della politica di Gruppo orientata a preferire una produzione che consenta un minore assorbimento di capitale anche in ottica Solvency II.

Il **settore bancario**, si presenta focalizzato soprattutto sul segmento *retail*, spesso costituito dagli stessi assicurati UnipolSai, a cui si aggiungono le imprese familiari, artigiane o cooperative, con l'obiettivo di affiancare i piccoli imprenditori nella loro attività garantendone la continuità aziendale. I clienti persone fisiche e persone giuridiche ammontano a circa 1,3 milioni in leggera crescita rispetto all'esercizio precedente grazie al miglioramento del contesto di mercato.

Nel **settore assicurativo**, di fronte ad un quadro macroeconomico caratterizzato da diverse tensioni sui mercati finanziari e forte pressione concorrenziale registrata nei rami Danni, le politiche commerciali del Gruppo sono state indirizzate alla difesa del portafoglio contratti ed al rilancio produttivo. Questo indirizzo è stato perseguito mediante l'offerta di una gamma di prodotti e servizi che ricomprendono più garanzie così da rispondere anche alle esigenze emergenti sia di tipo assicurativo che bancario, e impegnandosi nella sperimentazione di canali distributivi innovativi e nel maggior ricorso all'utilizzo di strumenti digitali.

Se si osservano le caratteristiche degli assicurati, si nota innanzitutto la prevalenza della **clientela retail**, che arriva a superare il 90% nel caso di UnipolSai Assicurazioni, Incontra e Systema, mentre per Siat è residuale (5%). In tutte le Società assicurative l'assicurato è tendenzialmente uomo, con anzianità media over 50, ad eccezione di Incontra che è caratterizzata da assicurati under 45.

Le caratteristiche della clientela composta dalle **piccole e medie imprese (PMI)**, per quanto riguarda UnipolSai Assicurazioni sono fortemente influenzate dalle relazioni con le Organizzazioni Socie, che includono le principali organizzazioni dei lavoratori autonomi e delle piccole e medie imprese associate (CNA, Confesercenti, CIA) e delle imprese cooperative (Legacoop). Tra le altre Compagnie si segnala la predominanza di questo segmento in Pronto Assistance, che nel 2015 ha offerto la copertura a oltre 230 mila assicurati provenienti dalle piccole e medie imprese clienti.

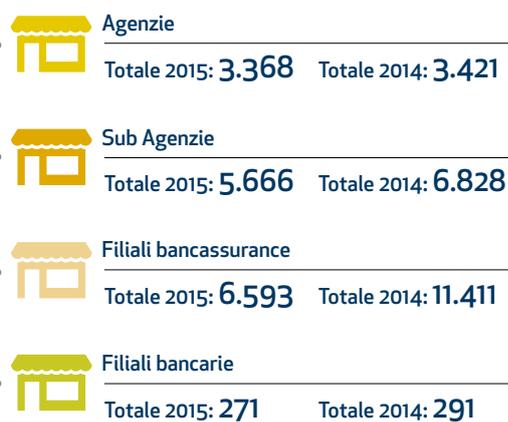
Nel segmento **Corporate**, definito in base al fatturato (maggiore di 50 milioni di euro) o al numero dei dipendenti (maggiore di 200), Unipol offre una gamma completa di prodotti assicurativi e di soluzioni adeguate alle esigenze e caratteristiche delle grandi aziende. Particolarmente significativa è la presenza dei cosiddetti "Grandi Clienti" legati al mondo della cooperazione e delle aziende manifatturiere di dimensioni medio grandi. A fine 2015, il portafoglio Corporate del Gruppo ha superato i 28 mila clienti. Altrettanto importante nella definizione del portafoglio Corporate è il ruolo di UniSalute, che è leader di mercato nella gestione dei Fondi Sanitari, con la gestione di 29 Fondi Sanitari Nazionali di categoria. Accanto ai Fondi, nel corso del 2015, UniSalute ha acquisito altri importanti clienti tra cui aziende ed enti estremamente rilevanti nel territorio italiano.

Clienti/Assicurati e rete distributiva sul territorio



Fonte: Direzione Commerciale UnipolSai e Direzione Generale Altre Società; Direzione Normativa Distributiva e Direzione Generale Altre Società

Il dato include i comparti assicurativi, bancario e bancassurance. Sono esclusi i settori immobiliare e altre attività.



La distribuzione del **numero di polizze per ramo** evidenzia la vocazione del Gruppo alla tutela della mobilità, con un forte orientamento allo sviluppo di nuovi prodotti e strumenti assicurativi in linea con le evoluzioni tecnologiche, come la "scatola nera", che consentono un tempestivo servizio di assistenza ai clienti ad ausilio dei processi di tariffazione e liquidazione. In riferimento al perimetro omogeneo allo scorso anno, l'andamento rileva un decremento nel ramo Auto, una sostanziale tenuta nel Non Auto, comunque influenzato da un quadro macroeconomico ancora debole seppur in leggera ripresa, e una diminuzione nel Vita.



La presenza sul territorio

Grazie alla sua esperienza nel settore assicurativo e con il supporto di una **rete di vendita** diffusa sull'intero territorio italiano, il Gruppo offre ai propri clienti e al mercato un'offerta di prodotti che permettono una copertura completa e innovativa dei bisogni della persona e dell'impresa.

Nella sua nuova e accresciuta dimensione nazionale, il Gruppo garantisce la vicinanza al cliente attraverso un modello distributivo rinnovato, in grado di soddisfarne al meglio le esigenze e offrire elementi di servizio aggiuntivo: la capillarità della distribuzione resta una linea guida chiave nella strategia di sviluppo su tutto il territorio nazionale, che consente di rispondere in modo adeguato e veloce alle esigenze della clientela. Il presidio sul territorio è garantito non solo dalle Agenzie del Gruppo UnipolSai, che restano il canale prioritario per lo sviluppo del business assicurativo tradizionale, ma anche dalle **filiali bancarie** e dalle **banche convenzionate** del comparto bancassurance appartenenti a banche sia locali che di respiro nazionale. La flessione nel numero di agenzie, che si registra rispetto al 2014, è dovuta al percorso di integrazioni societarie in atto nel Gruppo, reso necessario per proseguire il processo di ottimizzazione della copertura territoriale sia in termini quantitativi (in ottica di adeguata presenza di agenzie e di punti vendita secondari/subagenzie), che qualitativi (in ottica di dimensionamento minimo delle agenzie finalizzato a garantire competitività, capacità di sviluppo territoriale e capacità di attrazione della forza vendita).

La rete agenziale è arricchita dalla presenza di 8 Agenzie Societarie, le **Assicoop**, partecipate direttamente da UnipolSai, oltre che dalle Organizzazioni Socie del territorio, che erogano i loro servizi attraverso 302 punti vendita.

Nella rete agenziale di tutte le Società assicurative del Gruppo Unipol, tra agenti e collaboratori, sono complessivamente impiegate in Italia 36.399 persone, di cui 538 agenti plurimandatari.

Sia per il settore assicurativo che per quello bancario, alla rete fisica nella relazione con il cliente si affiancano i **canali virtuali** di gestione del rapporto con la clientela al fine di migliorare la fidelizzazione dei clienti e a incrementarne le occasioni di contatto.

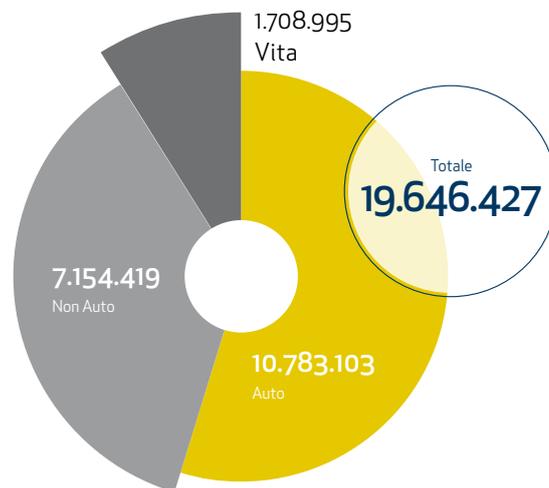
L'articolazione del Gruppo sul territorio è altresì garantita dalla presenza di 4 sedi direzionali, 12 Macro Aree Territoriali che includono 9 Aree Metropolitane e 81 Centri di Liquidazione cui fanno capo le singole Unità Liquidative.

Al di fuori del territorio nazionale, il Gruppo opera in Serbia attraverso una rete multicanale composta da strutture sia interne che esterne. I 108 punti vendita in cui operano oltre 900 persone, erogano i loro servizi principalmente nella parte settentrionale del Paese, affiancati da canali di vendita diretta attraverso internet.

Nel settore alberghiero italiano, la controllata **Atahotels** nel 2015 ha gestito 21 strutture tra hotel, residence e resort. Di queste quattordici nel Nordovest, una nel Nordest, una in Emilia Romagna, due nel Centro, tre nel Sud e nelle Isole. La Società, oggi impegnata in un processo di rafforzamento sul mercato italiano, in entrambe le sue due macro-aree di attività, business e vacanza, serve diversi segmenti di mercato (dai tour operator individuali e di gruppo, alle aziende) in modo sia diretto che indiretto, ossia attraverso intermediari di vendita. Nel 2015 Atahotels ha ospitato all'interno delle 21 strutture circa 1.810.900 persone, di cui il 94% adulti per il 65% di nazionalità italiana.

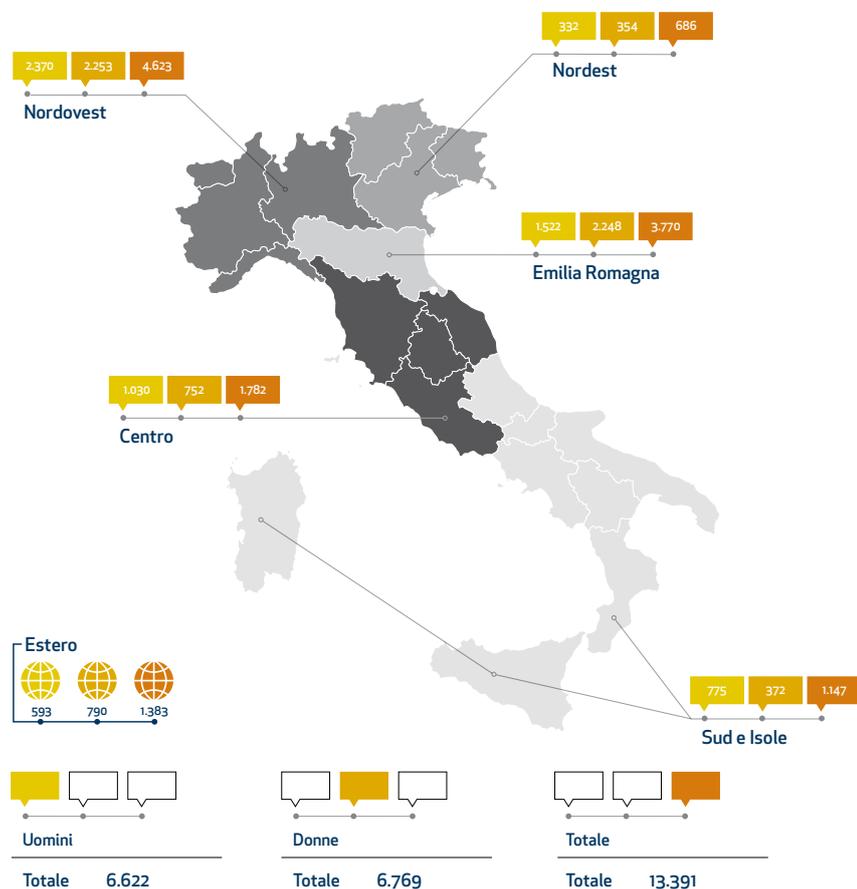
Nel settore agricolo, **Tenute del Cerro** è proprietaria di 5 tenute dislocate nel Centro e nel Nordovest. La Società vende attraverso i canali commerciali della bevanda e della ristorazione, presso la GDO e mediante vendita diretta. Le vendite in Italia incidono per il 53%, il restante avviene in 26 paesi esteri, per un totale di oltre 1.400 clienti.

Numero polizze per ramo

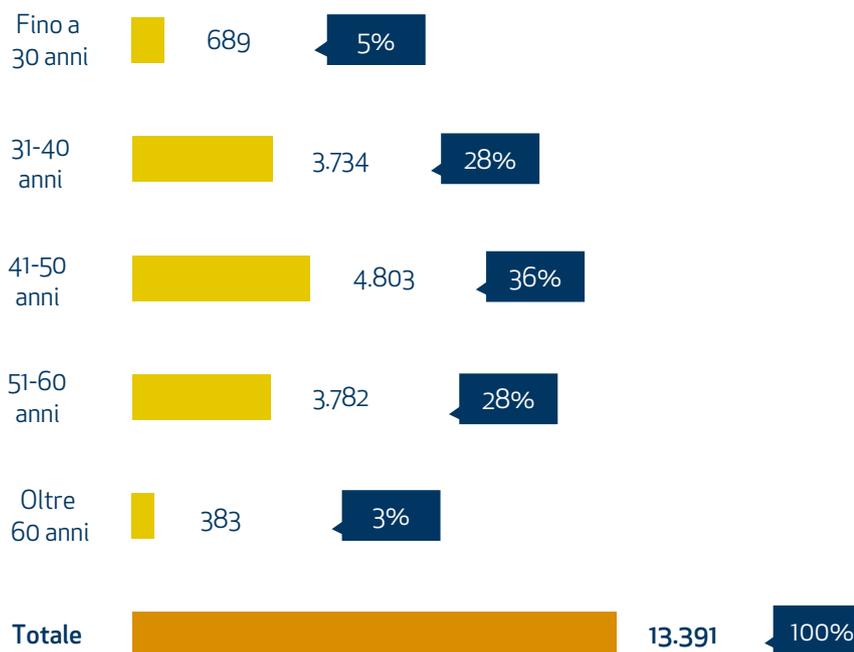


Fonte: Direzione Vita UnipolSai, Direzioni Generali Altre Società e Direzione Controllo di Gestione e Fiscale UnipolSai

Numero dipendenti per area territoriale



Numero dipendenti per fasce d'età



Nel settore immobiliare il Gruppo Unipol è proprietario di immobili destinati per il 50% ad uso uffici. In termini di distribuzione territoriale, la gran parte degli immobili di proprietà del Gruppo è concentrata nel Nord Italia (72%), il 23% nel Centro, il 4% nel Sud e Isole. Al patrimonio in Italia si aggiunge una ridotta percentuale, pari all'1%, ubicata in Serbia. Gli immobili che appartengono al patrimonio del Gruppo si dividono in due macro-categorie:

- Immobili "uso terzi", fabbricati di proprietà del Gruppo non utilizzati da Società assicurative del Gruppo.
- Immobili "strumentali", assets utilizzati prevalentemente come sedi assicurative o per lo svolgimento di attività delle Società diversificate.

La presenza dei dipendenti sul territorio

Altrettanto articolata appare la dinamica di relazione con i dipendenti del Gruppo: a fine 2015 l'organico complessivo del settore assicurativo, bancario e delle Società dei settori immobiliare e altre attività, incluse nel perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità 2015, è costituito da **13.391 persone**, di cui il 51% donne. Tra le 6.769 donne, il 27% ricorre a forme contrattuali part-time. A questi si aggiungono quasi 400 stagionali, impiegati nei settori turistico ed agricolo che, non computabili puntualmente in una rappresentazione di dati al 31 dicembre, non sono stati inclusi nel perimetro.

Rispetto all'anno precedente, si assiste alla flessione degli organici dovuta all'applicazione dell'accordo di integrazione per la ristrutturazione aziendale che ha comportato l'uscita di circa 900 persone provenienti dal progetto di fusione, grazie al supporto degli incentivi per l'adesione al Piano di accompagnamento alla Pensione.

L'attenzione del Gruppo alla stabilità occupazionale è confermata anche dal marginale ricorso al contratto di somministrazione: complessivamente **i dipendenti con contratto a tempo**

Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione



indeterminato sono il 97,8%, mentre i lavoratori con contratto subordinato sono 18. In analogia all'esercizio precedente, a fine 2015 le caratteristiche anagrafiche dell'organico evidenziano un'equilibrata suddivisione tra le diverse fasce di età. L'analisi della distribuzione dell'occupazione per area territoriale evidenzia la predominanza di dipendenti del Gruppo nelle zone del Nordovest (Milano e Torino) e in Emilia-Romagna (Bologna), dove sono storicamente ubicate le sedi del Gruppo.

La Missione e i Valori

Fin dalla sua costituzione nel 1963, i fattori promossi e sostenuti dal Gruppo Unipol per assicurare una crescita sostenibile e di lungo periodo accompagnata da un'adeguata redditività a vantaggio di tutti gli Stakeholder, sono stati trasparenza, rigore e capacità competitiva.

In coerenza con questo approccio, l'impianto valoriale originario, è stato progressivamente aggiornato ed innovato senza perdere il legame con le proprie radici.

La **Carta dei Valori**, definita nel 2008, con la partecipazione di tutti i dipendenti e una rappresentanza della rete agenziale, individua i Valori che ispirano i comportamenti del Gruppo e di tutti gli Stakeholder: Accessibilità, Lungimiranza, Rispetto, Solidarietà e Responsabilità.

I Valori Guida sono declinati nel **Codice Etico** in principi di comportamento nei confronti dei diversi Stakeholder: Azionisti ed Investitori; Amministratori; Dipendenti; Agenti; Collaboratori; Clienti; Fornitori; Comunità Civile; Generazioni future.

Nel corso del 2015, Il Gruppo ha revisionato e approvato in Consiglio d'Amministrazione della Capogruppo, e a seguire di tutte le Società partecipate, il Codice Etico edizione 2015, che rafforza il riferimento in materia di diritti umani, parità di genere, trasparenza e correttezza ai principi deontologici internazionali, declina con maggiore accuratezza il ruolo ed i comportamenti degli amministratori. Nel corso del 2016 il Codice sarà oggetto di apposito percorso formativo focalizzato sulle responsabilità etiche che amministratori, lavoratori e collaboratori devono osservare nella conduzione delle proprie attività. Maggiori informazioni su Missione e Valori sono reperibili su: www.unipol.it

Il dialogo con gli stakeholder

Un approccio gestionale improntato alla Sostenibilità implica la considerazione di tutte le aspettative legittime delle varie categorie di stakeholder bilanciandole e integrandole nelle strategie aziendali.

Luogo privilegiato del dialogo con gli stakeholder aziendali è il **Consiglio di Amministrazione**, caratterizzato dalla presenza di rappresentanti delle Organizzazioni Socie, stakeholder tradizionali del Gruppo. Gli argomenti chiave all'esame del Consiglio sono stati l'andamento del titolo, le relazioni con investitori, la *corporate governance* allineata alle best practice, la solidità patrimoniale nel lungo termine e la presentazione internazionale del primo cat bond italiano (*catastrophe bond*).

La rappresentatività di tutte le principali categorie di stakeholder, attraverso l'attività dei Comitati Consiliari e del Collegio Sindacale, influenza e orienta la gestione dell'impresa assicurandone la condivisione e la trasparenza delle decisioni.

Altro elemento caratterizzante il rapporto con gli stakeholder sono i **Consigli Regionali Unipol (CRU)** composti dai rappresentanti delle Organizzazioni Socie, ovvero le principali organizzazioni dei lavoratori dipendenti, (sindacati confederali CGIL, CISL e UIL), dei lavoratori autonomi e delle piccole e medie imprese associate (CNA, Confesercenti, CIA) e delle imprese cooperative (Legacoop) a livello regionale. I CRU si riuniscono periodicamente con i responsabili di Unipol a livello locale, per discutere le problematiche di comune interesse. Per rendere i CRU ancora più protagonisti nel rapporto con il Gruppo, annualmente viene realizzato un incontro istituzionale con l'Alta Direzione nel quale vengono discusse e condivise le linee programmatiche e strategiche dell'attività.

Ulteriori attività di ascolto, dialogo e consultazione realizzate nell'anno, riguardano le attività del **Progetto "Welfare, Italia"** che nel 2015 ha raccolto una platea di decisori istituzionali, amministratori, aziende ed esperti attorno alle potenzialità della White Economy, la filiera delle attività pubbliche e private riconducibili alla cura e al benessere delle persone.

L'attività di ascolto verso il cliente si realizza con rilevazioni di **customer satisfaction**, effettuate per le singole Società del Gruppo nelle principali fasi di contatto con il cliente, per enuclearne gli aspetti critici ed identificare le opportune azioni correttive.

Altre importanti iniziative di dialogo e consultazione riguardano gli Agenti, con cui il Gruppo mantiene un rapporto frequente e

privilegiato al fine di costruire una partnership efficace e funzionale al raggiungimento degli obiettivi strategici dichiarati. In tale contesto, nel 2015 sono state realizzate tre iniziative aperte a tutta la rete agenziale per condividere le linee guida di sviluppo e la loro declinazione operativa in azioni. Argomenti chiave dei 38 incontri costitutivi delle iniziative sono stati l'illustrazione dei risultati 2014 e delle linee guida 2015, il Piano Azioni 2015, la continuità del rapporto e affidabilità commerciale. Oltre agli incontri istituzionali sono attivi tavoli di confronto con le rappresentanze degli **8 Gruppi Agenti** inerenti la condivisione e discussione delle principali iniziative della Compagnia con impatto sulla rete di vendita (es. sviluppo prodotti, iniziative commerciali, miglioramento processi gestionali). Nello specifico, le attività 2015 si sono articolate in 23 incontri con le Giunte Agenti e Presidenze Giunte Agenti, 44 Commissioni Tecniche, 42 gruppi di lavoro operativi.

Riconoscimenti, premi e adesioni a iniziative esterne

Dal 2009 Unipol è firmataria della **Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro**, per la diffusione di una cultura aziendale e di politiche delle risorse umane inclusive, libere da discriminazioni e pregiudizi, capaci di valorizzare i talenti in tutta la loro diversità.

Al fine di rafforzare l'orientamento a seguire principi e codici di condotta relativi alle performance economiche, sociali e ambientali sviluppati da soggetti nazionali e internazionali, il Gruppo Unipol fin dal 2011 è firmatario del **Carbon Disclosure Project (CDP)**, iniziativa volta a sollecitare le imprese nell'impegno ad affrontare le sfide legate ai cambiamenti climatici e a limitare la portata di quest'ultimi attraverso l'adozione di comportamenti ecosostenibili.

Il CDP mette a disposizione degli investitori sensibili al tema del cambiamento climatico informazioni sulle strategie adottate e le performance ambientali delle Società in cui investono o hanno intenzione di investire, raccolte attraverso un questionario articolato inviato annualmente alle principali società quotate di tutti i settori. Il rating assegnato a Unipol nel 2015 è stato pari a 97C, con un miglioramento di 13 punti sul 2014.

Quest'anno il rating di **Standard Ethics** attribuito a Unipol Gruppo Finanziario è pari a EE (livello di compliance *strong*).

Nel corso del 2015, la Società UnipolSai è stata ammessa nella lista delle 100 migliori imprese impegnate per la sostenibilità (*ISR-International Standard Rating*), che seleziona le imprese nel mondo per la capacità che dimostrano di innovare e presidiare il tema in logica pionieristica. La motivazione per l'inclusione del Gruppo Unipol è il rapido processo realizzato per l'integrazione della sostenibilità nel business.

Per migliorare le proprie pratiche attraverso il continuo confronto ed apprendimento, il Gruppo aderisce ad associazioni impegnate nello sviluppo e nella diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa, quali:

- **Impronta Etica**, associazione nata per promuovere la responsabilità sociale nelle imprese e favorire lo sviluppo sostenibile, attraverso un network di imprese ed organizzazioni che intendono l'impegno sociale come parte essenziale della propria missione e della propria attività. www.improntaetica.org;
- **Forum per la Finanza Sostenibile**, associazione senza scopo di lucro la cui missione è "la promozione della finanza sostenibile presso la comunità finanziaria italiana". www.finanzasostenibile.it;
- **CSR Manager Network**, associazione a cui aderiscono professionisti del settore per confrontare esperienze in un'ottica di collaborazione e scambio reciproco. www.csrmanagernetwork.it;
- **Acquisti & Sostenibilità**, organizzazione non profit che ha l'obiettivo di creare valore sociale, etico, economico ed ambientale informando e supportando le imprese private e pubbliche e le organizzazioni non profit nello sviluppo delle loro iniziative di sostenibilità lungo la catena di fornitura estesa (fornitore-cliente). www.acquistisostenibilita.org;
- **Fondazione ItaliaCamp**, la Fondazione sperimenta un modello di interazione strategica tra il settore pubblico, le imprese e la società civile organizzata, con l'obiettivo di generare iniziative di impatto economico e sociale per il Paese, attraverso azioni, progetti e ricerche, <http://italiacamp.com>.

In ambito internazionale, il Gruppo è membro di:

- **Global Clinton Initiative** - network di imprese e associazioni volto a creare collaborazioni e a implementare soluzioni innovative su nove temi ciascuno dei quali rappresenta una sfida globale a cui i membri lavorano per trovare azioni misurabili ed efficaci. <https://www.clintonfoundation.org/clinton-global-initiative>;



- **CSR Europe** - principale network europeo di imprese per la responsabilità sociale delle imprese, opera come piattaforma per le aziende che desiderano promuovere la crescita sostenibile e contribuire positivamente alla società. www.csreurope.org;
- **AMICE** - associazione delle cooperative e mutue di assicurazione in Europa in cui Unipol ha la responsabilità di guidare il Comitato sulla Responsabilità Sociale d'Impresa. www.amice-eu.org;
- **ICMIF** - La Federazione internazionale delle Cooperative e Mutue di Assicurazione (ICMIF) dove il Gruppo Unipol partecipa al Comitato di Innovazione ed Indirizzo. www.icmif.org.

Relazioni Istituzionali

Le accresciute dimensioni del Gruppo Unipol hanno determinato una nuova strategia di relazione con gli stakeholder esterni volta a consolidare un posizionamento autonomo e distintivo rispetto al settore assicurativo e alla sua rappresentanza, ma soprattutto a focalizzare ancor più decisamente l'azione verso gli ambiti strategici di business.

Nel 2015 l'approccio adottato ha portato a consolidare sul piano istituzionale il suo ruolo di interlocutore dei decisori pubblici e degli stakeholder sulle tematiche assicurative, in autonomia dalla rappresentanza di settore.

Le attività nelle relazioni istituzionali, nel 2015, hanno riguardato principalmente la necessità di superare la tradizionale partnership pubblico-privato di esecuzione per prediligere partnership di soluzioni. Nuove forme di collaborazione e condivisione strategica tra governi e imprese possono innescare un circolo virtuoso: i privati sono chiamati non solo a realizzare quasi in *outsourcing* le decisioni assunte dal pubblico, ma a collaborare insieme nel rispondere alle grandi sfide globali e locali.

La necessità di nuove collaborazioni pubblico-privato per garantire e tutelare la collettività è emersa in diversi ambiti in cui il Gruppo Unipol sta operando: l'individuazione di nuovi meccanismi e modalità attraverso le quali integrare i due strumenti di welfare integrativo, la resilienza del territorio agli shock del cambiamento climatico e la sicurezza delle reti come elementi infrastrutturali fondamentali.

Le donazioni a partiti politici non sono praticate da nessuna Società del Gruppo.

La gestione della responsabilità etica e sociale

L'approccio del Gruppo Unipol alla responsabilità etica e sociale si sviluppa attraverso l'impegno al rispetto dei valori e dell'etica adottata attraverso il Codice presidiato dall'**Ethic Officer**, da un lato, e dall'integrazione della sostenibilità nelle scelte strategiche e nello sviluppo dei business gestiti, con un approccio di creazione di valore condiviso con gli stakeholder, dall'altro.

L'attuazione di questo approccio è affidato al **Comitato per la Sostenibilità** del Consiglio d'Amministrazione di UGF che svolge un ruolo di indirizzo e di controllo sulle tematiche di sostenibilità, oltre ad avere funzione di Comitato Etico. A supportare l'attuazione delle priorità strategiche in materia di responsabilità sociale è la **funzione Sostenibilità** (collocata in staff alla Presidenza del Gruppo), che promuove iniziative di coinvolgimento degli stakeholder, presidia e realizza progetti in ambito di sostenibilità in collaborazione con una rete di "Referenti della Sostenibilità", circa 20 persone che operano presso le proprie strutture come facilitatori per la realizzazione delle iniziative di sostenibilità e per la diffusione della cultura della responsabilità etica e sociale nelle rispettive Direzioni o Società. Questo sistema di governance, diffuso e coordinato, permette la gestione delle attività di reporting e comunicazione sui progetti e sulle iniziative di sostenibilità.

Il 2015 è stato contraddistinto da tre principali attività in materia di responsabilità etica e sociale:

- **revisione del Codice Etico** che rafforza il riferimento in materia di diritti umani, parità di genere, trasparenza e correttezza ai principi deontologici internazionali e declina con maggiore accuratezza il ruolo ed i comportamenti degli amministratori;
- implementazione del **Piano di Sostenibilità 2013-15** finalizzato a integrare, supportare, accompagnare e garantire il raggiungimento dei target del Piano Industriale del Gruppo;
- sviluppo degli assi e degli ambiti per gli **impegni di sostenibilità del prossimo triennio**.

I tre anni di attuazione e monitoraggio del Piano di Sostenibilità 2013-2015 sono stati l'occasione per lo sviluppo di progetti e prodotti innovativi, ma anche per il consolidamento di politiche già in atto. I risultati raggiunti sono trattati nella sezione "La sostenibilità a medio termine".

Per il prossimo triennio, il livello di maturazione raggiunto dal percorso di sostenibilità nel Gruppo e la sempre maggiore diffusione di

pratiche di *accountability* sul mercato, nonché l'obiettivo di sviluppare il bilancio integrato nei prossimi anni, hanno creato le condizioni per valutare l'opportunità di superare il Piano di Sostenibilità integrandone gli obiettivi e le azioni nel Piano Industriale. Le linee direttrici individuate per integrare ulteriormente la sostenibilità nei *drivers* di crescita, sono:

- creazione di valore condiviso: politiche e operazioni pratiche che rafforzano la competitività dell'impresa e simultaneamente portano ad un avanzamento delle condizioni economiche e sociali nelle comunità in cui operano;
- innovazione sociale: capacità di leggere i contenuti sociali, comportamentali, gli stili di vita, la domanda di nuovi bisogni di protezione e di trovare risposte innovative;
- affidabilità e qualità: elementi connotanti il rapporto fiduciario e di scambio quotidiano ed empirico con lo stakeholder;
- impresa multi-stakeholder: modello organizzativo e culturale che cura e valorizza il rapporto con i principali stakeholder (Azionisti, Dipendenti, Clienti, Agenti e Fornitori).

Nel corso del 2015, infine, è stato avviato anche lo studio per la realizzazione di un bilancio integrato delle dimensioni economica-sociale-ambientale delle attività del Gruppo Unipol a partire dal modello di produzione del valore e di capitali al fine di rappresentare in modo trasparente e misurabile i fattori, finanziari e non, di creazione di valore del Gruppo nel lungo periodo.

Unipol negli Indici di Sostenibilità

La centralità della Sostenibilità nella strategia del Gruppo Unipol, è riconosciuta dalle valutazioni emesse da diverse agenzie specializzate per l'ammissione agli Indici di Sostenibilità. Questa dipende da criteri di selezione e metodologie di analisi che integrano considerazioni sociali, ambientali e di corporate governance (ESG - *Environmental, Social and Governance*) con valutazioni di carattere economico-finanziario. Nel complesso, i punti di forza riconosciuti al Gruppo, si riferiscono:

- alla politica in materia di trasparenza nelle comunicazioni con i clienti e nella correttezza delle pratiche di vendita responsabile adottate;
- alla considerazione degli aspetti ambientali e sociali nell'*asset management* del proprio portafoglio di investimento;
- al processo di *advocacy* per individuare soluzioni innovative di partnership pubblico-privato ai danni che il cambiamento climatico causa;
- all'attenta e responsabile gestione delle risorse umane.

Al di sotto delle *best practice* di settore sono emerse sia la gestione degli impatti ambientali diretti, in particolare quelli relativi ai consumi energetici e relative emissioni di tutti gli immobili strumentali del Gruppo, che l'integrazione delle tematiche ambientali nell'offerta rami Danni delle compagnie assicurative.

La matrice di materialità del Gruppo Unipol

Il Bilancio di Sostenibilità 2015 è focalizzato sui temi di maggior rilevanza per il *core business* del Gruppo e per i suoi stakeholder. L'individuazione di tali tematiche è stata condotta attraverso un processo conforme agli standard di riferimento: le linee guida del *Global Reporting Initiative* e lo standard AA1000APS di *AccountAbility*.

In particolare, il lavoro di analisi e selezione dei contenuti del presente Bilancio è stato improntato al principio di materialità così come descritto dallo standard GRI G4, con l'obiettivo di far emergere i temi rispetto a cui si concentrano, da un lato, gli interessi e le aspettative degli stakeholder nei confronti del Gruppo e, dall'altro, le priorità strategiche dell'Alta Direzione.

Il processo di analisi di materialità si è articolato nelle seguenti fasi.

Individuazione dei temi

L'analisi è stata avviata con la costruzione di un albero dei temi di sostenibilità significativi per il settore e per l'impresa. Il lavoro svolto ha tenuto conto anche delle analisi emerse dall'Osservatorio per il monitoraggio e la gestione dei rischi emergenti e reputazionali del Gruppo Unipol. Nell'ambito di tale Osservatorio sono state analizzate fonti documentali interne al Gruppo e fonti esterne a livello di settore per il contesto italiano. L'esame delle fonti esterne ha previsto anche la valutazione dei trend globali di riferimento dei prossimi cinque anni, effettuata con il supporto dell'Università di Bologna attraverso l'analisi dei *meeting point*.

Ad integrazione dell'indagine, nel corso del 2015, è stata condotta un'analisi di benchmark sui migliori bilanci di sostenibilità a livello internazionale al fine di cogliere eventuali spunti di miglioramento.



Identificazione dei temi prioritari

L'ordine dei temi è stato definito secondo due dimensioni: rilevanza strategica per il Gruppo e rilevanza percepita dagli stakeholder. La rilevanza strategica per il Gruppo è stata individuata con interviste individuali ai responsabili delle Direzioni Centrali del Gruppo Unipol e di UnipolSai e delle principali Società assicurative e bancarie. Agli intervistati è stato chiesto di fornire una valutazione di rilevanza strategica per il Gruppo sui temi di propria competenza, sulla base di una scala quali-quantitativa su cinque livelli che tenesse conto dei seguenti elementi: impegni strategici assunti dal Gruppo, attività progettuali/pilota avviate per rispondere a tali impegni e sistemi di valutazione implementati per monitorare i risultati ottenuti.

In fase di aggregazione dei dati raccolti nel corso delle interviste, al fine di garantire significatività dei valori medi ottenuti, è stato implementato un sistema di pesatura delle singole Società. Ogni Compagnia assicurativa è stata pesata sulla base della raccolta premi complessiva (rami Danni e Vita). Unipol Banca è invece stata pesata in base alla raccolta diretta, quantità ritenuta adeguatamente confrontabile alla raccolta premi delle Società assicurative. Le Società diversificate in base al fatturato.

La rilevanza percepita dagli stakeholder è stata determinata sulla base delle evidenze raccolte attraverso le attività di ascolto e dialogo dei portatori d'interesse del Gruppo. Tali attività sono state condotte in parte nel 2014, in parte nel 2015, dalla struttura di Sostenibilità e dalle strutture del Gruppo preposte alla gestione delle relazioni con le diverse categorie di stakeholder.

Nel 2015, in particolare, sono state svolte attività di coinvolgimento ad hoc da parte della struttura di Sostenibilità dei fornitori, dei rappresentanti del terzo settore e della società civile. In particolare, i fornitori sono stati selezionati rispetto alla presenza nell'Albo di Gruppo e tenendo conto dell'incidenza rispetto alle spesa globale di Gruppo e delle diverse categorie merceologiche, e sono stati ascoltati con interviste telefoniche.

L'individuazione degli opinion leader ha incluso Organizzazioni Non Governative (ONG) di livello internazionale e Associazioni di tutela degli interessi con le quali Unipol non ha un rapporto attivo specifico. Il coinvolgimento è stato realizzato attraverso delle interviste individuali.

Per poter cogliere la valutazione degli Analisti Finanziari, si è deciso di analizzare i report redatti dalle diverse società di rating SRI, frutto di analisi specifiche sulla Compagnia nel corso dell'ultimo anno. Dall'analisi condotta dal *Reputation Institute* è emerso il quadro di riferimento della reputazione del Gruppo presso cinque diversi stakeholder: Istituzioni, Opinion leader, Clienti, Cittadini e Media. Gli esiti dello studio hanno rilevato un diretto collegamento ai temi dell'analisi di materialità e sono stati aggregati alle rilevazioni frutto delle attività di engagement interne.

Le valutazioni raccolte dai diversi stakeholder sono state pesate mediante un *ranking* sugli stakeholder in base alla loro dipendenza ed influenza nei confronti del Gruppo Unipol.

In termini di rappresentazione si è deciso di identificare strumenti e trend trasversali a più tematiche - rappresentati al di fuori della matrice - e rendicontati in maniera più approfondita nel corso del presente documento.

I temi più rilevanti, cioè con valore alto su entrambi gli assi della matrice, sono quelli su cui il Gruppo ha rendicontato nel presente Bilancio. I livelli soglia sui due assi sono stati identificati sulla base del significato assegnato ai diversi livelli delle scale quali-quantitative definite per i due parametri.

È stato inoltre deciso di includere nella rendicontazione le aree con un valore molto alto su almeno uno dei due assi, al fine di rendere conto delle ragioni che spingono il Gruppo, da un lato, a concentrarsi strategicamente su temi che al momento non risultano prioritari per gli stakeholder e, dall'altro, a non investire su tematiche su cui si addensano eventuali aspettative per gli stakeholder.

La matrice è stata discussa e condivisa sia con l'Alta Direzione che con il Comitato per la Sostenibilità del Consiglio di Amministrazione.

Per ognuno dei temi che si trovano nell'area di materialità, il presente documento offre una vista sintetica su: impegni strategici assunti dal Gruppo, modalità di gestione e azioni poste in essere.

Temi



Innovazione di prodotto



Finanza



Vendita di prodotti e servizi

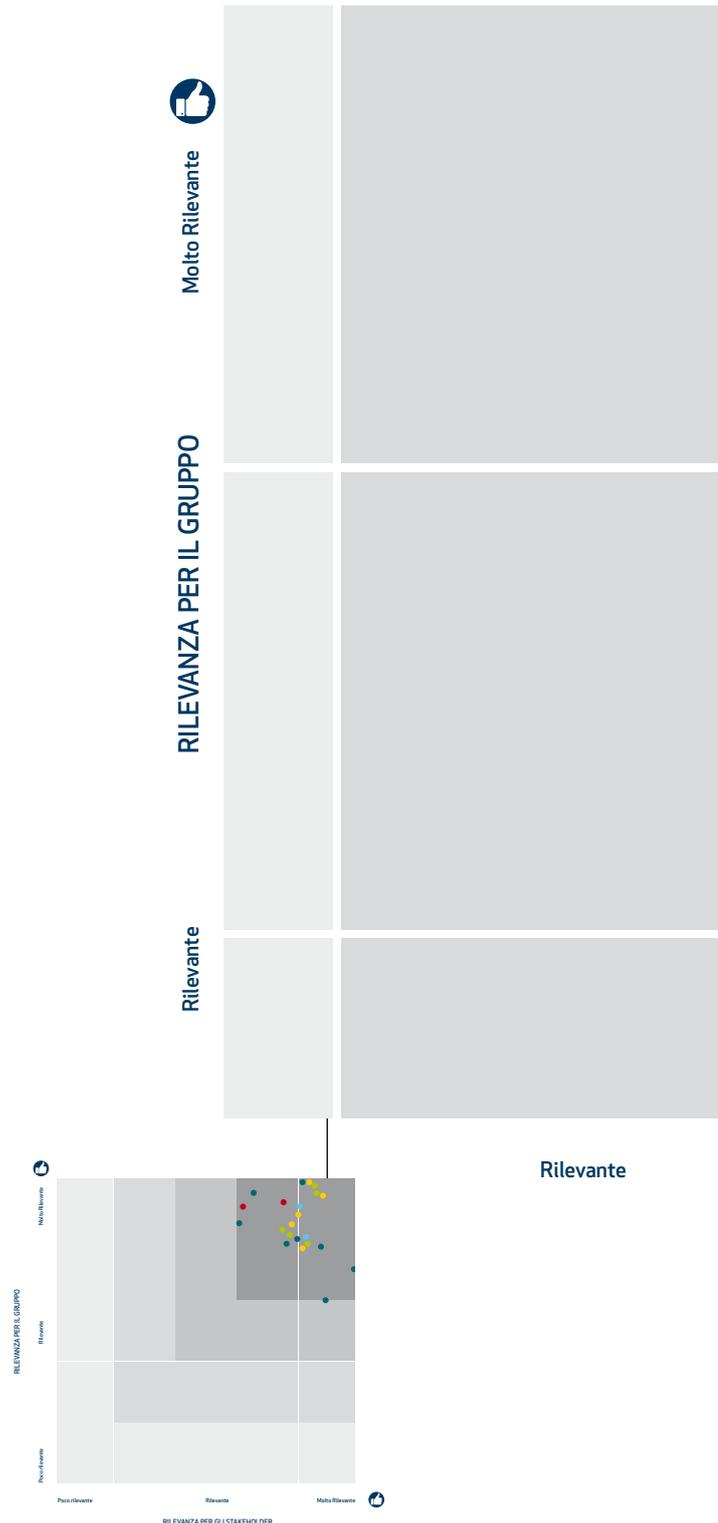


Gestione del Gruppo



Dipendenti

- 1 Innovazione
- 2 Partnership
- 3 Inclusione finanziaria
- 4 Consulenza personalizzata
- 5 Correttezza nella vendita dei prodotti e dei servizi
- 6 Relazione del Gruppo con la rete agenziale
- 7 Multi-canalità integrata
- 8 Servizio al cliente nel post vendita
- 9 Fidelizzazione del cliente
- 10 Lungimiranza nella gestione dei capitali aziendali
- 11 Cultura del controllo e di gestione del rischio
- 12 Trasparenza e chiarezza della struttura azionaria e di governance
- 13 Approccio di lungo termine nella definizione degli obiettivi aziendali e nelle scelte di investimento
- 14 Competizione corretta e responsabile
- 15 Sensibilizzazione alla compliance normativa
- 16 Trasparenza verso il Mercato e le Autorità
- 17 Sviluppo delle risorse
- 18 Benessere in azienda
- 19 Redditività delle attività del Gruppo
- 20 Gestione responsabile della catena di fornitura
- 21 Relazioni con le comunità di riferimento
- 22 Riduzione e ottimizzazione degli impatti ambientali





Trends

Internet of everything

Sharing economy

Internazionalizzazione

New skills

Climate change

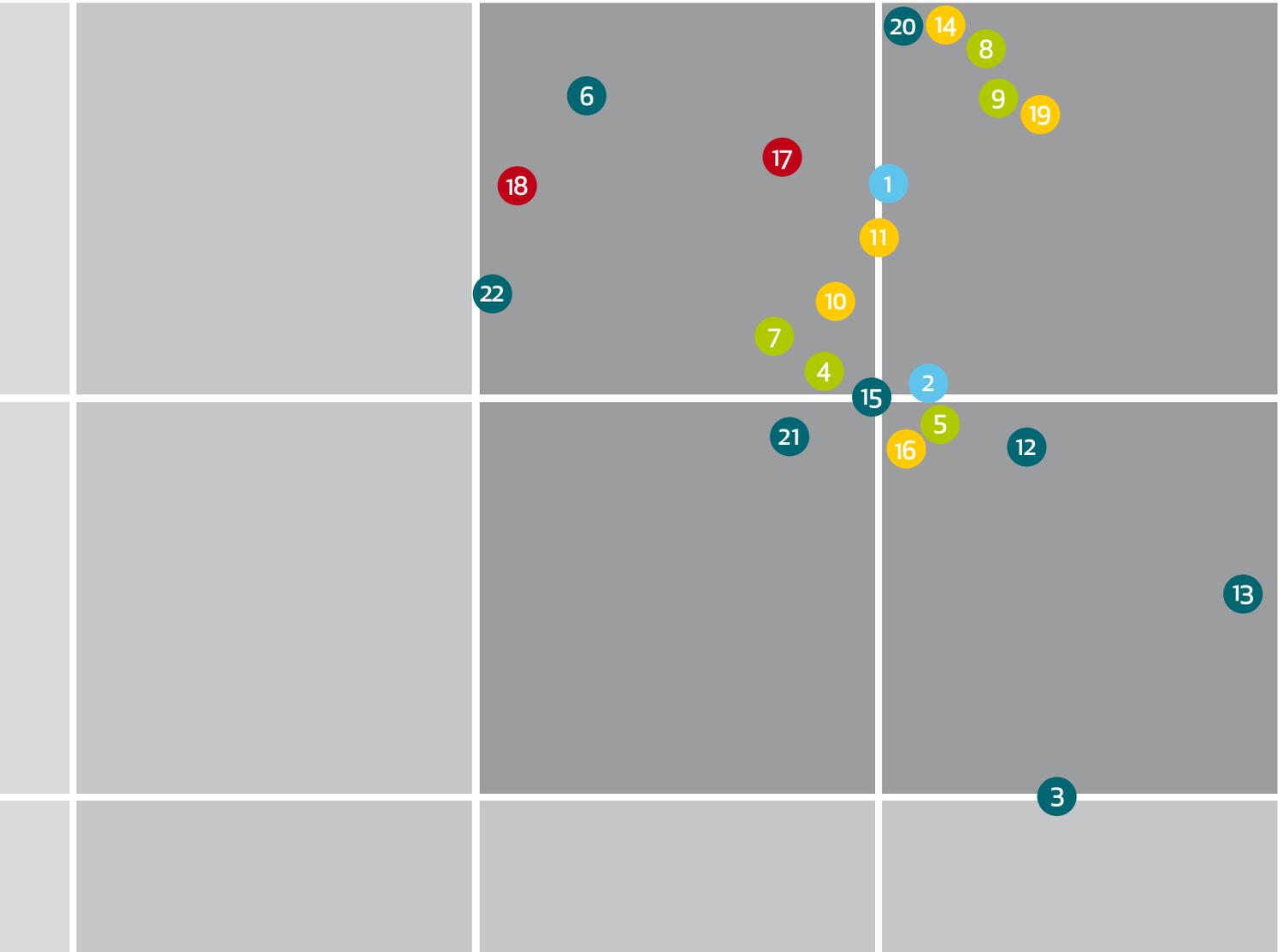
New mobility

Il consumatore ibrido

Human society 2.0

Well be

Precarietà e polarizzazione



RILEVANZA PER GLI STAKEHOLDER

Molto Rilevante

Digitalizzazione e dematerializzazione

Rendicontazione integrata

Innovazione dei modelli organizzativi interni

Sicurezza dei dati e delle transazioni in rete

Strumenti

La trasparenza e chiarezza della struttura azionaria e di governance

La struttura azionaria

Il principale azionista di Unipol Gruppo Finanziario S.p.A. è Finsoe S.p.A., la holding che detiene attualmente il 31,40% del capitale sociale, a sua volta partecipata da imprese del movimento cooperativo, leader in diversi settori (grande distribuzione, agroalimentare, costruzioni e servizi).

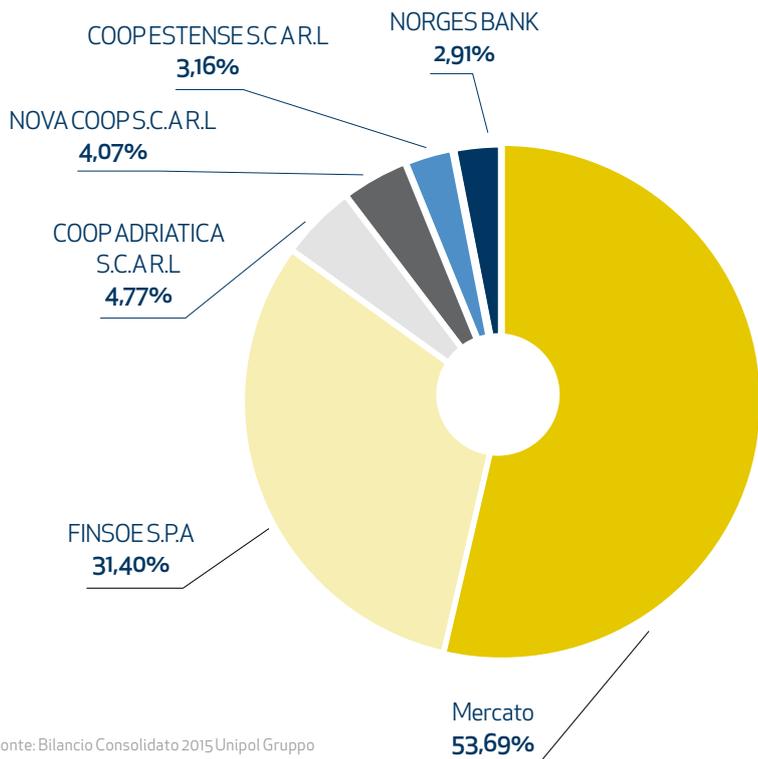
In attuazione delle delibere dell'Assemblea Straordinaria degli Azionisti del 25 febbraio 2015 e dell'Assemblea Speciale dei titolari di azioni privilegiate del 26 febbraio 2015, previo il verificarsi di tutte le condizioni, UGF ha dato corso, in data 29 giugno 2015, alla conversione di tutte le 273.479.517 nuove azioni privilegiate in circolazione in 273.479.517 nuove azioni ordinarie, aventi le medesime caratteristiche delle azioni ordinarie in circolazione, sulla base del rapporto di conversione di una azione ordinaria, avente godimento regolare, per ciascuna azione privilegiata, senza pagamento di alcun conguaglio.

L'ultimo giorno di negoziazione in borsa delle azioni privilegiate di UGF è stato il 26 giugno 2015 e dal 29 giugno 2015 sono negoziate sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana S.p.A. esclusivamente le azioni ordinarie della Società.

Il Capitale Sociale

Principali azionisti di Unipol Gruppo Finanziario al 31 dicembre 2015

Dato in % su capitale sociale



Fonte: Bilancio Consolidato 2015 Unipol Gruppo

Al 31 dicembre 2015 il capitale sociale di UGF, interamente sottoscritto e versato, è pari a 3.365.292.408,03 euro, suddiviso in 717.473.508 azioni ordinarie prive di valore nominale.

Dividendi

Il bilancio al 31 dicembre 2015 della Capogruppo Unipol, redatto secondo i principi contabili nazionali, evidenzia un utile di euro 165,5 milioni. Il Consiglio di Amministrazione di Unipol ha proposto all'Assemblea Ordinaria degli Azionisti di distribuire ai propri Azionisti aventi diritto euro 0,18 per ogni azione ordinaria. Complessivamente l'importo destinato a dividendi, ammonta a 128 milioni di euro (pari al 77,35% dell'utile).

Il sistema di governo

La struttura di governance di UGF è articolata secondo il "sistema tradizionale" di amministrazione e controllo, avendo quali organi principali: l'Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione (che opera con il supporto dei Comitati consiliari, aventi funzioni consultive e propositive) e il Collegio Sindacale.

Composizione del Consiglio di Amministrazione

- 12 Numero dei Consiglieri indipendenti non esecutivi, ai sensi del TUF
- 8 Numero dei Consiglieri indipendenti non esecutivi, ai sensi del Codice di Autodisciplina

Composizione per genere:



Fasce di età:



Il Consiglio di Amministrazione è composto – ad eccezione dell'Amministratore Delegato e del Presidente al quale, con delibera consiliare del 27 settembre 2012, sono state attribuite le funzioni proprie di Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, ruolo che lo qualifica come Amministratore esecutivo – da Amministratori non esecutivi.



In linea con le best practice internazionali, Unipol Gruppo Finanziario rivolge particolare attenzione al requisito dell'indipendenza sostanziale dei membri del Consiglio di Amministrazione applicando sia i principi del TUF (art. 147-ter, comma 4) sia, in maniera più restrittiva, le disposizioni contenute nel Codice di Autodisciplina, al fine di garantire la composizione degli interessi di tutti gli Azionisti sia di maggioranza che di minoranza.

Si ricorda, inoltre, che in data 10 febbraio 2015 il Consiglio di Amministrazione ha adottato, ai sensi delle disposizioni regolamentari di settore introdotte nel corso del 2014, la Politica per la valutazione del possesso dei requisiti di idoneità alla carica (la "*Fit&Proper Policy*"), la quale descrive, inter alia, le procedure di valutazione dei requisiti di idoneità alla carica - in termini di onorabilità, professionalità e indipendenza, nonché di insussistenza di situazioni impeditive, di cause di sospensione e di situazioni di incompatibilità - dei componenti dell'organo amministrativo e di controllo. Tale Politica è entrata in vigore il primo aprile 2015.

Nella già menzionata *Fit&Proper Policy* con riferimento, in particolare, al requisito di indipendenza di un Amministratore, i criteri adottati dal Consiglio di Amministrazione sono stati integrati con un ulteriore requisito, prevedendosi che si debba aver riguardo al corrispettivo annuo di eventuali prestazioni professionali rese nei confronti della società e/o di società controllate, ove eccedente il 5% del fatturato annuo dell'Impresa o dell'Ente di cui l'Amministratore abbia il controllo o sia esponente di rilievo, ovvero dello Studio Professionale o della società di consulenza di cui egli sia partner o socio o, comunque, eccedente l'importo di 200.000 euro.

La valutazione annuale da parte del C.d.A. dei requisiti di indipendenza degli Amministratori non esecutivi previsti dal Codice di Autodisciplina viene effettuata tenendo anche conto delle indicazioni fornite dalla CONSOB con comunicazione DEM/10046789 del 20 maggio 2010.

In merito alla remunerazione dei componenti del Consiglio di Amministrazione, l'Assemblea degli Azionisti del 30 aprile 2013 ha attribuito agli Amministratori un compenso annuo lordo di euro 40.000 ciascuno, nonché un gettone di presenza per la partecipazione ad ogni riunione consiliare o assembleare dell'ammontare lordo di 1.000 euro. La remunerazione degli Amministratori non esecutivi non è legata ai risultati economici conseguiti dalla Società, né sono previsti piani di incentivazione a base azionaria o, in generale, basati su strumenti finanziari a favore dei componenti del Consiglio di Amministrazione. Nel corso dell'esercizio 2015, il Consiglio di Amministrazione ha definito, sostanzialmente in linea con l'esercizio precedente, la politica generale per la remunerazione dei componenti degli organi sociali e dei Dirigenti con responsabilità strategiche di UGF per l'anno 2015.

In data 10 marzo 2016, il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato i) la nuova politica generale per la remunerazione dei componenti degli organi sociali e dei Dirigenti con responsabilità strategiche di UGF per l'esercizio in corso, ii) la Relazione sulla remunerazione predisposta ai sensi dell'art. 123-ter del TUF e dell'art. 24 del Regolamento ISVAP n. 39 del 9 giugno 2011 nonché iii) il Documento Informativo relativo al piano di compensi basati su strumenti finanziari, ai sensi dell'art. 114-bis del TUF comprensivo del relativo Regolamento del Piano, tutti tali documenti saranno presentati all'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio 2015. Per informazioni più di dettaglio, si rinvia (i) alla Relazione annuale sulla Corporate Governance e sugli assetti proprietari e (ii) alla Relazione sulla remunerazione, entrambe consultabili nella Sezione Corporate Governance del sito internet della Società. <http://www.unipol.it/Corp/Pagine/home.aspx>

Il Presidente rappresenta la Società nei limiti previsti dallo Statuto e ha il potere di impulso sull'operato del C.d.A., garantendo la promozione della trasparenza nell'attività sociale e avendo cura di rappresentare tutti gli Azionisti, oltre a sovrintendere il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Il Presidente e l'Amministratore Delegato, in rapporto di continuo dialogo, individuano opportunità e rischi dei business assicurativo, bancario e finanziario in genere, sui quali il Presidente informa il Consiglio di Amministrazione, onde possa compiere le proprie scelte di indirizzo e coordinamento della Società e del Gruppo alla stessa facente capo.

Il Vice Presidente sostituisce il Presidente, in caso di sua assenza o impedimento e, in tale funzione, può accedere a tutte le informazioni all'interno della struttura aziendale.

L'Amministratore Delegato individua le strategie, esamina in via preventiva le operazioni aventi un significativo rilievo economico, patrimoniale e finanziario, assicura il perseguimento degli obiettivi definiti dal Consiglio di Amministrazione e, nella sua veste di

Direttore Generale, svolge una funzione di presidio sulla gestione del business del Gruppo, coerentemente con il Piano Strategico.

Il Consiglio di Amministrazione, al fine di incrementare l'efficienza e l'efficacia della sua azione, ha costituito al proprio interno sei comitati con funzioni consultive e propositive, definendo le funzioni e i compiti anche sulla base dei criteri previsti nel vigente Codice di autodisciplina delle società quotate:

- Comitato di Presidenza;
- Comitato Nomine e Corporate Governance;
- Comitato Remunerazione;
- Comitato Controllo e Rischi;
- Comitato per la Sostenibilità/Comitato Etico;
- Comitato per le Operazioni con Parti Correlate.

Per maggiori informazioni sulla composizione e sui componenti dei suddetti Comitati si rinvia alla richiamata Relazione annuale sulla Corporate Governance e sugli assetti proprietari 2015, consultabile nella Sezione Corporate Governance del sito internet della società Unipol. <http://www.unipol.it/Corp/Pagine/home.aspx>

Il Collegio Sindacale della Società svolge i propri compiti ai sensi dello statuto e della legislazione applicabile. Tutti i Sindaci sono iscritti nel Registro dei revisori legali e delle società di revisione legale e sono in possesso dei requisiti prescritti dalle vigenti disposizioni di legge e dello Statuto sociale.

La cultura del controllo e di gestione del rischio

Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi

Il Gruppo, in coerenza con i principi del Codice Etico, si è impegnato a sviluppare processi organizzativi atti a garantire una gestione oculata e responsabile dell'impresa.

Il Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, definito dalle "Direttive SCI" (Direttive in materia di controllo interno e gestione dei rischi) adottate e periodicamente aggiornate dal C.d.A., comprende regole, procedure e strutture organizzative idonee ad effettuare un controllo effettivo sia sulle scelte strategiche del Gruppo che sul suo operato, ed è inoltre articolato su più livelli.

Il Consiglio di Amministrazione ha la responsabilità ultima del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del quale deve assicurare la costante completezza, funzionalità ed efficacia. In questo ambito, il Consiglio approva, fra l'altro, l'assetto organizzativo, nonché l'attribuzione di compiti e responsabilità alle unità operative, assicurando che sia attuata una appropriata separazione delle funzioni; definisce inoltre, con l'assistenza del Comitato Controllo e Rischi, le linee di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, valutandone annualmente l'adeguatezza, l'efficacia e l'effettivo funzionamento.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità di vigilare sulla completezza, funzionalità ed adeguatezza della struttura organizzativa, amministrativa e contabile adottata e del complessivo Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, ed è tenuto ad accertare l'adeguatezza di tutte le funzioni coinvolte nel sistema stesso.

I Comitati consiliari sono costituiti in seno al Consiglio di Amministrazione della Capogruppo con funzioni consultive e propositive e ricoprono un ruolo nel Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi con particolare riguardo ai rapporti con le Funzioni di Audit, Risk Management e Compliance.

L'Organismo di Vigilanza ("ODV") ha il compito di vigilare sul funzionamento e sull'aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ("MOG") che è un sistema strutturato ed organico di prevenzione, dissuasione e controllo finalizzato a sviluppare nei soggetti (amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori) che, direttamente o indirettamente operano nell'ambito di attività sensibili, la consapevolezza di poter determinare, in caso di comportamenti illeciti, conseguenze sanzionatorie non solo per se stessi, ma anche per le Società del Gruppo Unipol. In particolare, nella Parte Speciale 2 del MOG sono evidenziati i principi di comportamento di carattere generale (che si applicano agli organi sociali e ai dipendenti in via diretta ed ai collaboratori in forza di apposite clausole contrattuali) e i principi di comportamento specifici per prevenire compimento dei reati nei rapporti con la Pubblica Amministrazione tra



i quali sono ricompresi quelli di natura corruttiva. Tra i compiti affidati all'ODV, si segnala, inoltre, la verifica dei programmi di formazione del personale. Complessivamente, il programma formativo rivolto ai dipendenti, nel 2015 si è articolato in:

- corso di formazione a distanza ("FAD") relativo al Decreto 231 ed al MOG ("Corso MOG") erogato attraverso la piattaforma Unipol Web Academy a beneficio dei dipendenti e degli agenti di UnipolSai, nonché dei loro collaboratori;
- incontri con i soggetti c.d. Apicali - piano di incontri specifici con le prime linee, i loro primi riporti e i *Risk Taker* (direttori generali, dirigenti con compiti strategici e responsabili, nonché il personale di livello più elevato delle funzioni di controllo interno e le altre categorie del personale la cui attività può avere un impatto significativo sul profilo di rischio dell'impresa);
- formazione d'aula - piano formativo per la prevenzione dei reati di c.d. Market Abuse per i dipendenti iscritti, in via permanente, nel Registro istituito ai sensi della Procedura per la Comunicazione e Diffusione delle informazioni Privilegiate, adottata in ottemperanza alla normativa vigente.

Tale piano proseguirà nel 2016 anche con una specifica formazione d'aula, rivolta ai dipendenti delle cosiddette "aree sensibili", avente ad oggetto formazione specifica inerente ai rischi/reati identificati ad esito delle attività di analisi e di mappatura.

Per ulteriori dettagli sul MOG si rimanda al seguente link <http://www.unipol.it/Corp/Governance/Pagine/MOG.aspx>

L'Amministratore Incaricato, individuato nello stesso Presidente dal Consiglio di Amministrazione, assolve le seguenti funzioni e facoltà:

- a) cura l'identificazione dei principali rischi aziendali, tenendo conto delle caratteristiche delle attività svolte dalla Società e dalle sue controllate, sottoponendoli periodicamente all'esame del Consiglio di Amministrazione;
- b) dà esecuzione alle linee di indirizzo definite dal Consiglio di Amministrazione, curando la progettazione, realizzazione e gestione del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, e verificandone costantemente l'adeguatezza e l'efficacia;
- c) si occupa dell'adattamento di tale sistema alla dinamica delle condizioni operative e del panorama legislativo e regolamentare;
- d) può chiedere alla Funzione Audit lo svolgimento di verifiche su specifiche aree operative e sul rispetto delle regole e procedure interne nell'esecuzione di operazioni aziendali, dandone contestuale comunicazione all'Amministratore Delegato, al Presidente del Comitato Controllo e Rischi e al Presidente del Collegio Sindacale;
- e) informa tempestivamente l'Amministratore Delegato, il Comitato Controllo e Rischi (o il Consiglio di Amministrazione) in merito a problematiche e criticità emerse nello svolgimento della propria attività o di cui abbia avuto comunque notizia, affinché l'Amministratore Delegato, ovvero il Comitato (o il Consiglio) possano prendere le opportune iniziative;
- f) formula, sentito il Collegio Sindacale, al Consiglio di Amministrazione le proposte in merito alla nomina o alla sostituzione dei responsabili delle Funzioni Audit, Compliance e Risk Management, nonché alla remunerazione dei medesimi, in coerenza con le linee guida individuate nelle politiche generali da questo ultimo deliberate, dopo aver svolto le più opportune attività di consultazione preventiva ed aver sottoposto tali nominativi al Comitato Controllo e Rischi.

L'Alta Direzione (l'Amministratore Delegato, il Direttore Generale e l'alta dirigenza che svolge compiti di sovrintendenza gestionale) supporta l'Amministratore Incaricato nella progettazione e realizzazione del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, ivi compresi quelli derivanti dalla non conformità alle norme, coerentemente con le direttive e le politiche di governo dei rischi definite dall'organo amministrativo.

In particolare, l'Amministratore Delegato, anche quale organo con funzione di gestione, cura l'attuazione degli indirizzi strategici, del RAF e delle politiche di governo dei rischi definiti dal Consiglio di Amministrazione ed è responsabile per l'adozione di tutti gli interventi necessari ad assicurare l'aderenza dell'organizzazione e del sistema dei controlli interni ai principi e requisiti delle normative regolamentari di settore, monitorandone nel continuo il rispetto.

L'attività di revisione interna (c.d. "controlli di terzo livello") consiste nella verifica sulla completezza, funzionalità, adeguatezza e affidabilità del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi (inclusi i controlli di primo e secondo livello) nonché della coerenza dell'operatività aziendale rispetto ad esso.

Tale attività è svolta dalla **Funzione Audit** che è una struttura autonoma, anche gerarchicamente, rispetto a quelle operative, che risponde al Consiglio di Amministrazione di Unipol Gruppo Finanziario e opera sotto il coordinamento dell'Amministratore Incaricato del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi. L'Audit ha il compito di valutare la completezza, la funzionalità, l'affidabilità e l'adeguatezza del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, in relazione alla natura dell'attività esercitata ed al livello dei rischi assunti, nonché le necessità di un suo adeguamento, anche attraverso attività di supporto e consulenza alle altre funzioni aziendali. Nello svolgimento dei propri compiti, la Funzione struttura la propria attività in: (i) audit di processo (assicurativi, gestionali, finanziari,

IT e bancari), (ii) redazione delle relazioni previste dalla normativa, (iii) verifiche di compliance/ispettive sulle agenzie assicurative, sulle filiali bancarie, sui promotori finanziari e sui servizi di liquidazione (iv) verifiche sulle frodi interne dei dipendenti, fiduciari e soggetti appartenenti alle reti commerciali.

Come previsto dal piano di audit, la Funzione è stata coinvolta nel corso del 2015 in 120 attività (tra audit di processo e altre attività di verifica). Nel periodo la Funzione ha altresì svolto tutte le numerose attività amministrative e di legge previste dal piano. Per quanto riguarda le verifiche ispettive, sono stati effettuati i seguenti interventi: 389 sulla rete commerciale assicurativa, 307 interventi sulla rete commerciale di Unipol Banca, 35 ispezioni sulle reti liquidative e 46 verifiche anti-frode. Tutte le criticità emerse dagli audit di processo sono state condivise con il management, il quale si è impegnato nella sistemazione delle stesse, indicando responsabili e scadenze. La Funzione Audit effettua periodicamente il monitoraggio dello stato delle sistemazioni e verifica l'effettiva implementazione delle azioni correttive tramite interventi di follow-up.

I Controlli sui rischi e sulla conformità (c.d. "controlli di secondo livello") hanno l'obiettivo di assicurare, tra l'altro:

- la corretta attuazione del processo di gestione dei rischi;
- la realizzazione delle attività a loro affidate dal processo di gestione dei rischi;
- il rispetto dei limiti operativi assegnati alle varie funzioni;
- la conformità alle norme dell'operatività aziendale.

Le funzioni preposte a tali controlli sono distinte da quelle operative; esse concorrono alla definizione delle politiche di governo dei rischi e del processo di gestione dei rischi. Appartengono a questo livello:

La Funzione Risk Management ha il compito di assicurare una valutazione integrata dei diversi rischi a livello di Gruppo, supportando il Consiglio di Amministrazione, l'Amministratore Incaricato e l'Alta Direzione nella valutazione del disegno e dell'efficacia del sistema di gestione dei rischi, evidenziando eventuali carenze e suggerendo le modalità con cui risolverle.

Il Risk Management svolge tale attività all'interno del processo *Own Risk and Solvency Assessment* (ORSA), assicurando un coordinamento delle attività svolte dalle diverse strutture aziendali legate alla gestione dei rischi.

Nel corso del 2015, la Funzione Risk Management ha portato avanti le attività di adeguamento alla nuova normativa Solvency II in vista della sua entrata in vigore a partire dal 1° gennaio 2016. In particolare, il Risk Management ha proseguito le attività, tuttora in corso, volte al completamento della fase di *pre-application* del Modello Interno Parziale, propedeutica all'avvio del processo autorizzativo vero e proprio, mediante una fase di interlocuzione con IVASS volta ad un approfondimento graduale dei vari aspetti del Modello Interno Parziale, attuata anche tramite visite on site e, verifiche di follow-up presso l'Impresa. Il Risk Management, che ha mantenuto un costante rapporto di confronto con l'Autorità di Vigilanza, ha quindi attuato le necessarie modifiche al Modello Interno Parziale ed integrato con le analisi richieste dall'IVASS la documentazione del Modello Interno Parziale.

Inoltre, sono state completate le attività inerenti alla presentazione dell'istanza formale all'IVASS per l'utilizzo dei parametri specifici dell'impresa (*Undertaking Specific Parameters "USP"*) in sostituzione del sottoinsieme dei parametri definiti nella *Formula Standard* per il calcolo del requisito patrimoniale di solvibilità per i rischi tecnico- assicurativi Danni e Salute. A tale riguardo, l'Autorità di Vigilanza con i Provvedimenti del 2 febbraio 2016 ha rilasciato al Gruppo Unipol nel suo complesso e a UnipolSai la suddetta autorizzazione all'utilizzo, a far data dal 1° gennaio 2016, degli USP per il calcolo del requisito patrimoniale di solvibilità per i rischi di tariffazione e riservazione Danni e Salute.

Nell'ambito del processo di valutazione dell'adeguatezza patrimoniale del Gruppo, il Risk Management ha coordinato le consuete analisi quantitative periodiche attraverso l'uso di stress test utilizzando le metriche Solvency II per il Gruppo e per ciascuna compagnia, con riferimento all'esercizio 2014.

Durante il 2015 sono proseguite le attività relative al progetto per l'implementazione della reportistica di vigilanza quantitativa e qualitativa (*Quantitative Reporting Templates - QRTs*). In questa fase si è provveduto a completare l'infrastruttura informatica e le verifiche su processi e procedure ed è stata prodotta e trasmessa all'IVASS la reportistica di vigilanza Solvency II prevista nella fase di interim per il 2015.

Il Risk Management ha poi svolto l'attività di monitoraggio dei rischi e predisposto la reportistica in merito alle risultanze dei controlli eseguiti, (monitoraggio risk appetite, controllo limiti previsti dall'Investment and Liquidity Policy e dalla Credit Policy, ecc..) sottoposta, con cadenza trimestrale, all'esame del Consiglio di Amministrazione di UGF e delle Compagnie Controllate.

In relazione alla formazione, nel 2015, sono stati formati 342 dipendenti UnipolSai su temi di Risk Management, per un totale di 359 giornate/uomo (pari a 2.869 ore/uomo). In vista dell'entrata in vigore della normativa Solvency II, le attività formative si sono focalizzate soprattutto sulla struttura e sugli impatti che il nuovo regime di vigilanza prudenziale ha sul settore assicurativo e sul nostro Gruppo. A



tal proposito sono stati sviluppati due principali percorsi formativi, il primo, di carattere specialistico, rivolto a quanti sono coinvolti in prima linea operativamente ed in via continuativa all'applicazione della nuova disciplina, il secondo, di livello base, volto a proseguire la diffusione della cultura del rischio nell'intero comparto.

Il sistema complessivo di gestione dei rischi -ERM *framework* - di Gruppo include anche la gestione dei rischi emergenti e reputazionali con un approccio strategico, strettamente coordinato con il business, e di tipo proattivo. Nel corso del 2015 è proseguito il coordinamento dei lavori dell'"Osservatorio *Reputational & Emerging Risk*" ed è stato avviato un *assessment reputazionale*, in collaborazione con *Reputation Institute*, finalizzato a produrre un piano di azioni per migliorare la percezione del Gruppo presso i principali stakeholder. Per maggiori informazioni sulla *assessment* reputazionale si rinvia al capitolo "La lungimiranza nella gestione dei capitali".

La Compliance: responsabile della valutazione in merito all'adeguatezza e all'efficacia delle procedure dei processi, delle politiche e dell'organizzazione interna secondo un approccio *risk-based*, ha l'obiettivo di prevenire il rischio di non conformità, definito come il rischio di incorrere in sanzioni giudiziarie o amministrative, subire perdite o danni alla reputazione in conseguenza della mancata osservanza di leggi, regolamenti o provvedimenti delle Autorità di Vigilanza ovvero di norme di autoregolamentazione, quali statuti, codici di condotta, codici di autodisciplina; rischio derivante da modifiche sfavorevoli del quadro normativo o degli orientamenti giurisprudenziali. La funzione Compliance opera sulla base di un approccio metodologico fondato su tecniche di identificazione, valutazione, gestione e monitoraggio dei rischi di non conformità coerenti con quelle utilizzate nei processi di risk management e di audit. Tale approccio prevede i) l'identificazione e la valutazione dei rischi potenziali di non conformità; ii) la valutazione dei presidi esistenti, in termini di adeguatezza a ridurre entro limiti di accettabilità i rischi individuati; iii) la determinazione del livello di rischio residuo, attraverso l'elaborazione combinata dei risultati della valutazione del rischio potenziale e dell'adeguatezza dei controlli esistenti. Esso rappresenta pertanto una valutazione qualitativa del rischio a cui l'impresa rimane esposta a valle dei controlli in essere. Sulla base dei risultati emersi sono identificati e proposti gli interventi correttivi necessari ad assicurare il contenimento dei rischi.

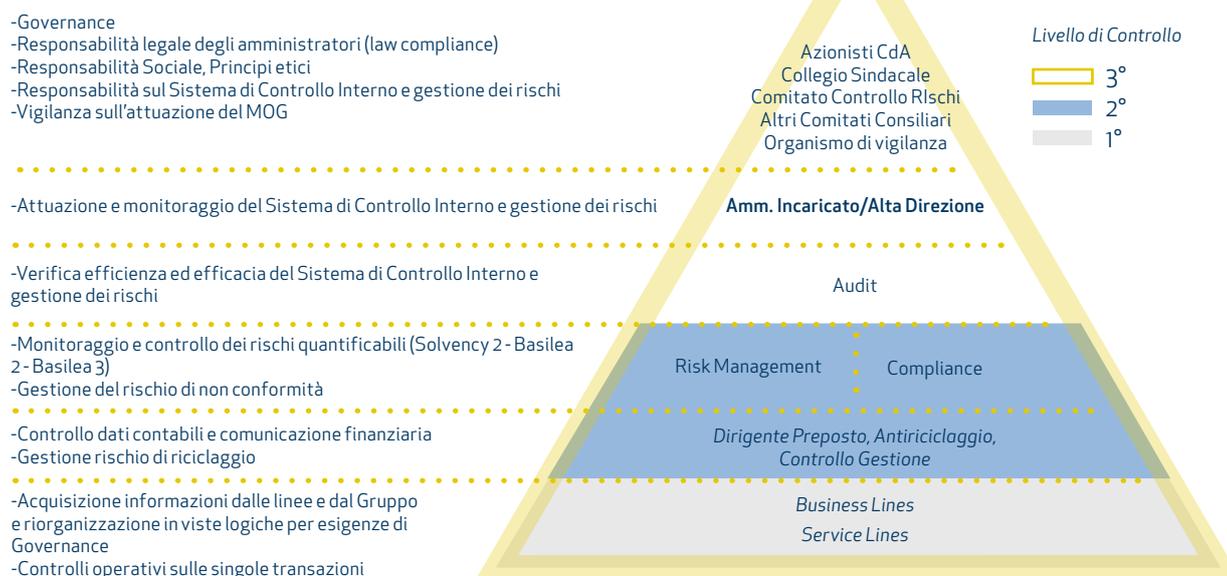
L'Antiriciclaggio è responsabile dell'applicazione della Normativa Antiriciclaggio disciplinata dal Decreto Legislativo 231/2007 (il "Decreto") che trova attuazione all'interno del Gruppo Unipol per le Imprese di Assicurazione operanti nel Ramo Vita (UnipolSai Assicurazioni, Popolare Vita, BIM Vita, Liguria Vita, Linear Life e Arca Vita), per le società del comparto bancario (Unipol Banca e Finitalia) e di *asset management* (UnipolSai Investimenti SGR). Presso tutte le Società del Gruppo Unipol destinatarie del Decreto è stata istituita un'apposita struttura preposta alla gestione del rischio di riciclaggio e di finanziamento al terrorismo. Le attività di presidio antiriciclaggio sono finalizzate a garantire il corretto adempimento di quanto previsto dal Decreto, in materia di:

- adeguata verifica della clientela;
- registrazione delle operazioni nell'Archivio Unico Informatico;
- segnalazione delle operazioni sospette di cui all'art. 41 del Decreto;
- formazione del personale in materia di antiriciclaggio e di contrasto al finanziamento del terrorismo che nel 2015 ha interessato 764 persone che operano presso le Società del Gruppo.

La figura del Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari è stata introdotta nel Testo Unico della Finanza alla sezione V-bis ("Informazione Finanziaria") dalla legge per la tutela del risparmio n. 262/05, "Disposizioni per la tutela del risparmio e la disciplina dei mercati finanziari". Al Dirigente Preposto è affidata la responsabilità di attestare con apposita relazione (da allegare al bilancio d'esercizio, alla relazione semestrale e, ove previsto, al bilancio consolidato) l'adeguatezza delle procedure amministrative e contabili per la formazione del bilancio d'esercizio e, ove previsto, del bilancio consolidato, nonché di ogni altra comunicazione di carattere finanziario diffusa dalla Società al mercato (tra cui l'informativa contabile infrannuale), oltre che la corrispondenza alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili. Il Gruppo ha inoltre implementato un modello interno di controllo a supporto del Dirigente Preposto per la verifica dell'adeguatezza e dell'effettiva applicazione delle procedure amministrative relative all'informativa contabile e finanziaria che si ispira a standard internazionali (COBIT e CoSo Framework), unanimemente riconosciuti come standard di riferimento per l'implementazione e la valutazione dei sistemi di controllo interno.

I Controlli di linea (c.d. "controlli di primo livello") sono diretti ad assicurare il corretto svolgimento delle operazioni. Essi sono effettuati dalle stesse strutture operative (es. controlli di tipo gerarchico, sistematici e a campione), anche attraverso diverse unità che riportano ai responsabili delle strutture operative, ovvero eseguiti nell'ambito delle attività di back office; per quanto possibile, essi sono incorporati nelle procedure informatiche. Le strutture operative sono le prime responsabili del processo di gestione dei rischi e devono assicurare l'osservanza delle procedure adottate per la realizzazione del processo e il rispetto del livello di tolleranza al rischio stabilito.

Modello di Risk and Control Governance



Fonte: Direttive in materia di sistema di controllo interno e di gestione dei rischi

Antifrode

Il Gruppo Unipol considera l'attività di prevenzione e contrasto alle frodi un aspetto integrante ed imprescindibile rispetto al core business; conseguentemente, l'attività Antifrode (in virtù del modello organizzativo attualmente adottato) coinvolge trasversalmente i processi aziendali nel settore assicurativo, dalla fase assuntiva a quella liquidativa e le relative strutture interessate. L'attività di prevenzione e contrasto alle frodi è articolata su due livelli:

- la Funzione Aree Speciali Sinistri, che accentra la gestione e la liquidazione dei sinistri a rischio frode, di tutte le tipologie (ad eccezione dei trasporti, assistenza, cauzioni, tutela giudiziaria e malattia), operando per tutte le Società del comparto assicurativo (eccetto Linear, Ddor Novi Sad, UniSalute e Arca e Società controllate) e segnalando ove necessario i sinistri oggetto di approfondimento alla Funzione Antifrode. Nel corso del 2015, risultano pervenute complessivamente **19.028 segnalazioni di sinistri sospetti** (circa il 60% proveniente dalla rete) che hanno portato a **9.237 contestazioni**. Rispetto ai periodi precedenti vi è stata una contrazione dei sinistri sospetti individuati automaticamente che si rivelavano poi genuini a seguito delle indagini.
- la Funzione Antifrode di UnipolSai, che effettua ulteriori approfondimenti anche finalizzati alla eventuale iniziativa penale, e dà seguito (se del caso) all'attività querelatoria, curando anche il prosieguo dei procedimenti penali ed i rapporti con le Autorità di Polizia, operando anche a tutela delle altre compagnie del Gruppo non dotate di autonoma struttura dedicata. Nel corso del 2015, la Funzione Antifrode ha complessivamente gestito 3.115 segnalazioni in ambito **assuntivo** e 5.118 segnalazioni in ambito **liquidativo**, a fronte delle quali ha effettuato verifiche su 2.524 casi e depositato 1.156 **querelle** delle quali 834 in ambito assuntivo e 322 in ambito liquidativo. Le pratiche complessivamente in gestione alla Funzione Antifrode, indipendentemente dall'anno di apertura, ammontano a circa 11.000 posizioni.

Alle attività svolte dalla Funzione Aree Speciali Sinistri e dalla Funzione Antifrode di UnipolSai si aggiungono gli approfondimenti effettuati dall'omologa struttura della società operante in Serbia, Ddor Novi Sad, che ha gestito 405 segnalazioni che hanno condotto a 196 querelle.

Relativamente al **comparto bancassurance Danni**, nel corso del 2015, Arca e Società controllate hanno complessivamente gestito **422 segnalazioni** (solo 8 in ambito assuntivo) di cui 403 riferibili a sinistri (oltre il 95% proveniente dai centri di liquidazione, il restante da ANIA) che hanno dato luogo a 252 contestazioni.

In merito ai 422 casi segnalati, il numero totale di approfondimenti effettuati è stato pari a 258. Le **querelle** presentate nel corso del 2015 sono state complessivamente 35, delle quali 4 in ambito assuntivo e 31 in ambito liquidativo.



La protezione dei dati personali

Il Gruppo Unipol ha istituito appositi presidi organizzativi, tra i quali una funzione dedicata a fornire assistenza legale in materia di privacy (la "Funzione Privacy"), al fine di garantire che il trattamento delle informazioni personali (di clienti, dipendenti e, in generale, di tutti coloro che entrano in contatto con le diverse Società parte del Gruppo) avvenga nel rispetto delle disposizioni previste dal Codice in materia di protezione dei dati personali.

La Funzione Privacy ha contribuito a definire, dal punto di vista giuridico, linee di intervento prioritario volte a garantire il rispetto degli adempimenti normativi, in particolare sul versante della sicurezza delle informazioni, dell'accesso ai dati da parte di terzi e della produzione della documentazione richiesta per legge.

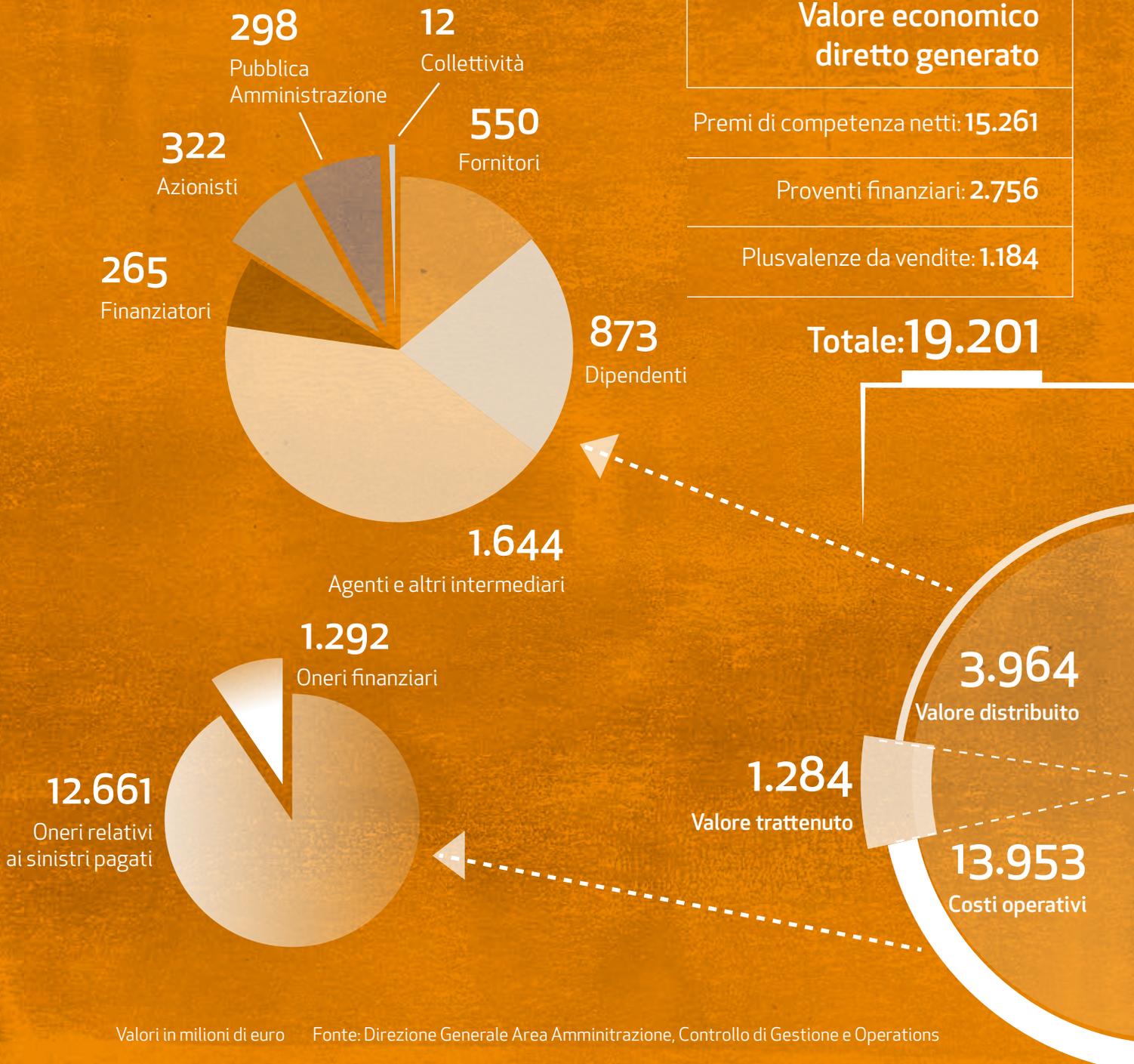
In proposito si segnalano alcune tra le principali attività svolte dalla Funzione Privacy nel 2015:

- definizione presso ogni Società del Gruppo della figura del Responsabile per il riscontro del trattamento dei dati, con il compito di riscontrare alle richieste che dovessero provenire dagli stakeholders interni ed esterni;
- predisposizione, in collaborazione con le altre funzioni aziendali competenti, del documento denominato "Documento Unico sulla Sicurezza delle Informazioni", che rappresenta le politiche aziendali in tema di misure di sicurezza (informatiche, fisiche ed organizzative) di tutte le Società del Gruppo;
- riscontro alle richieste di informazioni, avanzate da clienti e altri aventi diritto, in merito ai dati personali in possesso delle Società del Gruppo ed ai relativi trattamenti effettuati, nonché alle richieste di cancellazione o rettifica dei dati personali;
- pubblicazione delle Linee Guida di Gruppo in materia di privacy nell'ambito delle attività di promozione commerciale e marketing, nonché di pareri in merito all'utilizzo dei dati biometrici in sede di Firma Elettronica Avanzata e di utilizzo dei cookies nei siti internet delle Società del Gruppo;
- collaborazione con l'Area Risorse Umane ed Organizzazione alla redazione delle Linee Guida sull'uso degli strumenti elettronici e telematici;
- aggiornamento della Guida privacy dedicata ai Responsabili privacy delle società del Gruppo;
- organizzazione e predisposizione del corso per Incaricati e Responsabili della Videosorveglianza e del corso per gli Amministratori di Sistema.

2

La performance economica

Il valore economico diretto generato e distribuito





L'approccio di lungo termine nella definizione degli obiettivi aziendali e nelle scelte di investimento

L'esercizio 2015 rappresenta l'ultimo anno del Piano Industriale 2013-2015, che è stato principalmente focalizzato, a seguito del perfezionamento nel corso del 2012 dell'acquisizione del controllo da parte di Unipol dell'ex Gruppo Fondiaria-Sai, alla finalizzazione del progetto societario che ha portato nel 2014 alla creazione di UnipolSai S.p.A. e all'implementazione del programma di integrazione industriale.

In particolare nel corso del triennio sono stati raggiunti i seguenti risultati:

- razionalizzazione della struttura societaria, attraverso una riduzione della metà delle società del Gruppo (da più di 120 a circa 60) con un'intensa attività di iter autorizzativi;
- integrazione dei Sistemi Informatici, tramite la realizzazione di un unico Data Center IT per UnipolSai (con il completamento dell'insourcing delle attività di gestione dell'infrastruttura informatica), la razionalizzazione e convergenza del parco applicativo con sostanziale dimezzamento del numero di sistemi (da 41 a 19) a supporto dei processi assicurativi ed amministrativi, la finalizzazione del processo di migrazione dei sistemi assuntivi danni e vita (coinvolgendo circa 1.700 agenzie della ex rete FondiariaSai);
- convergenza delle sedi direzionali del Gruppo (piano avviato nel 2014, successivamente al perfezionamento della fusione) con un sostanziale dimezzamento delle sedi (da 40 a circa 20) e circa 2.000 dipendenti del Gruppo trasferiti. A questo si aggiunge l'avvio dell'attività di razionalizzazione dei centri liquidazione sinistri sul territorio;
- riorganizzazione del presidio commerciale della rete: si è superata la logica di strutturazione divisionale delle risorse commerciali e rafforzato il presidio della Compagnia sul territorio con una struttura commerciale organizzata per Distretti Territoriali;
- finalizzazione, in adempimento agli obblighi nei confronti dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, della cessione del Ramo d'Azienda costituito da 725 Agenzie e 470 dipendenti ad Allianz Italia.

Il Gruppo ha avviato nel corso del 2015 la predisposizione del nuovo Piano Industriale 2016-2018 che integrerà obiettivi e azioni di sostenibilità.

La lungimiranza nella gestione dei capitali

La lungimiranza è uno dei valori di riferimento del Gruppo, così come declinati nella Carta dei Valori, per questa ragione l'impegno a riconoscere, gestire e valorizzare tutti i capitali impiegati nel proprio modello di business è trasversale a tutte le attività del Gruppo.

Per meglio custodire e valorizzare in particolare i capitali intellettuali e relazionali si è scelto di avviare il percorso di analisi della propria catena del valore a partire dal bilancio consolidato relativo al 2013, focalizzandosi in particolare sul valore sociale ed ambientale prodotto. Nel corso del 2015 è stato attivato in azienda il gruppo di lavoro interfunzionale per lo sviluppo del Bilancio Integrato per mappare e testimoniare al meglio la capacità del Gruppo di accrescere i propri capitali. In quest'analisi vengono considerati strategici, oltre ai precedenti, il capitale finanziario e quello umano.



Catena del valore



Maggiori informazioni sulla catena del valore sono reperibili sul bilancio consolidato del Gruppo Unipol: www.unipol.it

Per garantire la salvaguardia degli stessi è stato sviluppato un processo di Gestione della Continuità Operativa (*Business Continuity Management*), secondo quanto definito dalle linee guida e regole di funzionamento dello Standard ISO 23001. Il sistema è sviluppato per ridurre il più possibile gli impatti di un evento disastroso sul business, attraverso la:

- selezione di un numero limitato di processi da mantenere “in continuità”, tramite un approccio sistematico ed analitico basato sulla *Business Impact Analysis (BIA)*;
- definizione di strategie di continuità, ovvero modalità con le quali è possibile mantenere “in continuità” i suddetti processi, anche a livello tecnologico (*Disaster Recovery*).

Il sistema di Unipol è sviluppato sia per la Holding sia per le Società del settore assicurativo, in coordinamento con il Piano di Continuità delle Società del comparto bancario e di Arca.

Gli scenari di crisi coperti dal sistema sono riferibili al capitale infrastrutturale, umano, naturale e intellettuale e identificano il modo in cui l'interruzione delle attività, a causa di un evento avverso, incide sul business dal punto di vista economico, normativo e reputazionale. In particolare sono stati analizzati i casi di distruzione o inaccessibilità di strutture nelle quali sono allocate unità operative o apparecchiature critiche; indisponibilità di personale essenziale per il funzionamento dell'Azienda; interruzione del funzionamento delle infrastrutture e/o dei servizi di base (energia elettrica, acqua, riscaldamento, linee telefoniche, reti di telecomunicazione); alterazione dei dati o indisponibilità dei sistemi informatici sia parziale che totale.

La reputazione del Gruppo

Per un'istituzione finanziaria come Unipol, operante sia nel settore assicurativo che bancario, la reputazione rappresenta un asset fondamentale, data la natura fiduciaria che contraddistingue il rapporto con la clientela.

Il Gruppo Unipol si sta impegnando a monitorare in modo sempre più strutturato i propri *driver* di reputazione e il proprio posizionamento reputazionale, al fine di gestire questa tipologia di rischio con un approccio strategico e proattivo.

Nell'ambito della Direzione Risk Management è stata istituita una funzione apposita per la gestione dei rischi reputazionali ed emergenti, al fine di:

- garantire un'adeguata tutela da tali rischi, mediante il costante allineamento tra aspettative degli stakeholder e risposte del Gruppo;
- intercettare con anticipo i fenomeni più significativi per sviluppare elementi di vantaggio competitivo.

In questo ambito è stato sviluppato un **Osservatorio sui Rischi Emergenti e Reputazionali (R&ER)** che ha visto il coinvolgimento di tutte le aree di business che, a vario titolo, si occupano della relazione con gli stakeholder del Gruppo.

L'Osservatorio consente di:

- evidenziare i temi su cui si concentrano le aspettative degli stakeholder, sintetizzando e razionalizzando le loro istanze a maggiore impatto reputazionale;
- definire i trend per le tematiche emerse in un orizzonte temporale fino a cinque anni, mediante l'utilizzo di un modello predittivo;
- identificare eventuali aree di disallineamento tra aspettative degli stakeholder e risposte attuate dal Gruppo che possono diventare fonti di rischio reputazionale ed emergente su cui intervenire mediante piani di azione ad hoc.

Nello studio condotto a febbraio 2015 da *Reputation Institute*, istituto leader a livello globale in tema di misurazione e consulenza sulla reputazione d'impresa, il Gruppo Unipol ha ottenuto un punteggio pari a 62,4 collocandosi nella fascia moderata di punteggio (60-69).

Nel corso del 2015 è stato lanciato, insieme a *Reputation Institute*, il progetto "**Landscape reputazionale**" con l'obiettivo di implementare un approccio strutturato di medio e lungo termine nella gestione della reputazione aziendale, integrandola nei propri processi di pianificazione. Questo progetto è stato il primo passo di un percorso che si pone l'obiettivo di portare il Gruppo entro il 2018 verso la fascia reputazionale forte (score 70-79).

La fase Landscape ha definito il quadro iniziale di riferimento della reputazione di Unipol presso cinque stakeholder chiave: Opinion maker, Istituzioni, Clienti, Italiani e Media. Le opinioni raccolte hanno permesso di identificare gli ambiti e i temi sui quali è opportuno mantenere un ascolto permanente e sviluppare azioni - coerenti con le attese degli stakeholder - per ridurre i potenziali rischi reputazionali, da un lato, e rafforzare le percezioni positive dall'altro.

In un quadro generale caratterizzato da scarsa differenziazione nel posizionamento percepito nel settore assicurativo-finanziario, dove gli operatori assicurativi beneficiano di maggior credito in termini reputazionali rispetto alle banche, Unipol è percepita dai suoi stakeholder come un'azienda solida, leader di mercato, che ha dimostrato nei fatti di saper mantenere le promesse, grazie alla competenza e alla correttezza del suo operato ma anche alle capacità del suo gruppo dirigente.

Accanto ai tratti di leadership, ambizione, affidabilità e competenza, emergono alcuni tratti che riconoscono a Unipol una forte capacità di vicinanza alle esigenze del cliente, unitamente a un saper essere solidali e responsabili in linea con il tratto che da sempre caratterizza Unipol nell'interpretare il proprio ruolo nella società.

Il valore economico diretto generato e distribuito

Unipol produce ricchezza contribuendo alla crescita economica del contesto sociale in cui opera: una equa distribuzione del valore generato dalla propria attività nei confronti dei propri stakeholder che gli stessi, direttamente o indirettamente, hanno contribuito a produrre, costituisce uno dei fondamenti della sostenibilità nel tempo della performance economica.

Il Bilancio Consolidato dell'esercizio 2015 del Gruppo Unipol è stato opportunamente riclassificato per identificare il valore economico diretto generato dall'attività caratteristica, che esprime il valore della ricchezza prodotta nell'esercizio 2015 e vale 19.201 milioni di euro. Quanto previsto dallo standard EC1 del Global Reporting Initiative, GRI G4, è stato adattato alla realtà di business dominante del Gruppo: i ricavi di vendita sono stati identificati con i premi di competenza che ammontano a 15.261 milioni di euro. Le altre componenti del valore



economico generato sono i proventi finanziari (2.756 milioni di euro) e le plusvalenze da vendita (1.184 milioni di euro).

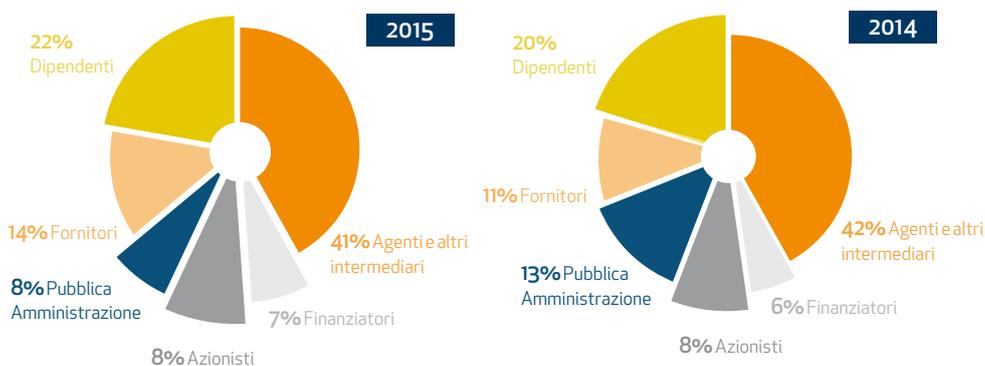
La ricchezza prodotta è stata distribuita tra i soggetti che hanno contribuito a generarla, dopo aver coperto i costi operativi legati al business principale, che sono stati identificati nei costi legati al pagamento dei sinistri (12.661 milioni di euro) e negli oneri finanziari (1.292 milioni di euro).

Il valore generato è stato quindi distribuito esternamente al Gruppo Unipol nel 2015 per 3.964 milioni di euro (nel 2014 erano 4.836 milioni di euro) a:

- i fornitori (550 milioni di euro), attraverso l'acquisto di beni e servizi;
- i dipendenti (873 milioni di euro), per quanto pagato al personale dipendente, sia in forma di costi diretti, che indiretti;
- gli agenti e gli altri intermediari (1.644 milioni di euro), con il pagamento delle provvigioni per l'acquisto e per l'incasso dei contratti;
- gli azionisti (322 milioni di euro), deliberando la distribuzione di dividendi ai fornitori di capitale proprio;
- i finanziatori (265 milioni di euro), con la maturazione degli interessi passivi spettanti ai fornitori di capitale di debito;
- la Pubblica Amministrazione (298 milioni di euro), attraverso il versamento delle imposte sul reddito di esercizio e delle altre imposte;
- la collettività (12 milioni di euro), per le erogazioni liberali, gli investimenti nella comunità e le sponsorizzazioni.

Come per l'esercizio precedente, la distribuzione del valore agli stakeholder è avvenuta in maniera equilibrata: la percentuale di distribuzione del valore alla Pubblica Amministrazione è diminuita rispetto al 2014 coerentemente con la diminuzione delle imposte correnti, e questo spiega anche gli incrementi (o i mancati decrementi rispetto alla diminuzione dei valori assoluti) delle altre percentuali di valore attribuito agli stakeholder; i valori assoluti del valore distribuito a dipendenti e agenti, in calo rispetto al 2014, sono influenzati dalla diminuzione del numero dipendenti e dei premi assicurativi di competenza.

Valore economico distribuito al netto dei costi operativi



Fonte: Direzione Generale Area Amministrazione, Pianificazione e Controllo, Operations

Sottraendo dal valore generato quello distribuito e i costi operativi otteniamo il valore trattenuto in azienda, che nel 2015 vale 1.284 milioni di euro (nel 2014 erano 2.208 milioni di euro). Il valore trattenuto all'interno del Gruppo Unipol è stato destinato alle riserve tecniche (che rappresentano i futuri impegni verso i propri clienti), ad incremento del Patrimonio Netto, ad ammortamento dei beni materiali e immateriali. Altre componenti del valore trattenuto sono riferibili a poste economiche che non sono legate al business principale del Gruppo o che non rappresentano distribuzione agli stakeholder.

La redditività delle attività del Gruppo

In un contesto caratterizzato da tensioni sui mercati finanziari e da un generale inasprimento della pressione concorrenziale nel settore assicurativo, i risultati economici del Gruppo Unipol si sono confermati positivi anche nel 2015.

Nel settore assicurativo, che contribuisce al risultato economico consolidato per 871 milioni di euro, la dinamica competitiva sulle tariffe R.C.Auto ha penalizzato la raccolta dei rami Danni, che risente anche degli effetti della cessione avvenuta nella seconda parte del 2014 del ramo d'azienda delle agenzie ex Milano Assicurazioni ad Allianz. Di contro, sul versante della sinistralità, il ramo R.C.Auto ha

registrato ancora positivi indicatori tecnici, mentre nei rami Non Auto, dopo un avvio di esercizio in cui si è risentito di ingenti danni materiali provocati da un eccezionale evento atmosferico, nel secondo semestre si è registrato un deciso miglioramento della sinistralità.

Anche la raccolta nel comparto Vita è in leggera diminuzione: in un contesto di mercato caratterizzato da bassi tassi di interesse, si è puntato a preferire una produzione di maggiore qualità ed a contenere i rischi finanziari anche in ottica Solvency II.

Il settore bancario registra un risultato positivo per euro 5 milioni a conferma di una politica di erogazione del credito ispirata a criteri di prudenza che ha comportato i primi segnali di una riduzione del credito deteriorato.

Per i settori Immobiliare e delle Altre Attività proseguono le azioni incentrate alla valorizzazione selettiva del patrimonio immobiliare e alla razionalizzazione dei costi. Si segnala il raggiungimento da parte di Atahotels di un risultato in utile di circa 2 milioni di euro, favorito dal flusso turistico verso le strutture milanesi in occasione dell'Expo.

Le politiche di investimento finanziario hanno perseguito, in un'ottica di medio lungo termine, criteri generali di prudenza preservando la qualità degli attivi in coerenza con le Linee Guida definite nell'**Investment and Liquidity Policy** di Gruppo.

L'indice di solvibilità consolidato Solvency I è pari a 1,68 volte il capitale richiesto. Il requisito patrimoniale di solvibilità è stato calcolato anche secondo la nuova normativa di vigilanza prudenziale Solvency II, per la prima volta nel 2015.

Per informazioni più di dettaglio si rinvia alla pagina Investor Relations sul sito internet <http://www.unipol.it/Investors/Pagine/InvestorHome.aspx>

Combined Ratio (lavoro Diretto)

Rami Danni	31/12/15	31/12/14
Loss ratio	65,6%	68,0%
Expense ratio	27,9%	26,7%
Combined ratio	93,5%	94,7%

Fonte: Bilancio consolidato 2015 Unipol Gruppo

Sintesi dei dati più significativi del Gruppo

Valori in milioni di euro	31/12/2015	31/12/2014
Raccolta assicurativa diretta Danni	7.883	8.969
variazione %	-12,1	-8,7
Raccolta assicurativa diretta Vita	8.593	8.915
variazione %	-3,6	27,7
di cui raccolta prodotti d'investimento Vita	951	141
variazione %	573,1	-16,2
Raccolta assicurativa diretta	16.476	17.883
variazione %	-7,9	6,4
<hr/>		
Raccolta diretta bancaria	10.015	10.261
variazione %	-2,4	-5
<hr/>		
Risultato consolidato	579	505
variazione %	14,6	168,8
<hr/>		
Investimenti e disponibilità	81.840	79.985
variazione %	2,3	7,9
Riserve tecniche	63.150	61.895
variazione %	2	8,8
Passività finanziarie	15.571	15.459
variazione %	0,7	-3,6
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	5.524	5.691
variazione %	-2,9	5,1

Fonte: Bilancio Consolidato 2015 Unipol Gruppo

Margine di Solvibilità consolidato

	31/12/15	31/12/14
Solvency I	168%	169%
Solvency II	150%	

Fonte: Bilancio consolidato 2015 Unipol Gruppo



Le politiche di investimento

Nel corso del 2015 le politiche di investimento implementate dal Gruppo Unipol hanno perseguito, in un'ottica di medio lungo termine, un criterio generale di prudenza e di preservazione della qualità degli attivi - attraverso un processo di selezione degli emittenti in funzione di criteri di diversificazione e di solidità degli stessi ponendo particolare attenzione al profilo di liquidabilità - in coerenza con le Linee Guida definite nell'**Investment and Liquidity Policy** di Gruppo.

La *duration* complessiva del Gruppo è pari a 5,42 anni, in modesto incremento rispetto ai 5,23 anni di fine 2014. Nel portafoglio assicurativo del Gruppo la *duration* del comparto Danni si attesta a 3,40 anni (3,13 a fine 2014); nel comparto Vita risulta pari a 6,3 anni (6,15 a fine 2014). La *duration* della Holding si attesta a 0,96 anni in diminuzione rispetto alla fine dello scorso anno (1,05 anni) per effetto della liquidità opportunamente detenuta in portafoglio.

Nel triennio 2013-2015, è stato mantenuto l'impegno, previsto dal Piano di Sostenibilità 2013-2015, di coniugare gli obiettivi economici e di redditività con quelli di natura sociale, ambientale e di governance (approccio ESG - *Environmental, Social and Governance*), tramite la valutazione dei singoli investimenti. La metodologia utilizzata per valutare l'effettivo livello di inclusione di criteri ed obiettivi etici e di sostenibilità nel portafoglio investimenti del Gruppo, avviene per mezzo di uno *screening* di sostenibilità trimestrale indipendente, condotto col supporto del consulente esterno ECPI S.r.l. (www.ecpigroup.com). Quest'ultima è una società indipendente specializzata nell'assegnazione di rating ESG e di costruzione di indici di sostenibilità, che analizza secondo la propria metodologia di ricerca proprietaria la performance ambientale, sociale e la solidità della struttura di *governance* degli emittenti seguendo un approccio qualitativo e quantitativo rigoroso. I criteri di esclusione alla base dello *screening* di sostenibilità sono integrati dalla valutazione sul livello di adeguatezza ai principi ESG di ogni emittente (espresso tramite un rating che ne individua lo standard minimo accettabile).

Le regole alla base dello *screening* di sostenibilità, secondo la metodologia descritta nel documento "*Regole Black List Portafoglio Proprietario*" in vigore dall'anno 2012, sono descritte di seguito:

1. Nel caso delle Aziende vengono escluse quelle che, direttamente o attraverso imprese controllate:

- producono armi non convenzionali di distruzione di massa quali bombe a grappolo, mine anti-uomo, armi nucleari, armi biologiche, armi chimiche ed altre armi controverse;
- sono coinvolte in gravi o sistematiche violazioni dei diritti umani (quali omicidio, torture, privazione della libertà) e del lavoro (quali lavoro forzato e forme di sfruttamento del lavoro minorile);
- sono coinvolte in gravi danni ambientali, non dimostrano di avere sviluppato una strategia volta alla gestione efficiente dell'impatto ambientale, non pongono attenzione alla strategia ed al management ambientale, nè all'impatto dei prodotti/processo produttivo;
- sono coinvolte in gravi episodi di corruzione e dimostrano di avere sviluppato una strategia sociale ed una struttura di governance volte alla corretta gestione dei rapporti coi diversi Stakeholder;
- sono coinvolte in attività collegate al gioco d'azzardo, in misura prevalente.

2. Nel caso dei Paesi vengono esclusi quelli che, attraverso lo studio di una serie di indicatori, dimostrano un insufficiente grado di adesione ai principi definiti dalle Nazioni Unite nello *UN Global Compact*² di rispetto dei diritti dell'uomo e dei lavoratori, dell'ambiente e la lotta alla corruzione.

Gli indicatori considerano i seguenti ambiti:

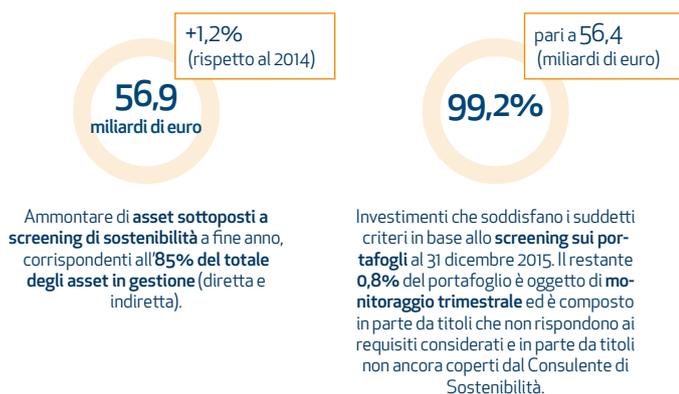
- Ambiente: ratifica dei principali trattati e accordi in materia di tutela ambientale redatti dalla UNFCCC - Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (ad esempio il Protocollo di Kyoto adottato durante Cop3 e successivi accordi, come quello firmato durante la Conferenza delle Parti Cop21) e valutazione della performance ambientale complessiva dei Paesi;
- Società: ratifica delle principali convenzioni in materia di rispetto dei Diritti dell'Uomo (ad esempio la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo delle Nazioni Unite) e dei Diritti dei Lavoratori (ad esempio le convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro);

¹ criteri di rating - per la valutazione della compliance ai principi ESG delle aziende - sono stati sviluppati coerentemente con le linee guida di "ICCR" ("Principles for Global Corporate Responsibility: Benchmarks for Measuring Business Performance") e ispirati dai principi sviluppati da organismi internazionali dedicati agli investimenti responsabili quali UN Global Compact (www.unglobalcompact.org), Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org) e UNPRI - Principi di Investimento Responsabile (www.unpri.org).

² UN Global Compact (Patto Globale) delle Nazioni Unite nasce nel 1999 per iniziativa del Segretario Generale delle Nazioni Unite Kofi Annan. È un codice etico finalizzato a promuovere l'adesione del settore privato, in particolare delle imprese, a dieci principi etici globali suddivisi in quattro aree: diritti umani, tutela dell'ambiente, diritti dei lavoratori e lotta alla corruzione.

- Governance: valutazione del contesto istituzionale di un Paese in termini di presenza di istituzioni democratiche, libertà economica, facilità di fare impresa, livello di corruzione.

Sono inoltre esclusi i Paesi classificati pubblicamente dalla ONG *Freedom House* come “not free” o “partly free” in termini di libertà civili e diritti politici.



Il **perimetro di indagine** dello *screening* di Sostenibilità comprende gli investimenti in strumenti finanziari quotati e non quotati - con esclusione degli Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio (fondi comuni di investimento istituiti e gestiti da SGR, SICAV) - inclusi gli investimenti relativi agli attivi posti a copertura di riserve tecniche, compresi gli investimenti relativi ai Fondi Pensione Aperti, ai Piani Individuali Pensionistici, alle Forme Pensionistiche Individuali, alle Unit-linked ed alle Index-linked gestite direttamente dal Gruppo.

Nella definizione della propria politica di investimenti, il Gruppo ha posto grande attenzione alla speculazione sul mercato delle **commodities agricole** (cd *soft commodities*), evidenziando che non ha investito in modo diretto o indiretto (in gestione per i propri clienti), in tale mercato.

Anche nell'ambito degli investimenti immobiliari, il Gruppo

ha posto inoltre attenzione al **land grabbing**, fenomeno che riguarda l'accaparramento di terra considerata “inutilizzata” e venduta a terzi (aziende o governi di altri Paesi) senza il consenso delle comunità che vi abitano o che la utilizzano per coltivare e produrre cibo. Si evidenzia che il Gruppo non ha investito in tale ambito. Per maggiori approfondimenti si rimanda alla sezione “Articoli tecnici” presente nella sezione Sostenibilità del sito del Gruppo Unipol www.unipol.it.

L'attività di **gestione degli attivi finanziari** adottata da Unipol Gruppo Finanziario prevede l'utilizzo di strumenti derivati, (ad esempio OTC, *Over the Counter*) così come definiti dal Regolamento ISVAP n. 36 del 31 gennaio 2011 esclusivamente per finalità di copertura, a riduzione del profilo di rischio delle attività/passività coperte ovvero ad ottimizzazione del profilo di rischio/rendimento delle stesse. Con queste finalità, il ricorso da parte di Unipol Gruppo Finanziario ai derivati OTC, cioè negoziati bilateralmente (direttamente tra le due parti), è teso a proteggere il valore del portafoglio da variazioni indesiderate nei prezzi di mercato e ad eliminare la componente asimmetrica e speculativa dello strumento dandogli una connotazione di strumento prudente. In particolare, le politiche di investimento in vigore nelle Compagnie controllate da Unipol Gruppo Finanziario prevedono che si possa effettuare la vendita di un derivato, anche se non effettuata a fini di copertura, solo se si possiede almeno in eguale ammontare il sottostante a cui sono correlati e se il derivato venduto non comporti un aumento di esposizione. Qualora non si detenga il sottostante, l'utilizzo di derivati (OTC) può essere effettuato esclusivamente in acquisto, così da determinare automaticamente la massima perdita correlata all'acquisto del derivato, che sarà il costo del derivato stesso.

Sul portafoglio Vita sono state implementate operazioni di copertura dal rischio rialzo tassi di interesse, in forma derivata, funzionali a specifiche esigenze di ALM di alcune Gestioni Separate.

Anche sul portafoglio Danni sono state implementate operazioni in derivati funzionali alla mitigazione del rischio rialzo dei tassi di interesse.

L'operatività in cambi è stata finalizzata prevalentemente alla copertura del rischio valutario delle posizioni azionarie ed obbligazionarie in essere.

L'attenzione del Gruppo Unipol agli investimenti SRI - *Sustainable and Responsible Investments* ha garantito anche nel 2015 il mantenimento di diversi investimenti che conciliano obiettivi di redditività e di gestione del rischio a rilevanti caratteristiche di sostenibilità sociale e ambientale dell'impresa in cui si investe.

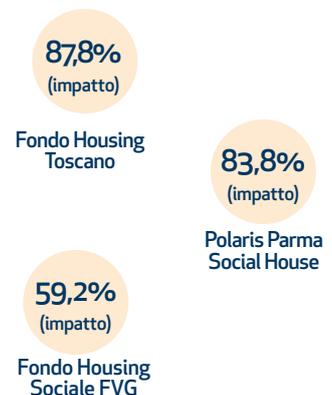


Nel corso dell'anno il Gruppo ha mantenuto gli investimenti (definiti come Investimenti Tematici³) nell'ambito del settore della **Green Economy**, dando fiducia ad alcune Società attive nel settore delle energie rinnovabili:

- Fondo Ambienta: Fondo di private equity indipendente, specializzato in investimenti in società a valenza ambientale attive nei settori delle energie rinnovabili, dell'efficienza energetica, del trattamento dei rifiuti e delle acque, ecc.;
- Fondo Energeia: Fondo immobiliare che investe prevalentemente in impianti fotovoltaici acquistati, sviluppati e gestiti per conto proprio e di terzi da Energeia Italia S.p.A, un primario operatore italiano attivo nel settore delle energie rinnovabili con un particolare focus sull'energia solare;
- Fondo F2i – Fondo Italiano per le Infrastrutture: Fondo mobiliare focalizzato nel settore delle infrastrutture in Italia, al cui interno investe per una quota di circa il 7% in energie rinnovabili;
- Andromeda Finance S.r.l.: Società a responsabilità limitata istituita con lo scopo di emettere obbligazioni garantite da asset (ABS o *Asset Backed Securities*); tali asset fanno capo ad Andromeda PV S.r.l., Società, quest'ultima, la cui attività consiste nell'ideare, costruire e gestire progetti di realizzazione di impianti fotovoltaici all'interno del territorio italiano.

Per quanto riguarda gli investimenti di interesse sociale, sono stati mantenuti gli investimenti nel settore **dell'housing sociale**, attraverso le partecipazioni nel Fondo Housing Toscano e nel fondo Polaris Parma Social House. Nel corso dell'anno il portafoglio si è arricchito con la partecipazione nel Fondo Housing Sociale FVG. Questi Fondi svolgono l'attività di sviluppo e gestione immobiliare a forte connotazione sociale, con la finalità di sostenere una nuova offerta di alloggi per coloro che non riescono a soddisfare il proprio bisogno abitativo sul mercato, sia per ragioni economiche che per assenza di un'offerta adeguata.

Secondo la classificazione delle strategie di investimento etico e sostenibile di Eurosif⁴, i suddetti fondi sono classificati come Investimenti d'Impatto⁵ (*Impact Investing*) dei quali, per trasparenza e a causa delle nuove linee guida di Eurosif, si riporta la percentuale dell'impatto effettivo (corrispondente al valore degli investimenti immobiliari⁶).



A fine 2015 l'ammontare complessivo degli investimenti che seguono strategie di investimento sostenibile e responsabile ammontava a circa **30,6 milioni di euro** (+21% rispetto al 2014).

3 Investimenti in asset che meglio colgono le opportunità dei maggiori trend collegati alla sostenibilità di lungo periodo e che guideranno il valore in tutte le industrie. Gli Investimenti Tematici contribuiscono ad affrontare le sfide sociali e/o ambientali, come il cambiamento climatico o l'esaurimento delle risorse naturali. I Fondi Tematici in particolare si focalizzano su uno o più temi come le energie rinnovabili, l'efficienza energetica, l'eco-mobilità, l'edilizia sostenibile, la gestione dei rifiuti o delle acque.

4 Eurosif (European Sustainable Investment Forum) è un'associazione internazionale senza scopo di lucro la cui missione è sviluppare la sostenibilità attraverso il mercato finanziario europeo.

5 Investimenti fatti con l'intenzione di generare impatto sociale e/o ambientale positivo insieme ad un ritorno finanziario. Gli investimenti d'impatto possono essere fatti sia in mercati emergenti che sviluppati, ed avere ritorni di mercato o al di sotto del mercato a seconda delle circostanze. Tali investimenti si focalizzano su progetti specifici e si distinguono dalla filantropia. Includono ad esempio la microfinanza, community investments, investimenti sociali, i fondi francesi *fonds solidaires* ecc.

6 Un portafoglio di investimento dovrebbe essere sempre diversificato, quindi oltre agli investimenti in immobili dedicati all'housing sociale, è necessario che sia composto dalla liquidità per fare ulteriori ed eventuali investimenti in immobili e che la stessa sia investita in modo profittevole in attivi finanziari che presentino un rischio adeguato.

La gestione responsabile della catena di fornitura

Un presidio efficace della catena di fornitura, si è reso sempre più necessario in seguito alla presenza di forti spinte derivanti sia dal Mercato che dalla volontà del Gruppo di ottenere importanti vantaggi competitivi, sia nel breve che nel lungo termine, dalla gestione adeguata e controllo dei relativi rischi.

In particolare, la fitta rete di interdipendenze delle catene di fornitura espone il Gruppo Unipol, nonostante operi principalmente nel territorio nazionale, a vulnerabilità e a rischi di natura globale, affrontate attraverso un modello di partnership di lungo periodo. Questo approccio impegna il Gruppo Unipol a orientare la relazione con i fornitori ad un continuo miglioramento delle modalità di valutazione e alla particolare attenzione alla qualità del servizio. In tale ottica, il Gruppo Unipol ha evidenziato i temi della trasparenza, correttezza e semplificazione nella relazione con i fornitori come fattori significativi per cogliere nuove opportunità di business e prevenire potenziali ambiti di rischio.

A presidio del rispetto dei principi di correttezza ed equità nella selezione e nella gestione della relazione con i fornitori, opera l'Efficiency Manager che opera con un approccio strutturato e globale alla efficienza operativa. Tale approccio trova nella variabile economica uno stimolo importante, ma affonda le sue radici nella sostenibilità ambientale e nel sostegno al territorio locale con l'obiettivo di privilegiare i partner impegnati concretamente verso temi ambientali e sociali, considerati materiali per il Gruppo. A questo proposito il Gruppo ha avviato un'attività di controllo per migliorare gradualmente le prestazioni ambientali e sociali di tutti i suoi fornitori.



62%

Incidenza della spesa destinata agli iscritti all'albo fornitori

5.770

Numero imprese con cui il Gruppo ha scambi commerciali

A fine dicembre 2015, il Gruppo ha avuto scambi commerciali con oltre 5.700 imprese. Tra queste, oltre 150 sono imprese sociali (cooperative, associazioni, fondazioni e altre strutture che offrono beni o servizi di utilità sociale).

Nell'analisi della distribuzione per categoria, si evidenzia una significativa incidenza, sia in termini numerici che di spesa, dei fornitori di servizi, con una

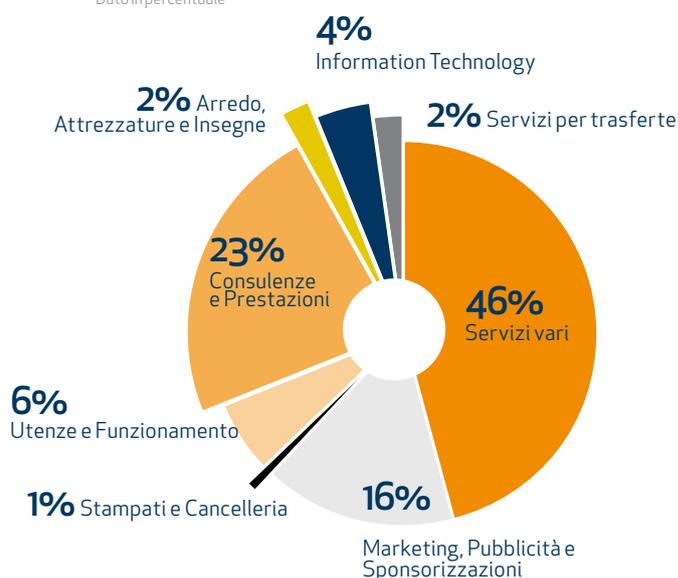
Valore complessivamente trasferito ai fornitori del Gruppo

550 milioni di euro

*Esclusa la Società estera Ddor Novi Sad per effetto di condizioni di mercato differenti e per modello di business non integrabile con il resto del Gruppo

Ripartizione dei fornitori per tipologia

Dato in percentuale



particolare predominanza della categoria Servizi Vari in cui sono state aggregate voci eterogenee come formazione, servizi telematici, spedizioni e archiviazione.

In quest'ottica, anche se poco significativi dal punto di vista del valore trasferito, si conferma il peso in termini di incidenza percentuale, della categoria Marketing, Pubblicità, Sponsorizzazioni che rappresenta il 16% dei fornitori.

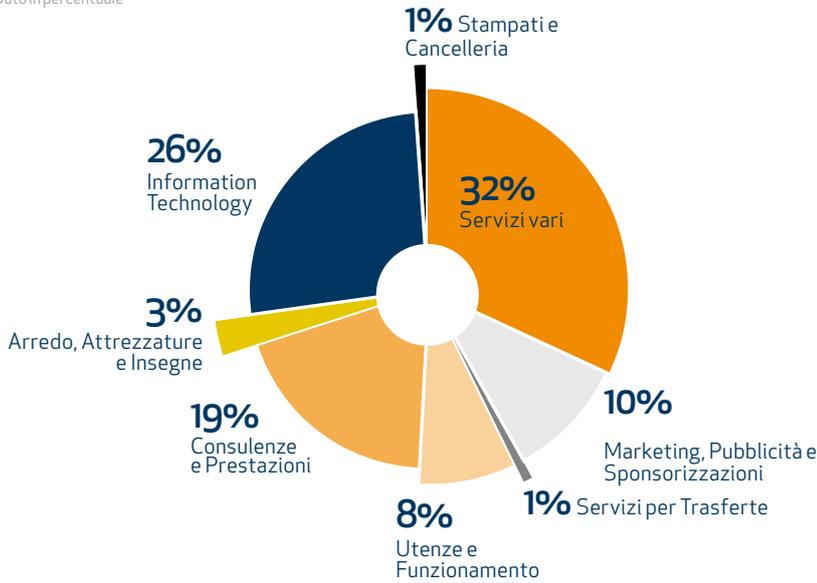
Discorso inverso per i fornitori di Beni e Servizi Informatici che sono molto meno numerosi, ma fatturano la seconda maggiore percentuale di spesa. La rilevante quota di spesa per i sistemi informativi è legata alla centralità delle tecnologie informatiche

*Il grafico non comprende la società serba Ddor Novi Sad. È presente invece il dato relativo ai fornitori del Consorzio Gruppo Fondiaria-Sai Servizi (GFSS)
Fonte: Direzione Generale Area Amministrazione, Controllo di Gestione e Operations



Ripartizione dei fornitori per valore erogato

Dato in percentuale



*Il grafico non comprende la Società Ddor Novi Sad. È presente invece il dato relativo ai fornitori del Consorzio Gruppo Fondiaria-Sai Servizi (GFSS).
Fonte: Direzione Generale Area Amministrazione, Controllo di Gestione e Operations

nello svolgimento delle attività del Gruppo. Si evidenzia, inoltre, il peso assunto nel 2015 dalla categoria merceologica delle Consulenze e Prestazioni che, come servizio ad alto valore aggiunto, si aggira sia in termini numerici che di spesa intorno al 20% sui rispettivi totali.

Rispetto agli anni passati occorre segnalare come l'incidenza dell'allargamento di perimetro alle Società diversificate e immobiliari abbia pesato in una misura pari al 15%. La spesa per questi settori è stata di circa 73 milioni di euro distribuita su circa 2.600 fornitori.

In coerenza con la politica di Unipol di generare impatti positivi nel tessuto socio-economico delle comunità in cui le Società del Gruppo operano, in termini di occupazione e promozione economica, complessivamente il 97% della spesa per forniture è effettuato in Italia (se si tenesse conto delle spese effettuate dalla Compagnia Ddor Novi Sad, la percentuale scenderebbe al 95%).

La netta predominanza nella spesa di fornitura

delle regioni in cui si trovano le sedi delle Società del Gruppo, l'Emilia-Romagna da una parte e l'area del Nordovest dall'altra, dipende dalla rilevanza che viene data nella selezione alla prossimità del fornitore.

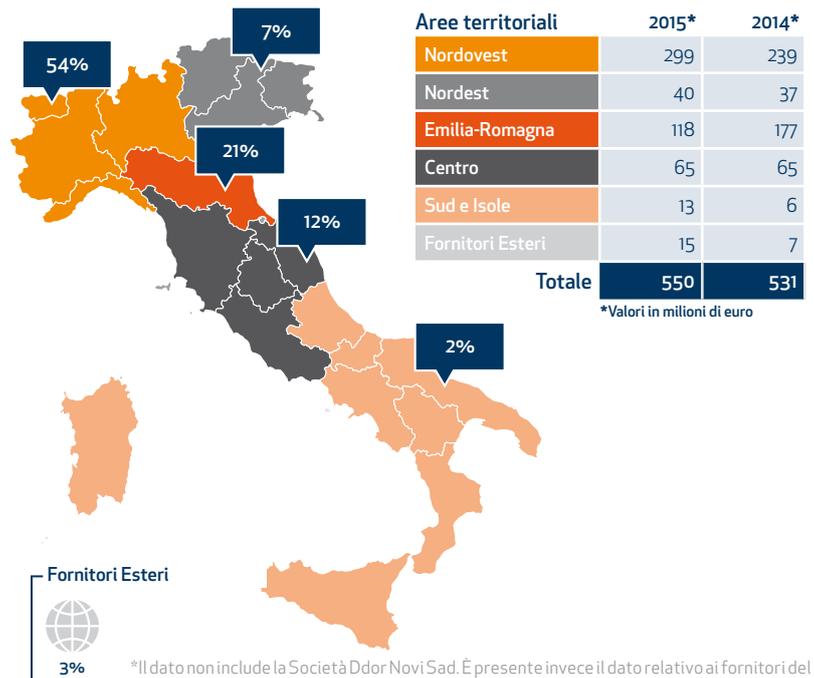
La relazione con i fornitori: trasparenza, correttezza e semplificazione

La politica degli Acquisti di Gruppo è indirizzata a favorire la creazione di valore misurabile nello sviluppo di sinergie e opportunità di integrazione nella gestione dei rischi, nel contenimento di costi e dell'impatto sociale e ambientale. L'indirizzo si applica a tutte le Società del Gruppo Unipol. Nel corso del 2015, gli Acquisti di Gruppo hanno orientato l'attività alla razionalizzazione del numero delle imprese che offrono lo stesso bene o servizio e all'ottimizzazione delle modalità logistiche distributive.

I fornitori di riferimento del Gruppo vengono regolarmente ed accuratamente censiti, monitorati e selezionati secondo una logica di partnership e di relazione di lungo termine che si concretizza nel **Portale Fornitori**.

Il Portale Fornitori evidenzia lo stato finanziario generale delle società iscritte, i partner in possesso di requisiti di carattere professionale, di capacità economico-finanziaria e capacità tecnico-organizzativa in grado di allinearsi alle politiche aziendali.

Valore erogato ai fornitori per territori*



*Il dato non include la Società Ddor Novi Sad. È presente invece il dato relativo ai fornitori del Consorzio Gruppo Fondiaria-Sai Servizi (GFSS).

Fonte: Direzione Generale Area Amministrazione, Controllo di Gestione e Operations

All'interno del Portale sono esplicitati e declinati gli impegni del Gruppo per la Sostenibilità. Tutti i *buyer* sono sensibilizzati alle esigenze di responsabilità etica e sociale negli acquisti e le integrano nelle procedure di valutazione e misurazione del fornitore improntate alla trasparenza, all'equità e all'affidabilità.

Per la gestione e la selezione, il Portale Fornitori viene supportato e accompagnato dalle piattaforme informatiche SAP e Joinet/MaNeM (Manufacturing Network Manager), attraverso cui è possibile certificare ai fornitori gli impegni assunti da Unipol e, in un'ottica di rapporto bidirezionale di partnership e chiarezza, consentire alle società partner di assumersi gli impegni nelle modalità contrattualmente stabilite e concordate.

Per quanto riguarda l'efficienza della piattaforma applicativa (SAP), il processo di pagamento dei fornitori è monitorato grazie all'integrazione del ciclo passivo di Unipol con il flusso di gestione ordini dei fornitori (MaNeM), che consente di recepire in tempi brevi tutto il materiale e le informazioni necessarie a certificare che il bene o servizio richiesto sia stato effettivamente consegnato/prestato. Questo consente una immediata contabilizzazione nel gestionale SAP, da cui scaturisce l'autorizzazione al pagamento e la conseguente chiusura contabile. Tramite questa procedura automatizzata è possibile minimizzare errori o ritardi nell'attività.

I criteri di selezione e valutazione dei fornitori

Il Portale Fornitori, realizzato su piattaforma web, costituisce un processo strutturato e chiaro di qualifica e selezione che ha l'obiettivo di diminuire i costi di gestione, ottimizzare il rapporto di collaborazione e aumentare l'integrazione e l'accesso alle informazioni con i propri *partner*.

L'iscrizione al Portale Fornitori richiede espressamente anche la presa visione del Modello di Organizzazione e Gestione, del Codice Etico, della Carta dei Valori e delle principali procedure aziendali, tra cui in particolare il processo degli Acquisti in vigore e le regole previste per i fornitori di Gruppo: per rafforzare il controllo della catena di fornitura sono state redatte *policy* interne, studiate di concerto con le altre funzioni aziendali, per l'ottimizzazione dei servizi e l'utilizzo dei beni richiesti in un'ottica di risparmio, sostenibilità etica e ambientale, centralizzazione e razionalizzazione delle forniture e dei servizi derivanti.

Il rispetto di tali principi costituisce per Unipol elemento essenziale della relazione con i fornitori, in tema di responsabilità oggettiva del Gruppo Unipol, traducendosi altresì in impegni degli stessi per il contrasto di ogni forma di discriminazione, per il rispetto delle misure anticorruzione adottate, delle normative sulla sicurezza sul lavoro, delle leggi vigenti e dei Contratti Nazionali del Lavoro, oltre ad assicurare al Gruppo le dovute tutele che regolano la materia di affidamento attività a personale/aziende esterne.

Sono presenti nei contratti precise e dettagliate clausole contrattuali sulla protezione dei lavoratori. Il rispetto degli obblighi di legge verso i propri lavoratori in materia di sicurezza del lavoro (D. Lgs. 81/2008), di trattamenti retributivi e contributivi – e, nel caso si impieghino cittadini di Paesi Terzi, la dichiarazione che siano muniti di regolare permesso di soggiorno (art.25-duodecies D. Lgs. 231/2001) – sono normati dagli appositi articoli dei singoli contratti sottoscritti con le singole società di fornitura, in quanto il testo standard utilizzato in tali contratti prevede l'impegno da parte della società fornitrice a farsi carico degli obblighi di legge sopra descritti.

Nell'ambito del processo di qualifica, oltre a queste informazioni a garanzia della conformità normativo giuridica, della solvibilità finanziaria e delle performance qualitative, ai fornitori è richiesta la conformità al **rating di legalità** e **l'impegno per la sostenibilità**. Quest'ultimi sono dati legati al possesso di certificazioni ambientali, alla misurazione delle emissioni inquinanti, all'utilizzo di politiche aziendali non discriminanti, all'inclusione delle diversità, alla conciliazione tempi vita/lavoro e alla gestione della salute e sicurezza dei lavoratori, finalizzati a valorizzare le politiche di sostenibilità da loro già adottate. Tutti questi aspetti contribuiscono alla qualifica complessiva del fornitore.

In questo modo il Gruppo si propone di verificare il grado di sensibilità dei suoi più importanti fornitori a questi temi e incentiva una graduale presa in carico della consapevolezza ambientale e lo sviluppo di interventi conseguenti. Alla formalizzazione dell'attenzione a questi temi e ai loro impatti sulla performance dei fornitori, Unipol aggiunge la sensibilizzazione per i criteri di scelta e controllo, da parte dei fornitori stessi, lungo la catena di fornitura.



Le relazioni con le comunità di riferimento

Aderendo agli obiettivi 2030 dell'Agenda delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile, il Gruppo Unipol rafforza la volontà di gestire gli impatti economici indiretti, generati sulla società civile, dalle attività connesse e funzionali al core business.

Attraverso il monitoraggio delle condizioni economiche e sociali delle comunità e dei territori in cui opera e l'attenta gestione dei driver esterni che concorrono a determinare il valore dell'impresa, il Gruppo si sforza di attuare un'idea di protezione che va oltre alle attività caratteristiche. Questo implica contribuire a costruire una società più sicura e più coesa, vivere il proprio ruolo sociale in modo innovativo, supportando iniziative e progetti su temi considerati di valore per le comunità stesse.

Di fronte al perdurare di condizioni economiche e politiche incerte che rendono critiche le condizioni delle comunità in cui il Gruppo opera, gli strumenti scelti da Unipol, per creare un ambiente economico e sociale equilibrato, tengono in conto il dialogo e il coinvolgimento sia di partner commerciali, privati, istituzionali e del Terzo Settore. La convinzione è che insieme sia possibile sperimentare e consolidare processi di innovazione ad alto valore sociale.

Su questi ambiti, il monitoraggio dei risultati è condotto sull'ampliamento del numero di beneficiari delle attività rivolte alla Comunità che in tre anni è cresciuto del 50% superando l'obiettivo definito a inizio Piano di Sostenibilità del Gruppo Unipol 2013-2015.

Sponsorizzazioni ed elargizioni

54%

Incremento % di beneficiari su base triennale

24%

Incremento % di beneficiari su base annuale

11,8 milioni di euro

Valore complessivo dei contributi alla Comunità

216

Numero di partnership attivate con soggetti pubblici e privati

Le iniziative di valore sociale realizzate dal Gruppo sono di due tipologie: contributi a favore di soggetti non profit e sponsorizzazioni a sostegno del marchio e dell'immagine delle Società del Gruppo. I primi consistono in donazioni di denaro o in natura a favore di organizzazioni non profit per progetti occasionali o pluriennali. Le sponsorizzazioni sono, invece, scelte per promuovere il brand e supportare attività culturali, ricreative, sportive e scientifiche.

Gli obiettivi che guidano la scelta dei progetti da incoraggiare sono orientati a promuovere una crescita rispondente ai bisogni effettivi delle persone, finalizzata ad una migliore distribuzione del benessere e alla diffusione dei valori di coesione e di sicurezza sociale.

Complessivamente, le erogazioni liberali sono state pari a 2 milioni di euro, mentre le sponsorizzazioni hanno superato gli 8,2 milioni di euro.

Elemento caratterizzante dell'esercizio 2015, che ha determinato un incremento significativo nelle erogazioni liberali, è il sostegno in qualità di *main supporter* offerto al Giubileo della Misericordia che si è aperto l'8 dicembre e che proseguirà nel corso del 2016. Nell'ambito di questo evento unico di natura mondiale, il Gruppo sostiene concretamente alcuni progetti, a favore di donne e uomini che vivono in condizioni e in realtà socio economiche difficili di Paesi in via di sviluppo. Oltre all'erogazione liberale, è prevista la copertura assicurativa di tutti i volontari del Giubileo e la disponibilità di diverse soluzioni assicurative di assistenza ideate per i pellegrini in visita durante l'Anno Santo, individualmente o in comitiva, per offrire loro una protezione completa.

Il contributo alla Fondazione Unipolis è stato pari a 1,5 milioni di euro (come nel 2014), che viene impiegato secondo gli assi di intervento definiti dal proprio Consiglio di Amministrazione, ancorché in coerenza con l'indirizzo strategico in materia di sostenibilità proprio del Gruppo. Il rendiconto dell'attività della Fondazione Unipolis è pubblicato nel Bilancio di Missione, reperibile sul sito www.fondazioneunipolis.org.

Escludendo il supporto al Giubileo, rispetto all'esercizio precedente, si registra un incremento dell'8% degli investimenti sul territorio.

La contribuzione, in denaro o in natura, è disciplinata dal **Corporate Sponsorship Program** che concentra le donazioni del Gruppo su cinque aree di intervento: cultura e patrimonio artistico, ambiente, ricerca scientifica e utilità sociale, sport e tempo libero. Le risorse possono,

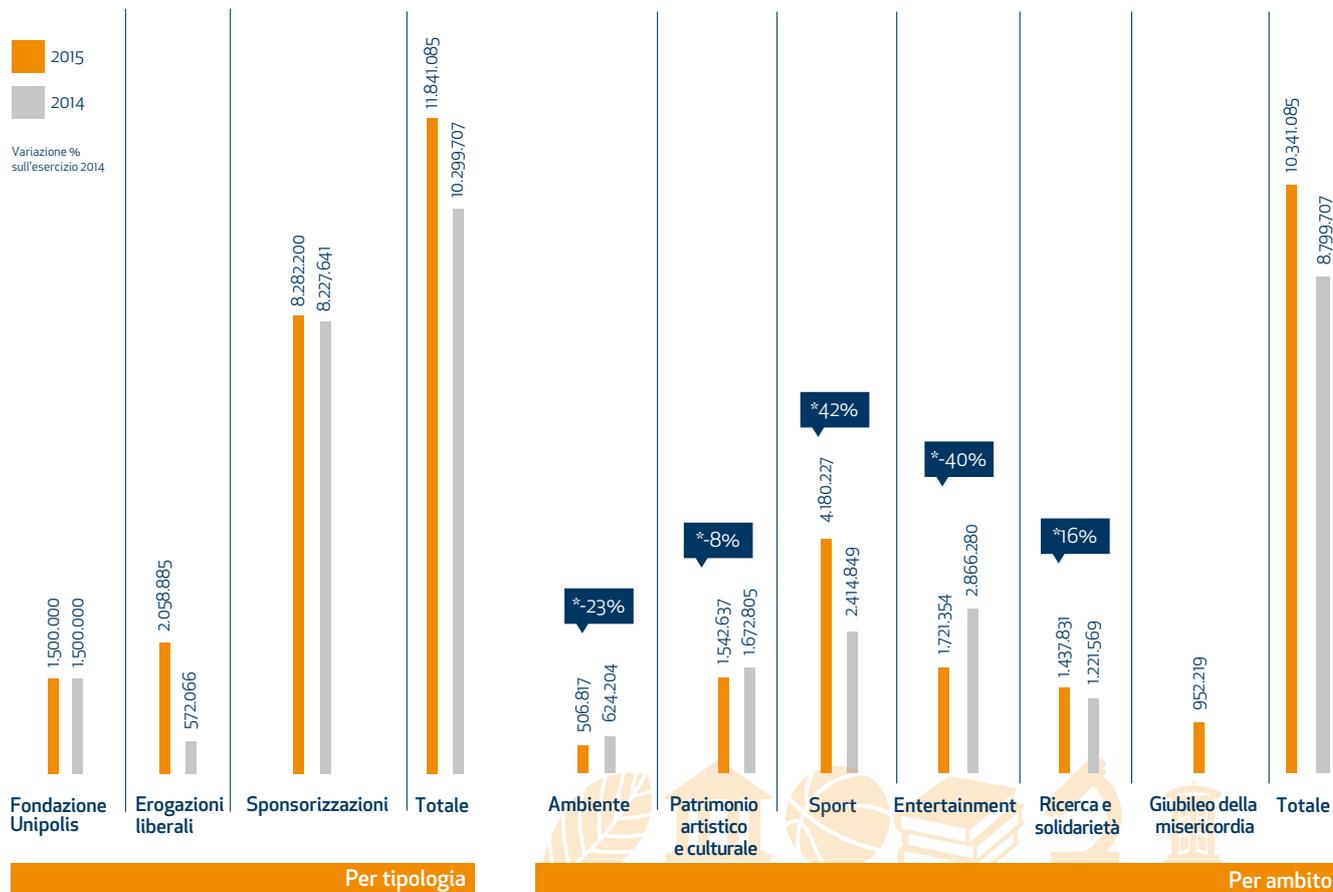
infatti, essere diversamente destinate dalle singole imprese: o ad un'unica iniziativa di ampio respiro, oppure su un tema specifico, o, ancora, ripartite tra una pluralità di interventi variamente articolati. Per un approfondimento visitare la pagina web <http://www.unipol.it/sponsorshipprogram/Pagine/default.aspx>

L'adozione del Corporate Sponsorship Program ha definito chiaramente la politica interna in tema di donazioni e sponsorizzazioni del Gruppo Unipol ed ha reso gli interventi maggiormente efficaci e facilitato il monitoraggio del processo di approvazione dei progetti da incoraggiare.

La ripartizione delle risorse secondo le aree di intervento evidenzia un significativo cambiamento nella loro destinazione: il contributo destinato allo sport aumenta del 73% per effetto dell'importante partnership con il **CONI** e con altre federazioni sportive nazionali; incrementa anche il valore destinato alla ricerca scientifica e solidarietà; sostanzialmente invariato il contributo alla cultura e patrimonio artistico, si contraggono invece gli ambiti del tempo libero e dell'ambiente.

Contributi alla comunità (per tipologia e per ambito)

Valori in euro



Fonte: Direzione Generale Area Amministrazione, Controllo di Gestione e Operations



Cultura e patrimonio artistico

Tra le principali iniziative sostenute si segnala la mostra MONET delle Collezioni del Musée d'Orsay che si è tenuta alla **Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea di Torino**.

Sempre in quest'ambito è da segnalare la sponsorizzazione di **"Magnificent"**, un innovativo percorso multisensoriale della storia della magnificenza del Rinascimento raccontata attraverso la rievocazione dei capolavori degli artisti fiorentini.

Inoltre, il Gruppo è stato parte attiva dell'area mostre del Meeting di Rimini per le quali, insieme agli organizzatori, ha pensato e sviluppato un servizio per consentire un'ampia e qualitativa fruizione delle visite guidate alle aree espositive. Tra le attività sostenute storicamente dal Gruppo, nel 2015 è proseguita la collaborazione con la **Fondazione Musica Insieme**, una delle maggiori società concertistiche italiane, con la volontà di promuovere una formula artistica originale – l'abbinamento di musica e poesia – che mira a realizzare eventi culturali di alta qualità e accessibili al grande pubblico.

A questa iniziativa si aggiunge il sostegno dato da Unipol Banca a diverse realtà culturali tra cui i teatri bolognesi Arena del Sole e Teatro Duse e il Teatro Alighieri di Ravenna.

In ambito cinematografico, il Gruppo ha confermato il proprio sostegno alla Cineteca di Bologna, istituzione dalla riconoscibilità e dal prestigio internazionale.

Infine, il Gruppo Unipol, insieme alla Fondazione Unipolis, è presente con iniziative specifiche al Festival Internazionale che si svolge a Ferrara nei primi giorni di ottobre: una kermesse di giornalismo organizzata dall'omonimo settimanale, in collaborazione con Comune di Ferrara, Provincia di Ferrara e Regione Emilia-Romagna.

Ambiente

L'impegno del Gruppo a sostegno di progetti ambientali e per realizzare accordi con partner che promuovono modelli e stili di vita sostenibili si è concentrato in particolare nelle partnership.

Di rilievo il progetto "Bellezza Italia – Tuteliamo insieme le meraviglie del Paese" realizzato con Legambiente, una campagna per attuare azioni di recupero e riqualificazione di aree degradate del nostro Paese e restituirle alla fruizione dei cittadini. Nel corso dell'anno sono stati realizzati gli interventi all'Aquila nell'Eco Villaggio Autocostruito e a Roma nel parco di Capoprati, nonché quattro progetti sostenuti all'interno della piattaforma di crowdfunding Eppela.com.

In particolare, di questa raccolta fondi hanno beneficiato i progetti presentati dai circoli Legambiente di Napoli, Sarno (Sa), Pisticci (Mt) e Cuneo finalizzati a recuperare e rendere fruibili ai cittadini aree ambientali a valore artistico, paesaggistico o faunistico, riqualificandole ed attrezzandole.

A Napoli si è concorso al restauro della chiesa sconsacrata di Cap'è Napuli, adibita ad attività socio-culturali. A Sarno è stato sostenuto il progetto "Torniamo alla fonte", che riqualificherà la passeggiata lungo le sponde della sorgente del Rio Foce, dove sarà attivato un cantiere didattico per la riqualificazione dell'area, proponendo soluzioni innovative per la tutela dell'ecosistema fluviale. Nel borgo di Pisticci, invece, è stata finanziata l'attività degli "Imbianchini di bellezza", pionieri della rigenerazione urbana dal basso: volontari che si sono alternati nella manutenzione del centro storico con l'obiettivo di fondare proprio sul suo rilancio i presupposti di un nuovo sviluppo del territorio, sostenibile e incentrato sul recupero identitario della comunità. A Cuneo, infine, è stata supportata la realizzazione dei nidi della biodiversità, per la salvaguardia del benessere animale.

È proseguita la collaborazione con **LifeGate**, il network di comunicazione che attraverso canali radio e web, promuove uno stile di vita sostenibile e la partnership per **Ecopatente**, iniziativa ideata per creare consapevolezza tra i giovani sul tema dell'ambiente e su un utilizzo ecosostenibile dell'autovettura. A fine dicembre, il corso Ecopatente, parte integrante delle lezioni teoriche di guida e totalmente gratuito sia per gli istruttori che per i patentandi, ha coinvolto 1.300 autoscuole e circa 8.000 ragazzi, il 10% in più rispetto alla scorsa, con una maggiore partecipazione distribuita nel Sud e Isole, seguita da Nord Italia.

Sport

Fra le iniziative più importanti, da segnalare la partnership con il **CONI**, coerente con la strategia del Gruppo di sostegno allo sport come veicolo di crescita e sviluppo individuale e sociale.

A supporto della partnership è stato creato il **Team Young Italy UnipolSai**, una squadra di giovani atleti, tra cui Federica Pellegrini (nuoto), Vincenzo Abbagnale (canottaggio), Eseosa Desalu (atletica leggera-velocità), Carlotta Ferlito (ginnastica artistica), Andrea Fondelli (pallanuoto), Gregorio Paltrinieri (nuoto), Alessia Trost (atletica leggera-salto in alto), alfieri dell'eccellenza e dei valori distintivi dello sport italiano nel mondo.

L'impegno per la promozione dello sport è espresso anche dalla sponsorizzazione della **Federazione Italiana Nuoto** che prevede anche una parte assicurativa con cui UnipolSai garantisce la copertura assicurativa della Federazione Italiana Nuoto, dei suoi organi centrali e periferici, delle società e dei suoi tesserati per il triennio previsto dall'accordo (2015-2017).

Per l'ottavo anno consecutivo, è proseguito il sostegno del Gruppo al settore basket dell'Associazione Sportiva **Briantea84**, da anni impegnata nello sviluppo dello sport per persone diversamente abili.

Tra le altre collaborazioni si ricordano l'accordo di sponsorizzazione della Lega Pallavolo Serie A, della Federazione Italiana Atletica Leggera (FIDAL), il sostegno al settore giovanile della Virtus Basket e quello della società di football Americano Warriors Bologna.

Tempo libero

Fra i progetti di sponsoring e di erogazioni liberali legati al tempo libero, sono di particolare rilevanza le partnership con le Organizzazioni Socie, concretizzatesi nel sostegno a convegni, incontri ed iniziative su tutto il territorio nazionale oltre a numerose iniziative di carattere locale che hanno visto coinvolte le filiali sul territorio, spesso in sinergia con le limitrofe agenzie assicurative.

Da segnalare anche le attività promosse da Linear e UniSalute: la prima per offrire a tante famiglie buoni sconto per l'acquisto di polizze auto in collaborazione con Coop Italia e Coop Voce, la seconda concentrata sul fronte della ricerca medica e della prevenzione.

Nel 2015 è inoltre proseguita la sponsorizzazione da parte di Unipol del Futureshow Station di Casalecchio di Reno (Bologna), grande e moderno complesso con spazi per eventi sportivi, culturali, aziendali e di intrattenimento che, grazie alla partnership pluriennale, ha preso il nome di **"Unipol Arena"**.

Ricerca scientifica e utilità sociale

Nell'ambito della ricerca scientifica e utilità sociale, il Gruppo ha sostenuto progetti legati al welfare, alla ricerca medico-scientifica, alle pari opportunità, alla solidarietà e alla sussidiarietà. Di particolare rilevanza la partnership con la Fondazione Banco Alimentare per sostenere la **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare 2015**. Accanto all'impegno istituzionale, sono stati coinvolti anche i dipendenti in una raccolta libera e diretta. Nel 2015, anche grazie al supporto dato da 90 dipendenti sono state raccolte nelle principali sedi quasi 4 tonnellate di generi alimentari.

Sempre in partnership con il Banco Alimentare è continuato il progetto di recupero a fini sociali dei prodotti alimentari inutilizzati della mensa di San Donato Milanese, che ha realizzato il recupero di 6.838 pasti a favore di 11 associazioni.

È proseguito per il secondo anno consecutivo, il supporto ad **AIMS** Associazione Italiana Sclerosi Multipla all'interno della campagna "La Mela di AISM" e alla **Fondazione ANT Italia Onlus**, che si adopera per assicurare assistenza gratuita alle persone malate di tumore in fase terminale e sviluppare progetti di prevenzione oncologica in tutto il Paese.

Sempre in ambito medico, è stata sostenuta la Fondazione "Crescere Insieme al Sant'Anna" con l'istituzione di due borse di studio per giovani specialisti in ginecologia e ostetricia e il supporto a studi clinici nell'ambito del nuovo reparto BREAST UNIT della Città della Scienza e della Salute di Torino.

Infine è stata attivata una collaborazione con la "Fondazione Nilde Iotti" che promuove attività di ricerca, studio e formazione sulla rappresentanza di genere, sullo sviluppo della democrazia e la riforma delle istituzioni e la partnership con l'iniziativa **Wing4Students**, competizione nazionale rivolta agli studenti di Università, Istituti Tecnici Superiori e Business School con in palio vacanze-studio all'estero, agevolazioni nell'ambito della cultura, del tempo libero e della mobilità.

Campagne sociali

Caratterizzano il rapporto con i territori anche il progetto **"Eos. Conoscere l'educazione"**, che il Gruppo ha avviato per facilitare la costruzione di consapevolezza e competenze di cittadinanza economica nelle diverse generazioni, diffondendo la conoscenza dei rischi, dei prodotti e della terminologia assicurativa.

Il progetto si declina nelle scuole attraverso il percorso "I casi della vita" articolato in maniera differente per le diverse discipline scolastiche scelte dall'istituto aderente. Nel 2015 il progetto ha coinvolto nelle regioni del Nordovest circa 600 studenti di 28 classi che hanno seguito 4 moduli formativi affiancati da moduli virtuali per consentire la trattazione di concetti e contenuti in modalità digitale e interattiva, come le esperienze personali di rischio, il processo decisionale, l'elaborazione di soluzioni e la prevenzione. Agli adulti sono invece rivolti brevi video diffusi attraverso i social media (<https://www.youtube.com/playlist?list=PLgCqnxCyhms4K60VhOP6UIRxxUYvlixX>) e gli articoli del sito <http://www.lamiafinanza.it/unipol-eos> che da una parte sintetizzano i termini da sapere, le opportunità e i rischi a cui prestare attenzione in fase di stipula del contratto, dall'altro esplorano i temi emergenti e le sfide che il settore assicurativo affronterà nei prossimi anni.



Nel complesso le pagine della sezione “Conoscere l'assicurazione” hanno contato nel 2015 oltre 10.145 persone che hanno letto tutti i 22 articoli pubblicati, mentre sono state effettuate 2,3 milioni di visualizzazioni.

Un altro impegno volto a un migliore governo delle risorse collettive, familiari e individuali, attraverso cui Unipol mira ad aumentare il livello di benessere sociale e individuale nel Paese, è la campagna per la promozione della consapevolezza e delle implicazioni del gioco d'azzardo nella società “**Per Gioco Non per Azzardo**”.

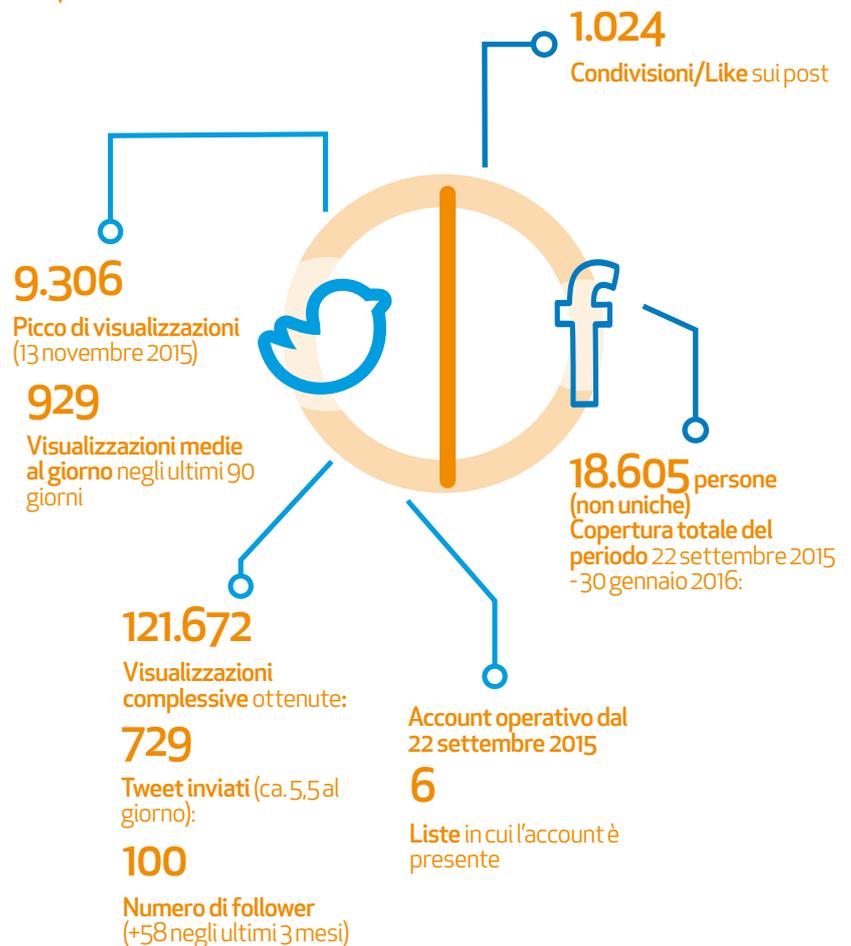
Dopo aver effettuato un'analisi di esposizione del Gruppo al tema, il 2015 è stato dedicato, in primo luogo, a diffondere consapevolezza tra le persone. A partire dalla seconda metà del 2015 è stata allestita negli spazi pubblici, nelle filiali bancarie e nelle agenzie del Gruppo, una mostra di vignette che affrontano il tema da angolazioni diverse, utilizzando l'ironia come strumento per promuovere un cambiamento culturale indispensabile. È stata avviata la partnership con Nomisma per la realizzazione di un Osservatorio sul gioco d'azzardo nei giovani, con l'indagine “Young Millennials Monitor” di Nomisma che verificherà ogni anno, con interviste a 10 mila studenti tra i 14 e 19 anni le abitudini, le motivazioni e l'approccio al gioco d'azzardo dei giovani.

A dicembre 2015, oltre 300 ragazzi delle scuole superiori hanno partecipato alla conferenza spettacolo “Fate il nostro Gioco” divertente dialogo tra un fisico e un matematico per capire quali sono i rischi del gioco d'azzardo patologico e svelare le regole, i segreti e le verità dietro l'immenso fenomeno del gioco d'azzardo in Italia.

Da segnalare inoltre che nel corso del 2016 saranno premiate e esposte in diverse città d'Italia le opere candidate al concorso “Art for U”, rivolto agli studenti di primo e secondo livello dell'Accademia di Belle Arti di Napoli, lanciato a novembre. Tutte le iniziative e le ricerche della campagna sono animate attraverso i social media di facebook <https://www.facebook.com/Per-Gioco-Non-per-Azzardo-1629275424017751> e twitter <https://twitter.com/xgioconoazzardo>.

Prosegue inoltre la collaborazione, ormai decennale, di Unipol con “**Libera. Associazioni, nomi e numeri contro le mafie**”, costituita nel 1995 per affermare i principi e la cultura della legalità contro la criminalità organizzata, per promuovere lo sviluppo economico e la coesione sociale. A questo riguardo il Gruppo fornisce supporto e contributi allo sviluppo culturale, sociale ed economico dei luoghi oppressi dalle mafie, operando sulla base dei valori dell'identità locale di ciascun luogo e della solidarietà tra comunità anche lontane. Dal punto di vista economico Unipol sostiene le cooperative che operano sui beni confiscati attraverso le campagne “Un euro per ogni nuova polizza in convenzione con le Organizzazioni Socie e per ogni nuovo conto corrente bancario”, grazie alle quali vengono versati fondi finalizzati alla creazione di imprese sui terreni sottratti alle cosche e ai clan e i cui prodotti vengono trasformati e commercializzati con il marchio “Libera Terra”. In questo modo sono stati creati centinaia di posti di lavoro pulito e giusto, soprattutto per i giovani, in contesti territoriali contraddistinti dal controllo mafioso e da altissimi indici di disoccupazione. I risultati della campagna 2015 ammontano a circa 220 mila euro, di cui 160 mila derivanti dalle nuove polizze e 57.000 da Unipol Banca per i nuovi conti correnti. Nell'arco di 10 anni, attraverso le campagne “Un euro per ogni nuova polizza in convenzione con le Organizzazioni Socie e per ogni nuovo conto corrente

Uso dei social nelle campagne sociali



<https://www.facebook.com/Per-Gioco-Non-per-Azzardo-1629275424017751> e [twitter https://twitter.com/xgioconoazzardo](https://twitter.com/xgioconoazzardo).

bancario” sono stati destinati oltre 1,7 milioni di euro alle cooperative di Libera.

A questo si aggiungono i finanziamenti agevolati alle cooperative aderenti al Consorzio Libera Terra Mediterraneo e l'apposita convenzione assicurativa, nonché la partecipazione all'Agenzia Cooperare con Libera Terra che supporta sul piano professionale le cooperative.

Particolare impegno viene poi dedicato all'opera di sensibilizzazione verso i dipendenti di tutte le Società del Gruppo, relativamente ai temi della legalità e del contrasto alle mafie. Nel corso del 2015, per il quarto anno consecutivo, il Gruppo Unipol in collaborazione con il Circolo dei dipendenti di Bologna ha rinnovato l'esperienza di volontariato E!State Liberi. A questa nuova edizione hanno partecipato 30 persone: 21 colleghi, 3 minori e 9 accompagnatori.

Infine, costituisce un importante impegno della partnership con “Libera. Associazioni, nomi e numeri contro le mafie” il continuo e costante sostegno da parte della Fondazione Unipolis con un supporto di 70 mila euro l'anno all'attività dell'associazione nelle iniziative sociali e culturali più importanti, tra cui la Giornata nazionale della memoria e dell'impegno contro le mafie.

L'impegno del Gruppo e di Unipolis per diffondere la cultura della legalità nei territori dove la crescita di consapevolezza e di socialità diventano deterrenti importanti al diffondersi delle mafie si è concretizzato quest'anno anche nel sostegno alla mostra “La luce vince l'ombra”, organizzata dal Museo degli Uffizi di Firenze a Casal di Principe nella casa confiscata a Don Peppe Diana. La mostra è stata visitata da oltre 38.000 persone, tra cui anche una delegazione di dipendenti, organizzata dal Circolo Unipol Bologna.

La Fondazione Unipolis

Oltre alla promozione della legalità, tra le attività realizzate dalla Fondazione Unipolis spiccano quelle orientate alla cultura e alla sicurezza stradale.

Tra le prime la più significativa è “**Culturability - spazi d'innovazione sociale**”. Il bando del 2015 è stato dedicato al recupero di spazi urbani abbandonati o degradati, creando occasioni di rigenerazione urbana e di sviluppo a vocazione culturale e impatto sociale. Sono stati presentati al bando 996 progetti da parte di organizzazioni non profit, imprese sociali e cooperative composte in prevalenza da giovani under 35. Al termine del percorso di valutazione, sono stati selezionati 6 progetti, ciascuno dei quali ha ricevuto 40 mila euro come contributo economico e 20 mila euro in attività di formazione e mentoring, per un totale di 360 mila euro stanziati da Unipolis. L'impegno è confermato anche per il 2016 - culturability/ rigenerare spazi da condividere - con 400 mila euro in bando per progetti culturali e sociali innovativi che riqualificano e danno nuova vita a spazi, edifici, ex siti industriali, abbandonati o in fase di transizione.

In merito alla sicurezza stradale il progetto “**Sicurstrada**” per sensibilizzare le persone sui temi della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile si articola nelle iniziative che regolarmente si svolgono sul territorio, denominate “Sicurstrada Live”, e nella gestione del portale web della sicurezza e della mobilità sostenibile www.sicurstrada.it.

Nel 2015 Sicurstrada Live è stata presente in sei regioni e in nove città italiane: Bari, Bologna, Empoli, Ferrara, Firenze, Lucca, Olbia, Senigallia, Venezia; dove sono stati organizzati in luoghi pubblici abitualmente molto frequentati momenti di approfondimento con esperti, rappresentanti dell'associazionismo sociale ed economico e delle istituzioni locali in merito ai pericoli del traffico per i giovani e alla mobilità urbana delle persone anziane. Altri incontri si sono svolti in diverse scuole.

Molto variegata e importante è l'attività che Unipolis realizza e promuove in merito a ricerche, studi, analisi, in ambito economico, sociale e culturale, in grado di cogliere i grandi processi di trasformazione in atto a tutti i livelli, sia nazionale che globale, compresi i mutamenti dei mercati e della società. Si ricorda nel 2015 la realizzazione della ricerca “Dalla Sharing Economy all'Economia Collaborativa: l'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo” e lo storico impegno con Demos per l'Osservatorio sulla sicurezza e l'insicurezza sociale.

Per una lettura complessiva di tutte le attività e dei progetti della Fondazione Unipolis si rimanda ai Bilanci di Missione della Fondazione disponibili a questo link <http://www.fondazioneunipolis.org/>

CUBO

Contribuiscono infine all'accessibilità della cultura sul territorio e al rafforzamento della coesione sociale, le iniziative promosse da CUBO – Centro Unipol Bologna attraverso cui il Gruppo racconta la propria identità, i valori e la cultura sociale, mettendo a disposizione di tutti il patrimonio di documenti, immagini e materiale storico, raccolto dal 1963 ai giorni nostri. CUBO, oltre a essere il museo multimediale di Unipol, è uno spazio aggregativo strutturato su percorsi interattivi, emozionali, animati e altamente tecnologici dove il visitatore può vivere esperienze legate alla cultura, all'arte e alla sicurezza stradale.

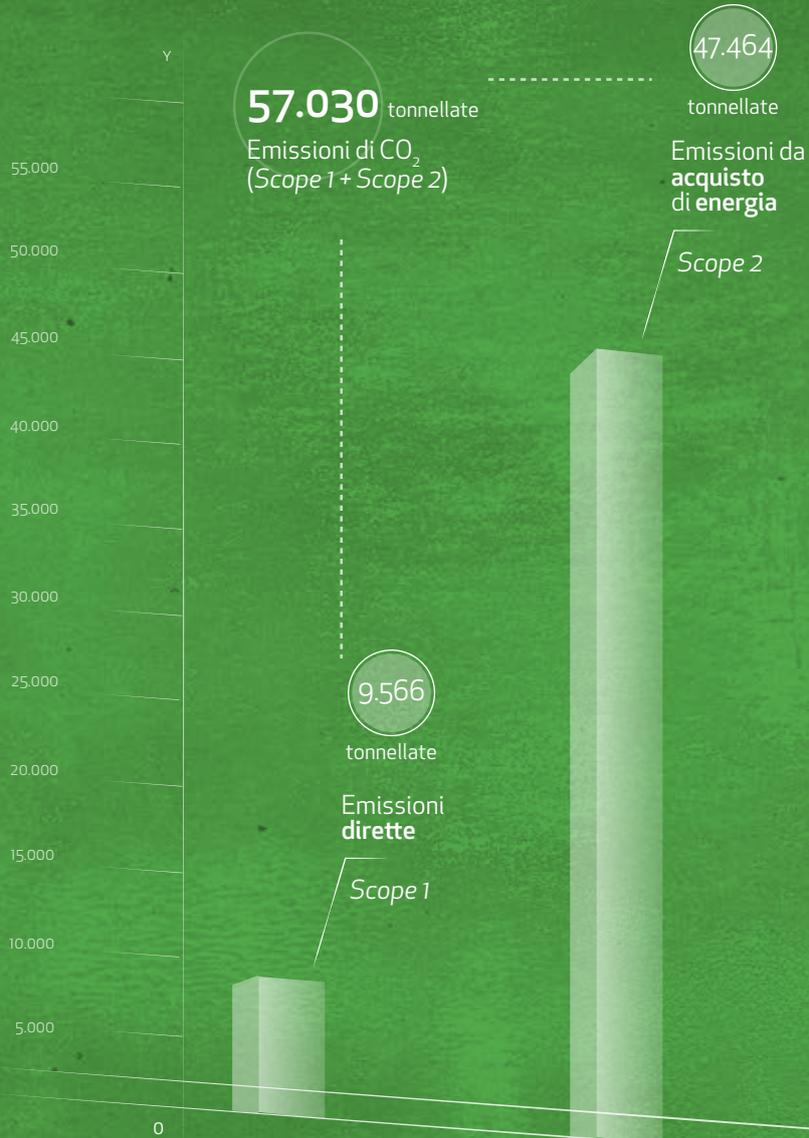


Molti laboratori sono dedicati a bambini e ragazzi per avvicinarli in modo ludico all'arte e alla cultura trasmettendo contestualmente valori di sostenibilità ed etica. Nel 2015 sono stati così ospiti di CUBO 2.200 minori, tra i quali si ricordano gli ospiti della Comunità del Carcere minorile di Bologna che hanno partecipato ad un percorso di educazione stradale dedicato.

Per gli adulti CUBO è contestualmente luogo di esposizione artistica, con mostre vocate alla valorizzazione del patrimonio di Gruppo e di artisti emergenti contemporanei, che quest'anno hanno visto 4 mostre in cartellone. CUBO è anche sede di momenti di approfondimento tematico rivolti alla città, quali il cambiamento climatico, la sharing economy, i percorsi letterari e di gusto, le proiezioni cinematografiche riservate ai dipendenti e si trasforma in estate in luogo di spettacoli e concerti del cartellone di Bè (Bologna Estate). Complessivamente hanno preso parte alle iniziative oltre 25 mila persone.

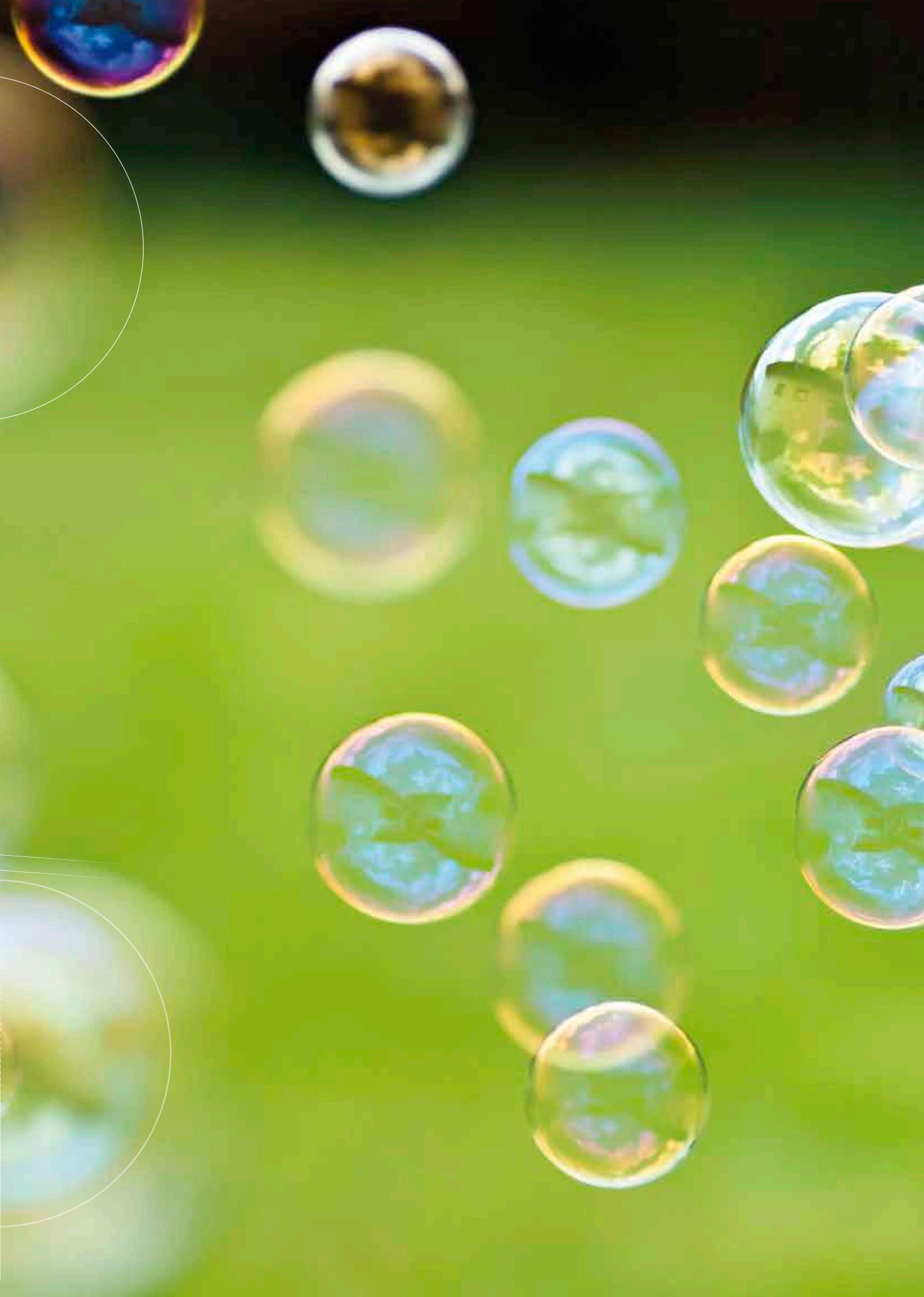
Emissioni di CO₂

Perimetro di rendicontazione 2015 - ton CO₂



3

La performance ambientale



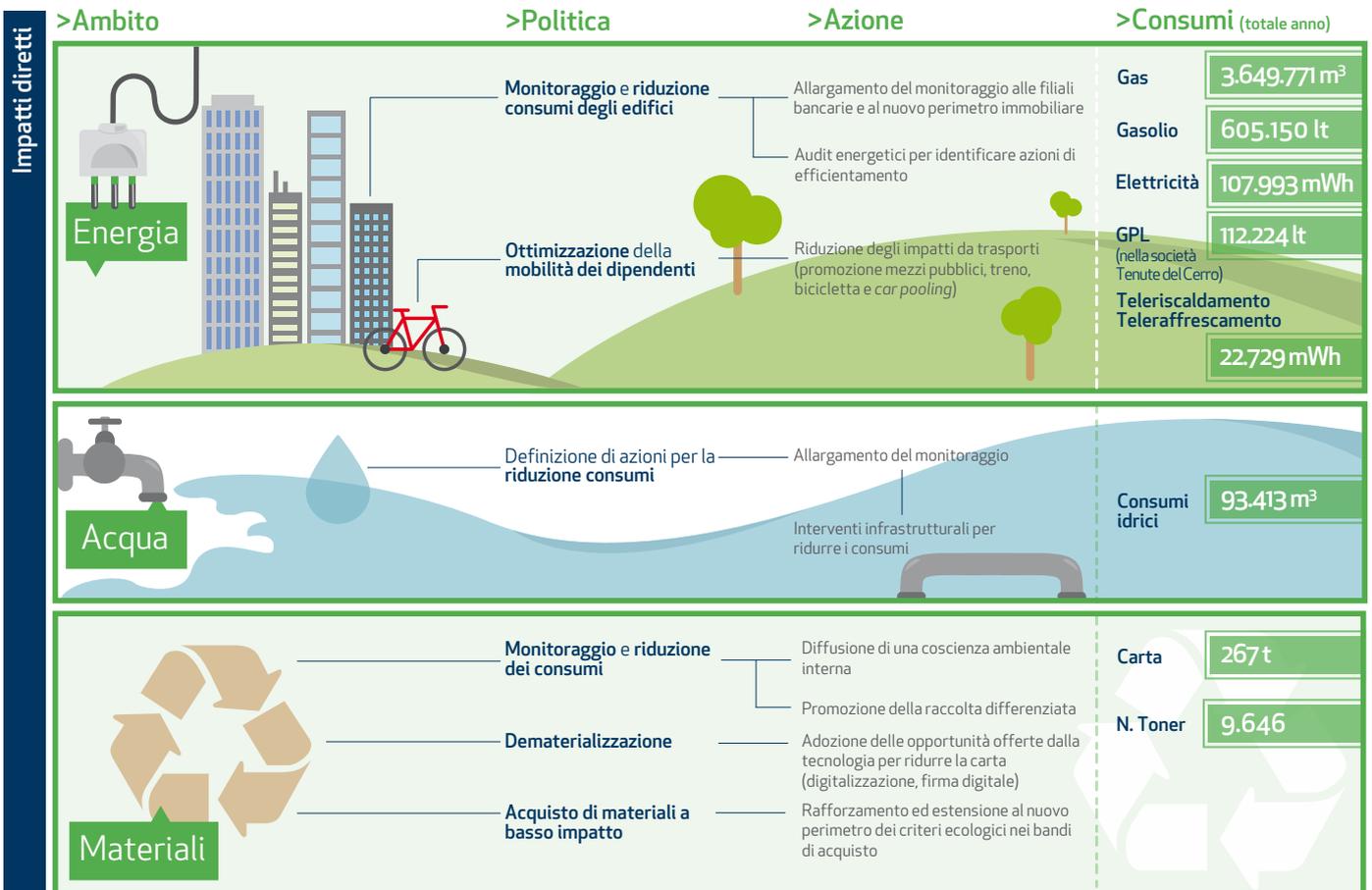
La riduzione e ottimizzazione degli impatti ambientali

L'analisi di materialità ha evidenziato che, nell'ambito della performance ambientale, risulta di priorità strategica per il Gruppo la riduzione degli impatti diretti che si generano con l'attività svolta sia nelle sedi operative che presso le filiali bancarie di proprietà. Questa visione strategica risulta in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (Sustainable Development Goals – SDGs) inerenti l'utilizzo efficiente delle risorse e la riduzione delle emissioni di CO₂. Negli anni sono stati, infatti, definiti impegni e politiche specifici per ottenere una riduzione degli impatti diretti ed indiretti sull'ambiente, da realizzare anche grazie al coinvolgimento e all'impegno di dipendenti, collaboratori e fornitori, che Unipol incentiva e supporta in questa direzione.

In merito ai consumi e alle emissioni di gas serra, la responsabilità, gli obiettivi e i relativi documenti di policy, sono distribuiti tra le varie funzioni le cui attività impattano direttamente sull'ambiente. Si tratta, in particolare, della Direzione Immobiliare (in cui opera l'Energy Manager), di quella Acquisti (in cui opera l'Efficiency Manager) e di quella delle Risorse Umane (in cui opera il Mobility Manager). Il primo ha l'obiettivo di gestire, monitorare e ridurre i consumi energetici diretti, il secondo quello di ridurre l'impronta ecologica dei propri fornitori, con particolare attenzione agli impatti più significativi nel processo produttivo, infine il terzo di elaborare strategie atte al miglioramento della mobilità urbana e all'incentivazione dell'utilizzo di mezzi alternativi all'auto privata negli spostamenti individuali. La funzione Sostenibilità coordina e supervisiona le attività ed i progetti, assicurandone la coerenza con la mission aziendale.

Il Gruppo si impegna inoltre, soprattutto nell'ambito della Direzione Servizi Informativi, ad individuare soluzioni tecnologiche innovative da implementare sia presso le proprie sedi direzionali che presso le filiali di banca e le agenzie per la riduzione degli impatti ambientali. Particolare attenzione viene posta al tema della dematerializzazione: l'obiettivo attuale è quello di estendere quanto più possibile gli strumenti di dematerializzazione finora implementati e di incrementare la digitalizzazione di nuovi servizi.

L'attività di monitoraggio ha evidenziato un trend positivo di riduzione delle emissioni dirette del Gruppo nel corso degli ultimi anni; tale andamento risulta sostanzialmente in linea con quello definito a livello europeo relativo al raggiungimento degli obiettivi di Europa 2020 sulla riduzione delle emissioni di CO₂.





L'energia e l'efficienza energetica negli edifici

L'efficienza energetica è un tema che viene presidiato in modo preciso e strutturato già da molti anni in Unipol: sono state avviate misure di governo e controllo dei consumi che garantiscono trasparenza e capacità di monitoraggio costante. In particolare, nel 2015 è proseguito il percorso per certificare la gestione dei consumi di tutti gli edifici di proprietà del Gruppo secondo lo standard **ISO 50001**, ottenendo la certificazione per 17 edifici. Per gli edifici certificati sono stati sottoscritti obiettivi quantitativi di riduzione dei consumi per il 2015, che hanno impegnato il Gruppo a ridurre del 2% i consumi di energia elettrica e termica rispetto al 2014. Nell'ambito delle attività previste dalla certificazione, in seguito alle Diagnosi Energetiche effettuate nel 2014 sui primi tre siti di Bologna via Stalingrado 37 (Porta Europa), e via Stalingrado 45 e 53, e di San Donato Milanese via dell'Unione Europea 3 (E-Tower), partendo dalle proposte di efficientamento energetico in esse contenute, sono stati effettuati interventi sulle tecnologie esistenti che favoriranno il raggiungimento degli obiettivi ISO 50001.

A questi obiettivi, che vengono verificati annualmente dall'ente certificatore, si sommano quelli di riduzione delle emissioni di CO₂ direttamente collegati e che sono riportati nel Piano di Sostenibilità. L'obiettivo di risparmio previsto in percentuale per il 2016 si conferma del 2%, sia per i consumi elettrici che per quelli termici.

Altre politiche rilevanti sono quelle volte ad incentivare comportamenti eco-sostenibili da parte dei dipendenti. In quest'ottica è stata pubblicata una comunicazione interna che descrive i comportamenti corretti da tenere in ufficio e i margini di risparmio ottenibili grazie a semplici attenzioni, al fine di sviluppare una maggiore sensibilità al risparmio energetico e alla tutela dell'ambiente.

Sul fronte del monitoraggio, la selezione degli edifici che rientrano nel perimetro è fatta sulla base del "controllo", ossia si rendicontano i consumi degli edifici su cui il Gruppo ha un controllo diretto. Ad oggi i confini di rendicontazione includono gli edifici strumentali del Gruppo, sia quelli del settore bancario e assicurativo, che quelli del settore delle Società diversificate, segnatamente di Tenute del Cerro, di Marina di Loano e di Atahotels. In particolare le filiali bancarie (oltre 250 edifici) sono monitorate tutte grazie ad un accordo con il fornitore di energia. Le agenzie assicurative, infine, non sono all'interno dei confini di rendicontazione, in quanto edifici gestiti direttamente dagli agenti e non ricadono sotto il controllo del Gruppo. Dal 2015 il 100% dell'energia fornita proviene da fonte rinnovabile grazie alla sottoscrizione dei contratti di fornitura quadro.

Complessivamente, i consumi (Energia + Acqua) non coprono ancora tutte le sedi strumentali, pur essendo in progressivo allargamento il perimetro di rendicontazione. L'energia si avvicina al perimetro completo, ma non lo copre comunque tutto.

Sono proseguite nel corso del 2015 le azioni migliorative sull'efficienza delle strutture informatiche, tra le principali fonti di consumo energetico dopo gli impianti di riscaldamento, nell'ambito delle attività di Unipol.

Il processo di **virtualizzazione dei server** è continuato nel corso del 2015 e ha permesso di ridurre ulteriormente i consumi di energia elettrica per l'alimentazione ed il raffreddamento dell'attrezzatura informatica di circa 11.764 MWh/Anno, corrispondenti a circa 4.725 tonnellate di CO₂ non emessa.

Continua inoltre il rinnovo del parco hardware delle Società del Gruppo, con 8.189 sostituzioni (6.710 pc, 471 notebook e 1.008 stampanti) effettuate nel 2015, caratterizzato da prestazioni energetiche sempre migliori. Al nuovo CED, che prevede l'unificazione di diverse strutture, prima sparse sul territorio, nella nuova sede del Pilastro, sono state completate le migrazioni dell'"host" e dell'"open" di Stalingrado/Costituzione; sono in corso invece i trasferimenti dell'"open" di Porta Europa e di San Donato Milanese, con data prevista di completamento 30 giugno 2016. Il CED ha ottenuto la certificazione Tier IV, livello più alto di garanzia che permette di far fronte a incidenti tecnici gravi senza mai interrompere la disponibilità dei server, a testimonianza del livello di innovazione e sicurezza del Centro.

La mobilità

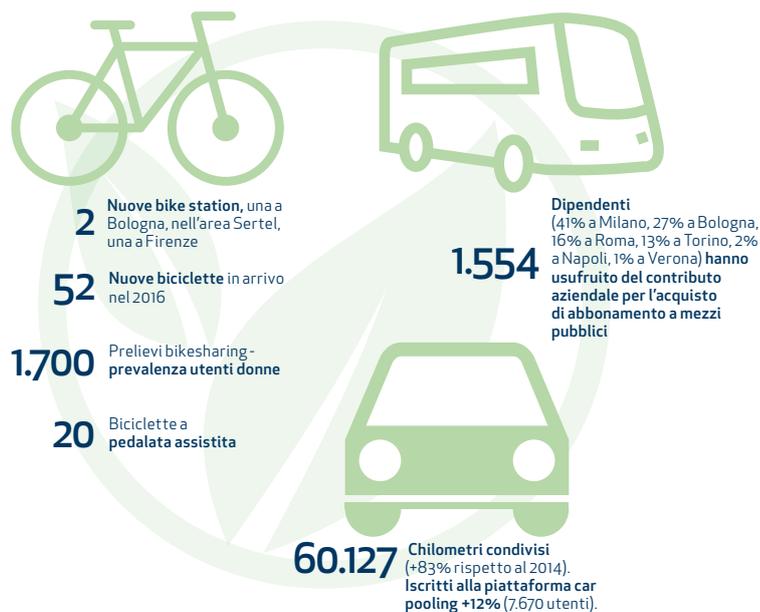
L'attenzione riservata al tema dei trasporti si rivolge sia a quelli effettuati dai dipendenti per motivi di lavoro, sia ai collegamenti casa-lavoro. Per quanto riguarda i primi, il 2015 ha visto il rinnovo della policy sulla gestione delle trasferte, che definisce le linee guida che i dipendenti devono seguire per ridurre i consumi ed ottimizzare l'utilizzo dei mezzi di trasporto durante il lavoro. Il documento prevede che le *conference call* siano preferite alle trasferte fisiche e che in caso di spostamento necessario, si faccia di preferenza uso di mezzi pubblici. In continuità con le politiche di facilitazione della collaborazione delle funzioni a distanza, anche volte a diminuire le trasferte necessarie (con relativi costi e impatti ambientali) e a migliorare la qualità della vita professionale, nel 2015 è proseguita l'attività di installazione di nuovi sistemi di **video conferenza**, introducendo 43 nuovi apparati nelle sedi del Gruppo e dismettendone 3, per un totale di 228 apparati gestiti sul perimetro totale.

Il 2015 è stato caratterizzato dalla rilevazione statistica per i dipendenti delle sedi di Bologna in merito agli spostamenti casa-lavoro. Attraverso l'elaborazione del questionario è stato avviato lo studio dei flussi di traffico di provenienza dall'area cittadina, metropolitana e regionale grazie a cui è stato possibile rilevare le abitudini di trasporto e gli orientamenti al cambio intermodale. L'indagine costituisce le fondamenta per la costruzione di un nuovo **piano organico di mobilità sostenibile** per le otto sedi di Bologna del Gruppo Unipol.

Contestualmente è in via di definizione il piano di mobilità per tutte le altre città su cui ha sede il Gruppo. Per la città di Bologna, il piano prevede l'articolazione lungo quattro direttrici che si svilupperanno nei prossimi anni: la riduzione del trasporto privato, l'incremento del ricorso al trasporto pubblico, l'identificazione di interventi di ciclo mobilità, l'investimento in infomobilità.

Tra gli strumenti già adottati, si segnala il **car pooling**, in uso dal 2011 attraverso una piattaforma on line (www.carpooling.partnerdellasostenibilita.it) che facilita l'interazione tra le persone e la condivisione degli itinerari e delle tratte. L'utilizzo del car pooling è stato incluso anche nella *travel policy* citata, proprio con l'obiettivo di diffondere la cultura di sostenibilità in tutta la popolazione aziendale. Negli ultimi anni la piattaforma è stata aperta anche ai fornitori del Gruppo che partecipano al Progetto Partner della Sostenibilità.

Ulteriore iniziativa di mobilità proseguita nel 2015 è il progetto sperimentale di **bikesharing**: a Bologna sono a disposizione dei dipendenti per gli spostamenti diurni e casa-lavoro 20 biciclette a pedalata assistita. Il successo dell'iniziativa ha convinto l'azienda, da una parte, a procedere all'acquisto di ulteriori biciclette a pedalata assistita disponibili nel 2016, dall'altra, a realizzare due nuove *bike station* a Bologna, nell'area Sertel, e l'altra a Firenze dove grazie ad una capienza di oltre 120 posti sarà possibile accogliere oltre che le biciclette a pedalata assistita, anche le biciclette dei privati. Delle nuove biciclette a pedalata assistita disponibili dal 2016, 12 saranno a Firenze e 20 a Bologna. Nella sede di Verona, sono a disposizione dei dipendenti 20 biciclette non a pedalata assistita.



In tema di infomobilità, allo scopo di incentivare i comportamenti virtuosi è stato realizzato un portale on line (Unipol ECOmobility) in cui i dipendenti del Gruppo possono trovare tutte le iniziative, i progetti e le agevolazioni ad essi dedicate, oltre ad una bacheca di informazioni collegate al tema della mobilità sostenibile e agli aggiornamenti sugli spostamenti tra le diverse sedi. Date le dimensioni e l'estensione che Unipol ha acquisito, si tratta infatti di informazioni necessarie a facilitare lo svolgimento delle attività lavorative. Infine, all'agenzia di viaggi che si occupa di prenotare i biglietti dei dipendenti è richiesto, annualmente, l'invio di un riepilogo dei chilometri percorsi, divisi per mezzo adottato, e le equivalenti emissioni di CO₂. Questo permette di monitorare al meglio gli impatti e di verificare con regolarità l'efficacia delle politiche adottate. Nel 2015 è proseguita l'iniziativa di formazione per la sicurezza stradale rivolta ai dipendenti, che comprende: il corso di base in aula (circa 300 partecipanti nel 2015), il corso *e-learning* e il corso in aula rivolto ai dipendenti più esposti, coloro che percorrono oltre ventimila chilometri all'anno (56 partecipanti nel 2015).

Per gli spostamenti casa-lavoro, l'impegno va oltre la sola sensibilizzazione: per incrementare il ricorso al trasporto collettivo, da diversi anni è attivo un sistema di incentivi economici all'uso dei mezzi pubblici che si articola in modo diverso a seconda della città e delle tipologie di abbonamenti disponibili. L'incremento degli investimenti realizzati da Unipol in tal senso avviene in coerenza con l'estensione del modello di mobilità ad altre sedi operative. Inoltre, viene riconosciuto un contributo economico al dipendente che sottoscrive un abbonamento ferroviario e contestualmente acquista una bici, oltre ad uno sconto sul prezzo di listino su qualsiasi bicicletta a pedalata assistita.

Le emissioni climalteranti

Unipol si è dotata già da alcuni anni di un sistema di monitoraggio e controllo delle emissioni di CO₂ che fa capo all'Energy Manager, in quanto la maggioranza delle emissioni deriva dai consumi energetici. L'Energy Manager opera con il coinvolgimento degli uffici Risorse Umane e Acquisti per quanto riguarda le emissioni collegate ai trasporti. Il Piano di Sostenibilità prevede una riduzione del 5% delle emissioni dirette (*Scope 1*) e del 10% delle emissioni indirette (*Scope 2*) per il triennio 2013-2015. La supervisione e la verifica



dell'avanzamento rispetto agli obiettivi viene fatta semestralmente dall'area Sostenibilità coinvolgendo le Funzioni interessate. Rispetto alla rendicontazione si è scelto già da molti anni di adottare la metodologia di calcolo prevista dalla Direttiva UE/86 del 2003, relativa all'*emission trading scheme*, e la classificazione internazionale proposta dallo standard *GHG Protocol in Scope 1, Scope 2 e Scope 3*. Questa scelta è stata dettata dalla volontà di promuovere una maggior trasparenza e comparabilità dei dati ambientali, anche in confronto con altre Compagnie, oltre a promuovere una cultura di trasparenza sui dati ambientali non così diffusa nel settore, ritenuta invece importante dal Gruppo per poter valutare a pieno la performance e la responsabilità dell'impresa.

La suddivisione in *scope* rispecchia il grado di controllo che l'organizzazione ha sulle proprie emissioni. Rientrano nello *Scope 1* tutte le emissioni dirette e puntuali di gas serra prodotte da fonti di proprietà dell'azienda. Nel caso del Gruppo Unipol, si considerano le emissioni generate dalle caldaie a gas presenti in alcuni edifici e dalle caldaie a gasolio ancora presenti in altri edifici delle Società dell'ex Gruppo Premafin. Nello *Scope 2* sono classificate le emissioni che derivano dall'acquisto di energia da fornitori esterni, per cui in questo ambito è stata contabilizzata l'energia elettrica acquistata e l'energia prodotta da teleriscaldamento.

Le materie prime e i rifiuti

La tipologia di attività svolta presso gli uffici del Gruppo comporta, in termini di consumo di materie prime, soprattutto l'utilizzo di materiali di consumo da ufficio. Per questo motivo sensibilizzare i dipendenti al rispetto dell'ambiente e promuovere un'attenzione agli sprechi può generare impatti significativamente positivi. Unipol, già dal 2011, si è dotata di policy specifiche per rendere più efficiente l'utilizzo delle materie prime, in particolare la carta.

Oltre a questa attività, l'ufficio acquisti ha adottato regole interne che prevedono una particolare attenzione alla presenza di caratteristiche di sostenibilità, garantite da appositi marchi, nelle scelte di acquisto. Tra i marchi che vengono richiesti ci sono:

- certificazione FSC (Forest Stewardship Council) ed Ecolabel per l'acquisto della carta;
- certificazione EPD (Environmental Product Declaration);
- certificazione ISO 14001.

La richiesta della certificazione FSC è ormai una prassi consolidata con una percentuale pari al 100% di carta acquistata nel 2015 con queste caratteristiche.

UnipolSai ha sviluppato e messo a disposizione dei propri agenti un sistema per l'uso della Firma Elettronica Avanzata (FEA) consentendo così, ai clienti che lo desiderano, la firma dei documenti relativi al contratto assicurativo mediante apposita stilo su una tavoletta elettronica collegata al PC di agenzia.

L'introduzione della FEA rappresenta una delle più importanti iniziative nell'ambito delle politiche di dematerializzazione del Gruppo Unipol volte alla riduzione dell'impatto ambientale e all'incremento dell'efficienza nell'uso delle risorse. Lo strumento, infatti, consente di ridurre notevolmente il quantitativo di documenti cartacei stampati nella fase della stipula di un contratto assicurativo, garantendo al contempo semplicità d'uso ed elevati livelli di sicurezza.

La progressiva estensione a tutta la rete agenziale della Firma Elettronica Avanzata, che è proseguita per tutto il 2015, ha consentito di evitare la stampa di circa 560 mila pagine. Anche in Unipol Banca verrà avviato il progetto FEA a partire da gennaio 2016.

Un'ulteriore buona pratica ambientale è stato l'arricchimento del catalogo degli Acquisti: nel 2015 il numero dei prodotti presenti sul multicatalogo ammonta a 1.994 di cui 313 prodotti green (30%). Tali prodotti sono stati identificati con una foglia verde e la relativa certificazione ambientale. I prodotti green ordinati sul multicatalogo nel 2015 ammontano a 44.371 (23%) su un totale prodotti acquistati pari a 194.960.

Continua la raccolta con modalità differenziata di: carta, toner e materiali per stampanti, lattine e plastica e rifiuti sanitari delle infermerie presenti nelle sedi del Gruppo.

99,2%
Titoli conformi ai
criteri di sostenibilità

56,9 mld €
Assets sottoposti
a screening ESG

24%
Manager Donne

1.389 ml €

Ammontare dei prodotti e servizi con
specifica valenza ambientale e sociale

10,2 mld €
Patrimonio gestito nelle
forme pensionistiche
complementari

13.391
Dipendenti

583.208
Iscritti

51%
Donne

4

La performance
sociale

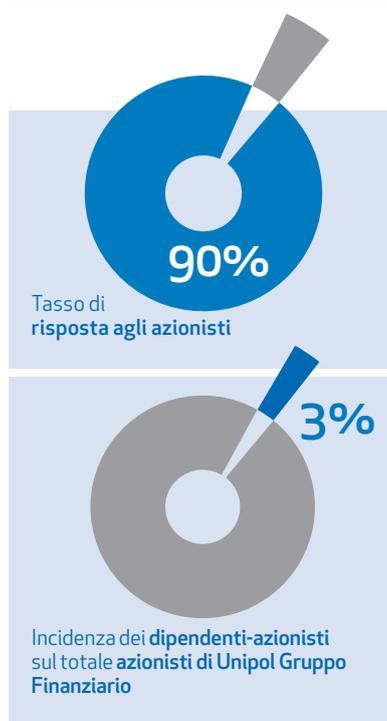


La trasparenza verso il Mercato e le Autorità

Al tema della trasparenza verso il mercato il Gruppo pone particolare attenzione producendo una comunicazione adeguata e puntuale dei dati economico-finanziari societari, nel pieno rispetto della regolamentazione in materia.

Non meno rilevante è l'obiettivo di migliorare la visibilità e l'attrattività del Gruppo nei confronti degli investitori, di garantire una diffusione paritaria e continuativa delle informazioni e favorire così una corretta valutazione degli strumenti finanziari in circolazione.

In base a queste linee guida, la struttura preposta alla relazione con gli investitori contribuisce a rafforzare sia il confronto costante con gli analisti finanziari sia il dialogo proattivo con gli azionisti e i potenziali investitori. In questo modo l'Investor Relations dà concreta attuazione ai principi di corporate governance del Gruppo definiti nel rispetto dei diritti dell'azionista e nella prospettiva del lungo periodo. Questi principi alimentano pragmaticamente l'orientamento alla partecipazione e al coinvolgimento di tutti gli azionisti.



L'attività di relazione con gli investitori, condotta in maniera univoca e trasversale tra Unipol Gruppo Finanziario e UnipolSai, nel 2015 è stata sostanzialmente in linea con quella dell'anno precedente (che aveva visto un particolare aumento dell'interesse degli investitori per gli strumenti finanziari del Gruppo, in seguito alla nascita di UnipolSai), quanto a numero di incontri svolti (*de visu* o tramite *conference call*) con investitori istituzionali e *broker*, *roadshow* e *conference*, confermando il netto incremento rispetto agli anni precedenti l'acquisizione del Gruppo Premafin/Fondiaria-Sai.

Sono stati effettuati in totale 229 *meeting* e/o *conference call* con analisti e investitori (-3% rispetto al 2014), durante i quali sono state incontrate 319 società (-14% rispetto al 2014). La maggior parte degli investitori incontrati ha sede nel Regno Unito (46%), il 15% in U.S.A., il 14% in Italia, il 22% in altri paesi europei (Francia, Germania...) e il 3% nel resto del mondo. Si è preso parte, inoltre, a 7 Conferenze pubbliche (JP Morgan, Mediobanca e UBS a Milano, BAML, Morgan Stanley e ESN/Banca Akros a Londra e Goldman Sachs a Roma) e sono stati organizzati, coadiuvati da broker specializzati, 18 roadshow (5 in Italia, 3 in UK, 2 in USA e 8 in altri paesi europei). In totale le persone incontrate sono state 391.

Sono stati, altresì, effettuati 19 incontri con analisti finanziari che coprono i titoli del Gruppo, mentre sono pressoché quotidiane le occasioni informali di contatto e scambio di informazioni con tali analisti.

Nel corso dell'anno, 10 analisti finanziari hanno coperto i titoli del Gruppo Unipol. Sono state scritte oltre 220 note sui titoli del Gruppo, studi specifici e commenti su comunicati stampa e notizie riportate dagli organi di informazione.

A fine 2015, relativamente al titolo Unipol Ordinarie, 7 analisti avevano una raccomandazione molto positiva e uno era neutrale. Non si registravano giudizi negativi. Il *target price* medio era di 5,66€.

Performance e capitalizzazione

La performance di Borsa delle azioni ordinarie Unipol è stata molto soddisfacente nel 2015: +16,2% a fronte di una capitalizzazione al 31 dicembre 2015 pari a 3.418 milioni di euro.

Il rating

Le agenzie di rating Standard & Poor's e Moody's hanno continuato il monitoraggio dei rating delle Società del Gruppo Unipol. Tale attività ha portato all'affermazione dei rating di UnipolSai, UGF e Siat. Per quanto concerne Unipol Banca, nel corso del 2015 l'agenzia di rating Standard & Poor's ha confermato i rating e modificato l'*outlook* a stabile da negativo, mentre l'agenzia di rating Moody's, nel corso del 2015, ha inizialmente posto *under review* i rating sui depositi a lungo termine a seguito all'aggiornamento della metodologia di rating delle banche e successivamente li ha confermati ponendo l'*outlook* pari a stabile. Inoltre l'agenzia ha posto *under review* per un possibile *downgrade* il rating, assegnato nel mese di giugno, del titolo obbligazionario senior con ISIN IT00051068098.



Si evidenzia che la metodologia utilizzata dalle agenzie di rating Standard & Poor's e Moody's prevede che una Compagnia operante in un solo Paese non possa avere un rating superiore a quello di quel Paese, pertanto il rating del Gruppo Unipol e delle sue controllate è ancorato a quello del Paese in cui la Compagnia opera principalmente.

Si segnala inoltre che nel corso del 2015 il Gruppo ha avviato la collaborazione con le seguenti agenzie di rating:

- AM Best, che in data 11 settembre 2015 ha assegnato per la prima volta il rating pubblico a Unipol Re;
- Dagong Europe Credit Rating, la quale in data 27 novembre 2015 ha assegnato per la prima volta i rating pubblici alle seguenti società: UGF, UnipolSai, Siat e Unipol Banca.

La sensibilizzazione alla compliance normativa

La complicata natura dei prodotti finanziari rende la correttezza e la trasparenza nel business un tema fondamentale e di rilevanza strategica connessa al grande interesse dedicato a tali argomenti da parte di tutti i principali interlocutori in ambito finanziario, e altresì alle recenti vicende che hanno interessato il Gruppo nel corso del processo di fusione con l'ex Gruppo Premafin. Il Gruppo, ispirato a best practice internazionali, mette in atto politiche e presidi organizzativi per operare sul mercato in modo conforme alla normativa italiana e straniera applicabile con particolare attenzione ai temi legati all'anticorruzione, all'anticoncussione, all'antiriciclaggio e a quelli relativi al rispetto delle politiche antimonopolistiche (Antitrust).

In Unipol, per la gestione dei rapporti con le Autorità di Vigilanza e le Istituzioni Pubbliche, sono presenti presidi organizzativi che applicano principi deontologici contenuti in strumenti di alto livello e con una vista trasversale sui diversi aspetti trattati, come nel Codice Etico; altri sono specialistici e focalizzati su materie specifiche, come quelli presenti nel Modello di Organizzazione e Gestione, nella Procedura per l'effettuazione di operazioni con parti correlate e in diverse normative interne ad hoc che formalizzano le procedure poste in essere per presidiare adeguatamente tali temi.

La prevenzione di questi reati è quindi assicurata, oltre che dalla diffusione di una cultura orientata all'attenzione alla compliance, dalla definizione e implementazione di meccanismi e strumenti di controllo per scongiurare comportamenti devianti, e dall'adeguamento tempestivo di processi e prodotti alle evoluzioni normative che gli organi sociali, i dipendenti e i collaboratori di Unipol sono tenuti a conoscere e rispettare.

13.462
Presenze ai corsi di formazione tecnica normativa

77%
Percentuale di dirigenti formati sulle politiche anticorruzione

Numero di sanzioni e importo pagato

1.707.439 € importo sanzioni pagate 2015

341

3.477.804 € importo sanzioni pagate 2014

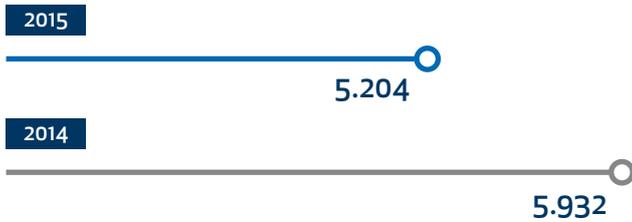
492

Al fine di garantire una visione unitaria delle comunicazioni con le Autorità di Vigilanza (IVASS, Banca d'Italia, CONSOB, COVIP, AGCM), oltre che esaustività e tempestività delle stesse, è stata istituita una funzione apposita a livello di Gruppo. Alla fine del 2011, il Gruppo Unipol ha inoltre predisposto una normativa interna per la gestione della comunicazione con le Autorità di Vigilanza applicata a tutte le Società del Gruppo. È stato formalizzato un processo integrato e strutturato per la comunicazione che le diverse strutture aziendali devono mantenere con le Autorità preposte, per garantire omogeneità nei comportamenti e la necessaria tempestività nella gestione delle richieste provenienti dalle Autorità di Vigilanza.

Le sanzioni sono prevalentemente riconducibili all'area Sinistri del comparto assicurativo, che rappresentano la quasi totalità sia in termini di frequenza (92%) che d'incidenza economica (94%).

Benché nel 2015 si rilevi nel comparto assicurativo un incremento significativo sia nel numero dei reclami (+10% per UnipolSai, la Società più rappresentativa), sia in termini di seguiti al primo reclamo (+15% per UnipolSai), e contestualmente un incremento anche delle

Numero di interventi IVASS



Fonte: Direzione Generale Area Legale, Partecipazioni e Relazioni Istituzionali

richieste d'informazione ex Reg. 35, tuttavia calano gli Interventi IVASS, così come quelli sanzionatori. Essi sono riconducibili per la quasi totalità (91%) a fattispecie recenti (ultimi 3 anni), e questo evidenzia come l'Autorità di Vigilanza, una volta interessata dal reclamo, abbia ridotto i tempi dell'attività istruttoria.

UnipolSai Assicurazioni fa registrare a fine 2015 un rapporto sanzioni/premi dello 0,037%.

Per il 2015 si evince una netta diminuzione, rispetto al 2014, sia del numero di ordinanze di ingiunzione, sia del costo medio complessivo dei procedimenti sanzionatori.

La diminuzione rilevata nel numero delle ordinanze è da attribuirsi

in parte alle modifiche all'operatività interna ad IVASS, mentre la riduzione del costo medio è dipesa dal fatto che nel 2015 sono state comminate sanzioni di importo medio minore.

Considerando tutte le sanzioni che UnipolSai Assicurazioni ha contabilizzato nel corso dell'anno, anche da soggetti diversi dalle Autorità di Vigilanza, sono preponderanti le sanzioni del comparto Danni: su un totale sanzioni contabilizzato nel 2015 pari a 2,5 milioni di euro, il 98% delle sanzioni contabilizzate sono attribuite alla gestione Danni, il 2% alla gestione non caratteristica e un importo trascurabile alla gestione Vita.

Le politiche di contrasto a corruzione e concussione

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, gli apicali, i dipendenti e i collaboratori delle Società del Gruppo sono tenuti ad osservare le modalità espone nei rispettivi Modelli di Organizzazione e Gestione ("Modelli"), nonché le procedure aziendali e di Gruppo predisposte. Il sistema di controllo, atto a prevenire i reati di corruzione e truffa a danno dello Stato o di altro ente pubblico, si basa sui seguenti fattori:

- ruoli e responsabilità definiti;
- segregazione dei compiti;
- attività di controllo;
- tracciabilità del processo sia a livello di sistema informativo sia in termini documentali.

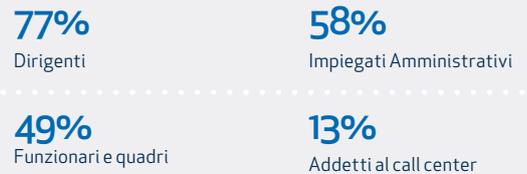
Rispetto al reato di concussione, le strutture delle Compagnie e i collaboratori, a qualsiasi titolo coinvolti in attività che comportano rapporti con Amministratori, Direttori Generali, Dirigenti preposti alla redazione dei documenti contabili societari, Sindaci e Liquidatori di aziende private (siano esse clienti, potenziali clienti o fornitori), o con soggetti sottoposti alla loro direzione o vigilanza, sono tenuti ad osservare le modalità espone nei rispettivi Modelli nonché le procedure aziendali e di Gruppo predisposte.

A seguito dell'adozione del nuovo Modello di Organizzazione e Gestione ("MOG"), nell'ambito del processo di riorganizzazione societaria e del più ampio spettro di iniziative volte al rafforzamento dei propri elementi identitari, valoriali e di corporate governance, dal 2014 è stata sviluppata ed avviata un'apposita attività di formazione che ha raggiunto, nel corso del 2015, il 52% dell'organico. Per garantire una efficace attuazione del MOG è stata richiesta la "presa visione" sia agli agenti che ai fornitori, avvenuta rispettivamente per il 53% degli agenti e per il 61% dei fornitori, in rapporto al loro fatturato.

Nel corso dell'anno è proseguito l'aggiornamento del MOG delle altre principali Società (a luglio 2015 è stato pubblicato quello di Unipol Banca), che si concluderà con la revisione di quello adottato da Unipol Gruppo Finanziario.

Nel corso del 2015, è stata avviata la formazione specifica degli apicali e delle prime linee UnipolSai sui temi "Il Modello di Organizzazione e Gestione e la prevenzione dei reati ex D.Lgs. 231/2001". Durante tali incontri di approfondimento, organizzati in modo specifico per ciascuna Direzione, sono stati illustrati i possibili reati a cui ciascuna area potrebbe essere esposta, tra cui anche quelli in materia di corruzione. La formazione si concluderà nel corso del 2016.

Percentuale dei dipendenti formati su policy e procedure anticorruzione



Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione



Con le medesime modalità, nel 2014 erano stati coinvolti gli apicali di altre Società del Gruppo, tra cui Atahotels, Liguria Assicurazioni e Liguria Vita, BIM Vita, Popolare Vita e UnipolSai Investimenti SGR.

La competizione corretta e responsabile

Nel novembre 2012 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) aveva avviato un procedimento istruttorio nei confronti di Unipol Assicurazioni e Fondiaria SAI (oggi UnipolSai Assicurazioni), nonché di Assicurazioni Generali e INA Assitalia (entrambe facenti parte del Gruppo Generali), per accertare l'esistenza di presunte violazioni della normativa sulla concorrenza, ipotizzando un coordinamento tra queste compagnie finalizzato a falsare la concorrenza nel settore delle polizze R.C. Auto per il Trasporto Pubblico Locale.

A giudizio di AGCM, l'intesa si sarebbe concretizzata nella mancata partecipazione ad un determinato numero di gare bandite da talune Aziende di Trasporto Pubblico Locale per l'affidamento dei servizi assicurativi di R.C. Auto allo scopo di evitare il confronto competitivo e mantenere la clientela storicamente servita attraverso negoziazioni bilaterali, con un consistente incremento dei premi nel corso degli anni.

UnipolSai ha sempre respinto tale accusa, ritenendola infondata e priva di qualunque supporto probatorio oggettivo, nonché smentita dalla corretta ricostruzione dei fatti e dai risultati di una approfondita analisi economica ed attuariale.

Alla conclusione del procedimento, AGCM ha però comunque emesso un provvedimento sanzionatorio, condannando UnipolSai e le altre Imprese coinvolte al pagamento di una sanzione amministrativa che per UnipolSai ammontava a Euro 16.930.031 (che la Compagnia ha puntualmente provveduto a versare). UnipolSai ha proposto ricorso avanti il T.A.R. del Lazio impugnando il provvedimento citato. Il T.A.R., con sentenza del 2 dicembre 2015, accogliendo i motivi di impugnazione proposti da UnipolSai, lo ha integralmente annullato.

I significativi mutamenti che caratterizzano l'attuale scenario competitivo del settore finanziario, determinatisi a seguito dei principali trend in termini di comportamenti dei consumatori e andamenti demografici ed evoluzione sociale, implicano la necessità di sviluppare nuove competenze professionali, non solo tecnico-specialistico, ma anche di natura gestionale e manageriale, orientate soprattutto a maggiori capacità di leadership e di guida, a una gestione più efficiente della complessità e a una più ampia e puntuale visione strategica. I programmi di formazione e aggiornamento sviluppati da Unipol si collocano in un contesto teso a favorire la collaborazione intergenerazionale e la mobilità interna che, con il nuovo Piano Industriale, ha tra l'altro visto la nascita di Unipol Corporate Academy come centro di formazione per tutto il Gruppo, dipendenti, agenti e loro collaboratori, con un'importante connessione tra l'impresa e le istituzioni universitarie.

In questo contesto un'ulteriore sfida competitiva riguarda i temi della meritocrazia e della valorizzazione professionale, che ha portato nel 2015 al lancio di un'iniziativa di Autovalutazione delle Conoscenze tecnico-professionali di tutto il personale, e che comporterà l'implementazione di percorsi di sviluppo nel corso del nuovo Piano, nonché all'avvio di un processo strutturato di pianificazione della dinamica evolutiva delle posizioni chiave interne.



La formazione delle risorse

In un mercato in continuo sviluppo, per il Gruppo Unipol è fondamentale disporre di professionalità sempre aggiornate e coerenti con la strategia d'impresa. Soprattutto in un contesto di rilevanti evoluzioni organizzative, qual è quella che Unipol sta affrontando, la formazione è progettata per favorire, in tutte le famiglie professionali, l'accesso a strumenti e metodi sempre più evoluti, contribuendo a consolidare le capacità e i comportamenti organizzativi necessari a ricoprire il ruolo richiesto con elevata professionalità.

Con l'esercizio 2016 la formazione Unipol viene ulteriormente potenziata con la nascita di Unipol Corporate Academy, che concentrerà in un unico soggetto istituzionale la formazione per il personale dipendente e per le reti agenziali.

Alla formazione tecnico-manageriale finalizzata a migliorare le competenze dei collaboratori e a promuovere la crescita professionale, si affianca, naturalmente, la formazione prevista dalle normative in vigore per rispondere a quanto previsto in materia di salute e sicurezza, compliance assicurativo-bancaria e requisiti di governance.

Nel 2015 le partecipazioni ai corsi, inclusa la formazione a distanza, hanno registrato oltre 31 mila presenze.

Per quanto riguarda le ore di formazione per le diverse categorie di inquadramento professionale, il dato di media pro capite risulta maggiore per funzionari e quadri, raggiungendo una quota media di 18 ore, a seguito del significativo investimento nella diffusione di una cultura d'impresa orientata ad arricchire il know-how tecnico-specialistico individuale e a migliorare le capacità relazionali e comportamentali, in coerenza con il proprio ruolo e la propria specializzazione professionale. Complessivamente a dirigenti e funzionari/quadri, sono state erogate 52.595 ore di formazione. Le 18 ore pro capite in media dedicate agli operatori call center, testimoniano gli sforzi del Gruppo volti al miglioramento della qualità del servizio.

In termine di contenuti didattici, la formazione si è focalizzata sia sugli elementi tecnico-specialistici, normativi e procedurali, sia su temi di carattere gestionale, commerciale e comportamentale.

Nel corso dell'esercizio, anche l'attività formativa dedicata alle società del settore assicurativo è stata, per lo più, di natura tecnico-specialistica e normativa. Tra i principali progetti è possibile ricordare i due percorsi formativi dedicati a Solvency II, il primo, di carattere specialistico, rivolto a quanti nel Gruppo sono coinvolti in prima linea nell'applicazione del nuovo regime di vigilanza prudenziale, il secondo, di livello base, volto a proseguire la diffusione della cultura del rischio nell'intero settore in vista dell'entrata in vigore della normativa.

Ai corsi dedicati all'area Sinistri e Commerciale, volti ad accompagnare i processi di riorganizzazione, si aggiungono i progetti finalizzati a potenziare competenze di natura comportamentale e relazionale. Tra questi, a titolo di esempio, è possibile menzionare il percorso, dedicato al personale del call center, volto a offrire strumenti per la gestione delle situazioni di stress.



Nel settore bancario l'attività formativa è stata caratterizzata, innanzitutto, dall'impegno al continuo aggiornamento delle conoscenze tecniche e obbligatorie, necessarie per lo svolgimento dell'attività quotidiana con particolare riferimento a quanto previsto dal Regolamento IVASS 6/2014, per la conoscenza dei prodotti assicurativi.

In entrambi i settori assicurativo e bancario è stato avviato un percorso formativo dedicato al personale con disabilità uditiva.

Le Società immobiliari e diversificate sono state interessate, per lo più, da attività formative di carattere tecnico e normativo. Ampio spazio è stato dedicato, infatti, alla formazione in materia di Sicurezza.

I sistemi di sviluppo

L'impegno degli uomini e delle donne del Gruppo è fondamentale nella strategia di Unipol. La valorizzazione delle reali competenze professionali e il riconoscimento delle effettive capacità individuali sono asset strategici da sostenere e premiare con equità, coerenza e trasparenza.

Lo sviluppo dei Sistemi di Incentivazione in numerose aree aziendali favorisce una reale e diretta assunzione di responsabilità circa il raggiungimento di obiettivi concreti, misurabili e chiari, incoraggiando ciascuno a vivere il proprio ruolo con impegno e senso di appartenenza.

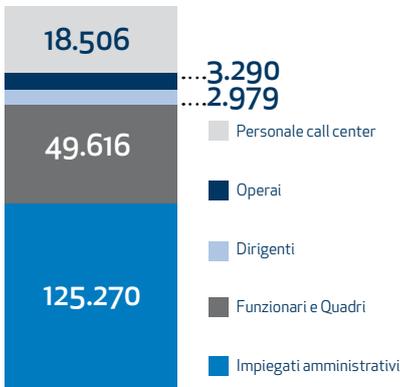
Le **azioni di sviluppo** includono diversi strumenti volti a monitorare e valorizzare le abilità e le competenze professionali presenti nel Gruppo. In linea con quanto previsto dall'iniziativa di Autovalutazione delle Conoscenze Tecnico-Professionali, sono stati avviati percorsi di sviluppo professionale, *Assessment center*, progetti di *coaching*. Scopo principale delle diverse metodologie è supportare l'evoluzione professionale delle persone, verificando periodicamente i progressi compiuti.

La formazione dei dipendenti per genere

Dati in ore/uomo

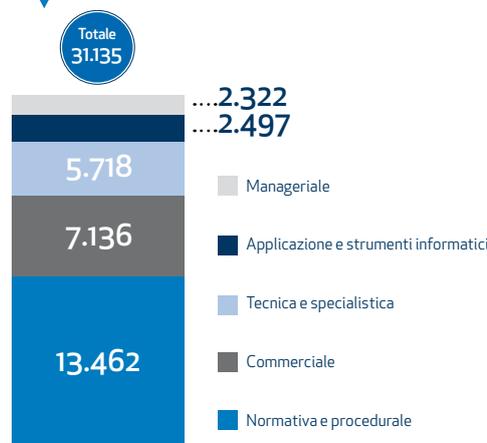


Formazione erogata per categoria di inquadramento



Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione

Partecipanti per tipologia didattica*



Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione
* è compresa la formazione erogata ai lavoratori stagionali/interinali/in stage

In questo scenario si inserisce il rafforzamento della quota di donne manager e dirigenti nel Gruppo: tale quota rappresenta il 24% circa del personale in posizione manageriale, pari al 5% del totale dei dipendenti.

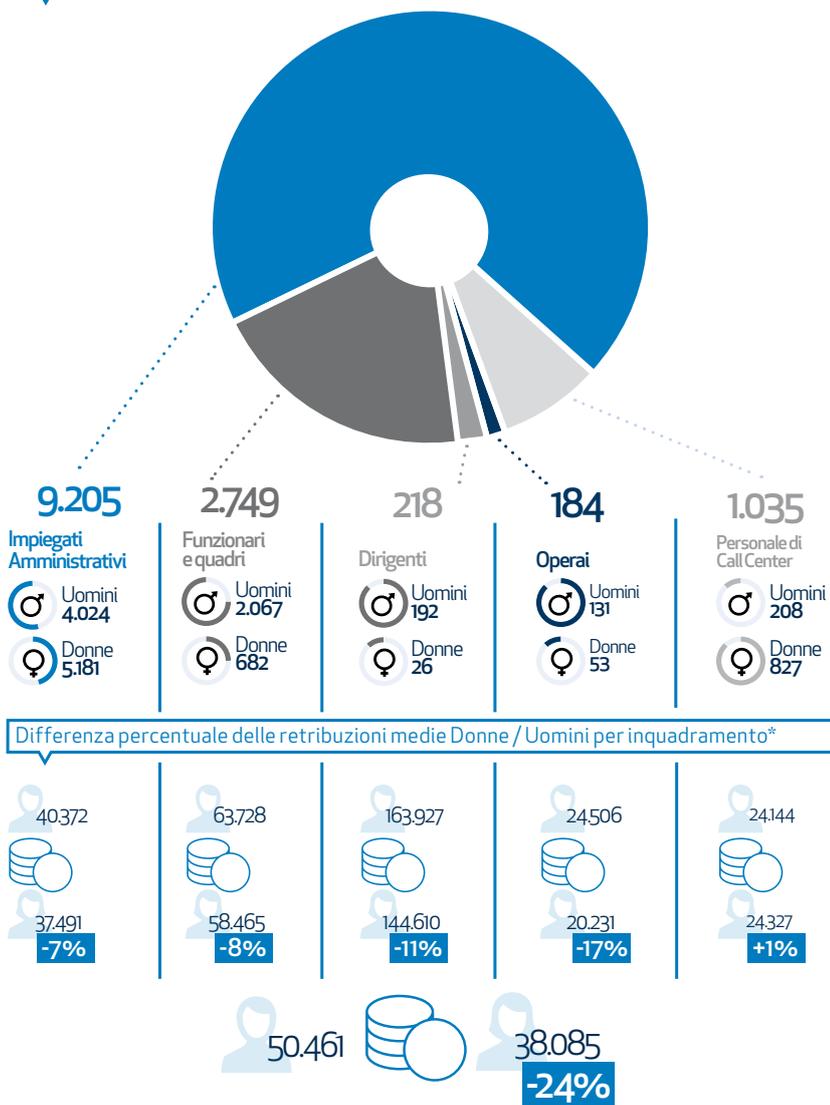
I processi alla base della costituzione di bacini di crescita e delle nomine manageriali tengono in considerazione anche la diversità anagrafica: l'incidenza dei middle manager under 45 è pari al 35%, in linea con l'obiettivo fissato dal Piano di Sostenibilità 2013-2015.

La valorizzazione dei collaboratori avviene anche attraverso il significativo ricorso alla mobilità interna, adottata già da molti anni nel Gruppo Unipol. Questo permette all'azienda di soddisfare la maggior parte delle potenziali esigenze di organico, valorizzando le professionalità interne e offrendo la possibilità di cogliere nuove opportunità di lavoro coerenti con le proprie competenze e aspirazioni. Nel 2015 oltre 3.950 dipendenti, pari al 29% delle risorse, hanno cambiato ruolo o posizione organizzativa all'interno della medesima Società, mentre in 211 (quasi il 2% dell'intero organico) hanno trovato una nuova posizione all'interno delle altre Società del Gruppo.

Il presidio delle competenze e delle professionalità ha anche implicazioni sulla misurazione delle prestazioni professionali alla base dei

La presenza femminile nel Gruppo

Numero dipendenti per inquadramento



Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione
 * I dati in euro rappresentano il valore mediano delle retribuzioni

sistemi incentivanti. Oltre ad una base economica rigida, prevista dai Contratti Collettivi di categoria, dagli Accordi Integrativi Aziendali e da altri eventuali accordi bilaterali, e determinata in funzione del livello di inquadramento e dell'anzianità di servizio, il Gruppo, coerentemente con i principi di equità interna, di competitività attrattiva, di meritocrazia e di responsabilità, determina l'attribuzione di integrazioni economiche, consolidandole nel tempo. Nel corso del 2015, tra il personale non dirigente, dipendenti individuati come potenziali destinatari di sistemi incentivanti sono stati 5,817, pari al 43% della popolazione aziendale di riferimento.

In merito ai **differenziali retributivi** tra donne e uomini, i livelli sono stati calcolati senza includere né alcun tipo di compenso variabile né le figure apicali del Consiglio di Amministrazione. Dai dati di Gruppo, risulta a vantaggio delle donne il differenziale salariale nel personale dei call center, dovuto alle funzioni di responsabilità che le stesse stanno ricoprendo in questo momento. Viceversa per gli altri inquadramenti la retribuzione media delle donne rispetto a quella degli uomini è inferiore. In virtù di questo andamento, il Gruppo esercita una vigilanza costante per ridurre questi differenziali e promuovere eguaglianza di opportunità tra uomini e donne.

La riorganizzazione

Il coinvolgimento e la responsabilizzazione sono da sempre i principi guida nelle relazioni sindacali del Gruppo Unipol. Attraverso specifici momenti di dialogo, confronto e concertazione, questi principi sono attuati e volti a realizzare una sintesi efficace tra obiettivi aziendali e centralità dei lavoratori.

Nel settore assicurativo il confronto con le

Organizzazioni Sindacali è stato caratterizzato dall'Accordo sindacale di Integrazione dell'accordo di fusione sottoscritto a fine 2013 con tutte le sigle sindacali.

In tale contesto sono state individuate regole, modalità, tempi e strumenti effettivamente idonei per raggiungere l'obiettivo di riduzione degli organici ed il conseguente contenimento del costo del lavoro correlato a circa 900 esuberanti provenienti dal progetto di fusione.

A seguito della fase volontaria di adesione, è stata prevista un'ulteriore fase di uscite volontarie tramite forme di incentivazione all'esodo per il personale già in possesso dei requisiti pensionistici attraverso l'accesso alla sezione straordinaria del Fondo di Solidarietà del settore assicurativo per il personale a cui mancavano meno di cinque anni al raggiungimento dei requisiti pensionistici. Nonostante questa ulteriore fase di uscite volontarie, nel corso del 2015 non sono stati raggiunti gli obiettivi di razionalizzazione previsti dagli accordi.

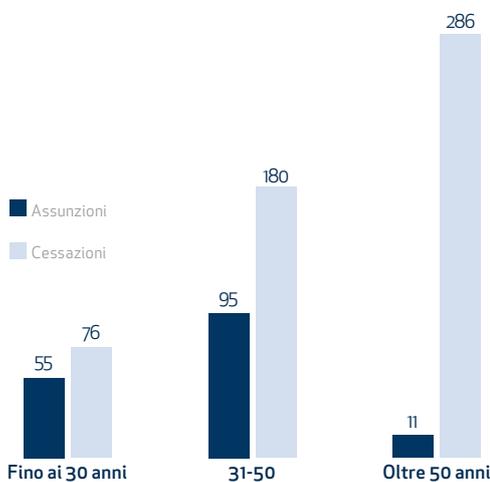
All'interno del programma di riorganizzazione, è stato sottoscritto con tutte le sigle sindacali un accordo per la razionalizzazione e



unificazione delle sedi liquidative distribuite sul territorio nazionale, motivate dal progressivo superamento del modello divisionale e dallo sviluppo di un nuovo modello di liquidazione basato sulla specializzazione per ramo.

Nel settore bancario, il confronto con le Organizzazioni Sindacali ha riguardato principalmente i processi di ristrutturazione della rete distributiva delle filiali e la necessità di una significativa riduzione dei costi, compreso il costo del personale. In particolare, è stato trovato un accordo volto a disciplinare gli effetti sul personale stabilendo forme di incentivazioni all'esodo per i dipendenti in possesso dei requisiti pensionistici nel giugno 2016 e l'attivazione del Fondo di Solidarietà del settore credito per il personale che maturerà i requisiti pensionistici tra il 2016 e il 2019.

Turnover per fasce d'età



Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione

al 5%. Relativamente al genere non si registrano sostanziali differenze, mentre si evidenzia la connessione tra tale indice e gli incentivi all'esodo nell' incremento ulteriore (pari al 7%) dell' indice di turnover sul personale over 50.

In un anno caratterizzato da una complessa ristrutturazione aziendale, si sono registrate circa 13mila ore di sciopero pari allo 0,08% delle ore lavorate nell'anno. La totalità dei dipendenti del Gruppo è coperto da contratti collettivi di settore, mentre la percentuale di iscrizione al sindacato è pari al 59%. A sostegno e garanzia delle attività sindacali nei luoghi di lavoro, si segnala inoltre che nel corso del 2015 sono state riconosciute 178.762 ore di permessi sindacali retribuiti.

In caso di problematiche nella relazione tra l'impresa e i propri collaboratori, il Gruppo ha reso più formale e trasparente la gestione della relazione con i dipendenti, contenendo, in questo modo, il contenzioso con i propri dipendenti a pochi casi, limitati a circa l'1% dell'organico di Gruppo.

Oltre a quanto previsto dall'applicazione del Contratto collettivo e aziendale, i dipendenti possono individualmente contattare il Responsabile Etico in merito a presunte violazioni delle regole di comportamento pubblicate nel Codice Etico di Gruppo. Ciascun caso viene analizzato e viene dato riscontro in forma assolutamente riservata al dipendente da cui proviene la richiesta di chiarimenti.

In conseguenza degli avvenimenti sopra delineati, l'indice di turnover complessivo, calcolato come rapporto tra la somma delle assunzioni e cessazioni e il totale dell'organico, è pari

Turnover 2015

	Assunzioni	Cessazioni
Uomini	83	293
Donne	78	249
Totale	161	542

Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione

Leve fondamentali per lo sviluppo professionale dei dipendenti sono il coinvolgimento, la condivisione di valori e la promozione del senso di appartenenza all'azienda al fine di indirizzare le energie per affrontare con successo le importanti sfide che si profilano nel prossimo futuro.

In tale ambito per il Gruppo risulta prioritario migliorare il clima aziendale investendo per la soddisfazione del ruolo svolto dai propri dipendenti, per l'equilibrio tra tempi di vita personale e tempi di lavoro, per una maggiore serenità nello svolgimento dei propri compiti e minore rischio di stress. L'attenzione a questi temi in Unipol è da sempre presente e perseguita attraverso diversi programmi e iniziative strutturate che costituiscono un sistema di welfare volto a creare un ambiente di lavoro inclusivo, capace di favorire l'espressione del potenziale individuale.

Il sistema di welfare di Unipol prevede istituti esistenti da molti anni e frutto della contrattazione con le rappresentanze sindacali come i fondi pensione dei dipendenti, le casse di assistenza sanitaria, la prevenzione sanitaria e altri che negli anni si sono aggiunti o si sono ampliati, includendo nuovi elementi nel Contratto Integrativo Aziendale come la flessibilità in entrata ed in uscita, i permessi aggiuntivi per le attività di cura, di studio e di volontariato.

Grazie alla possibilità di proporre nella intranet aziendale i servizi offerti sul territorio, stipulando convenzioni e potenziando le opportunità per i propri dipendenti, il Gruppo Unipol facilita in questo modo l'accesso ai servizi, lavorando per strutturare un meccanismo di incrocio tra domanda e offerta che stimoli quest'ultima a mettere a disposizione una gamma di servizi il più possibile ampia, flessibile e differenziata sulla base delle molteplici esigenze.

Percentuale iscritti e contributi versati nei Fondi Pensione e nelle Casse Assistenza*

2015

Fondo Pensione	Dirigenti	Dipendenti
Percentuale iscritti	97%	87%
Contributi versati dagli iscritti (€)	2.190.164	37.666.551
Contributi versati dall'azienda (€)	3.030.216	20.167.572
Incidenza dei contributi aziendali	58%	35%
Totale contributi (€)	5.220.380	57.834.083

Cassa Assistenza	Dirigenti	Dipendenti
Percentuale iscritti	97%	93%
Contributi versati dagli iscritti (€)	11.790	1.764.428
Contributi versati dall'azienda (€)	2.386.881	16.796.029
Incidenza dei contributi aziendali	99%	90%
Totale contributi (€)	2.398.671	18.560.457

Il welfare aziendale

Il welfare nel Gruppo Unipol è articolato su due livelli: il primo, così detto "storico", riguarda le attività collegate all'assistenza sanitaria ed alla previdenza complementare. Questi benefit, introdotti anche a seguito della contrattazione con le rappresentanze sindacali, sono da tempo patrimonio del rapporto tra impresa e dipendente.

L'erogazione delle prestazioni di assistenza sanitaria e di previdenza complementare avviene attualmente tramite 9 Fondi Pensione e 19 Casse Assistenza a copertura dei lavoratori dei settori assicurativo, bancario, agrario, commerciale, turistico e terziario.

Sono iscritti ai Fondi Pensione 11.877 persone tra dipendenti ed ex dipendenti che proseguono volontariamente l'adesione alla previdenza integrativa. Complessivamente, inclusi i dirigenti, i contributi versati dalle aziende del Gruppo Unipol sono stati oltre 23 milioni di euro. Nell'anno 2015, con riferimento a tutti gli iscritti ai Fondi Pensione Dipendenti, sono stati effettuati versamenti per 57,8 milioni di euro, comprensivi dei contributi a carico delle Aziende, dei Lavoratori e dei TFR devoluti; nello stesso anno, con riferimento a tutti gli iscritti al Fondo Pensione Dirigenti, i contributi versati ammontano complessivamente a 5,2 milioni di euro, comprensivi dei contributi a carico delle Aziende, dei Dirigenti e dei TFR devoluti. La regolamentazione dei Fondi Pensione prevede la possibilità di mantenere l'iscrizione e conseguentemente effettuare versamenti volontari anche quando il personale non è più alle dipendenze di Società del Gruppo. Al 31 dicembre 2015, risultavano iscritti ai Fondi Pensione interni del comparto assicurativo e bancario 1.152 ex-dipendenti e 77 ex-dirigenti delle Società del Gruppo Unipol.

Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione

* il dato non include la Società Lawrence Life



Le Casse di Assistenza del Gruppo contano 12.602 iscritti, compresi i dirigenti, per i quali le imprese hanno versato nel 2015 contributi complessivi pari a 19,1 milioni di euro. Per il totale degli iscritti, nel 2015, i contributi versati alle Casse di Assistenza Dipendenti ammontano ad oltre 18,5 milioni di euro; per le Casse di Assistenza dei Dirigenti i versamenti effettuati sono stati pari a 2,4 milioni di euro. Secondo le specifiche condizioni e durate disciplinate dai contratti, dagli accordi collettivi e dai regolamenti aziendali, gli iscritti possono continuare a godere delle coperture assistenziali anche se non si è più alle dipendenze delle Società del Gruppo.

In tema di welfare aziendale facoltativo si evidenziano in particolare 3 ambiti: **i Servizi Libera Tempo, i Servizi alla Persona e Integrazione e Progetti di Volontariato.**

I Servizi Libera Tempo nascono per agevolare il dipendente nelle attività quotidiane e liberare tempo da dedicare ad attività a maggior valore aggiunto. Con questa finalità negli ultimi due anni si sono sperimentati nella sede di Bologna i Servizi Libera Tempo relativi a: consegna farmaci in azienda, calzolaio, lavanderia, piccoli lavori di sartoria, servizi di manutenzione domestica, servizi di manutenzione auto. Nel 2015 il modello è stato esportato nelle sedi di San Donato Milanese (relativamente ai servizi di consegna farmaci in azienda) e Torino (consegna farmaci e lavanderia e piccoli lavori di sartoria).

Nel complesso sono state effettuate oltre 8.294 consegne farmaci, oltre 319 ritiri e consegne per calzoleria, oltre 1.693 ritiri e consegne capi per lavanderia e sartoria e interventi di manutenzione domestica per un valore complessivo di circa 6 mila euro.

I Servizi alla Persona sono studiati per rispondere ad esigenze di supporto e accudimento della famiglia, dalla cura dei figli a quella degli anziani, tese a facilitare l'accesso a competenze, personale, strutture affidabili e selezionate. Le attività avviate includono servizi di cura e assistenza a domicilio per bambini e anziani, l'asilo interaziendale, Centri Estivi per bambini e ragazzi fino a sedici anni di età nel periodo di chiusura scolastica, programmi di orientamento allo studio e al lavoro per diplomandi e laureandi.

Nel corso del 2015 è continuato il **supporto all'istruzione dei figli dei dipendenti** delle società del Gruppo Unipol ed Assicoop attraverso le borse di studio UnipolSai e quelle di Intercultura. Le prime premiano i migliori risultati dei percorsi di studio medie-inferiori, medie-superiori e universitari. Nel 2015 sono state erogate 124 borse di studio per un valore finanziato di 128 mila euro. Le borse di studio Intercultura sono rivolte a studenti delle scuole medie superiori di età compresa tra i 15 e i 17 anni e prevedono soggiorni studio all'estero in oltre 140 Paesi nel mondo. Per Intercultura, in totale, sono state erogate 10 borse di studio per 58 mila euro.

Nell'ambito **Integrazione e progetti di Volontariato** si è lavorato principalmente su tre aree: disabilità, integrazione casa lavoro e volontariato. In tema di disabilità nel 2015 sono stati attivati diversi percorsi.

Un percorso ha riguardato i colleghi ipo e non udenti ed ha previsto un programma formativo rivolto ai loro responsabili e colleghi per favorire una maggior conoscenza delle caratteristiche della disabilità e facilitare l'integrazione; un ulteriore modulo era rivolto direttamente ai non udenti su tecnologie assistive ed aspetti di relazione interpersonale. Infine sempre per questa popolazione aziendale si è avviato un progetto pilota, su una delle sedi del Gruppo, che ha visto una installazione del sistema videoconferenza Lynch configurata per consentire ai collaboratori ipoudenti un confronto più agevole. Per facilitare ulteriormente i colleghi ipoudenti, è stato predisposto un servizio di traduzioni LIS e sottotitolazione, entrambi a distanza, da attivare in caso di riunioni o eventi particolari a partire dal 2016.

Per i dipendenti ipo e non vedenti sono stati invece attivati specifici servizi di supporto in caso di trasferimento di sede, atti a prevedere formazione per l'orientamento alla nuova mobilità casa-lavoro e alla mobilità interna alla nuova sede di lavoro.

In tema di integrazione per favorire la condivisione di valori e la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo negli anni, è stata definita una serie di iniziative finalizzate ad aumentare partecipazione e coinvolgimento ma che soprattutto sono espressione e veicolo di cultura aziendale; tra le tante si segnalano "Un giorno in ufficio con mamma e papà", il tradizionale appuntamento che vede le figlie ed i figli dei dipendenti in visita agli uffici dei genitori e le iniziative di volontariato aziendale, in collaborazione quest'anno con *Stop Hunger Now* a Bologna, Torino e Verona e con la Casa di accoglienza profughi Monlué a Milano, che nel complesso hanno contato la partecipazione di 150 dipendenti.

Si evidenzia che la partecipazione alle attività di volontariato è favorita dalla possibilità di fruire di permessi non retribuiti. In questo ambito, la gestione delle risorse umane, in linea con la storia del Gruppo Unipol, ha adottato vari istituti a tutela della conciliazione vita/lavoro delle persone, quali il riconoscimento di condizioni di flessibilità d'orario a fronte di ragioni personali o familiari, anche

correlate ad esigenze di pendolarismo, oltre a permessi per studio. La flessibilità oraria nell'organizzazione del tempo di lavoro favorisce infatti equità di trattamento, pari opportunità e qualità della vita aziendale.

A sostegno della sicurezza e della salute dei lavoratori, oltre alle attività di routine quali i sopralluoghi di controllo degli ambienti e la sorveglianza sanitaria e oltre alle attività connesse al corretto adempimento delle leggi di riferimento sono state sviluppate ulteriori azioni. Nel corso dell'anno, sono proseguite le iniziative di prevenzione relative a influenza stagionale (480 adesioni) e le visite per il melanoma cutaneo (144 adesioni). Nella sede di San Donato sono proseguite le attività di prevenzione cardiovascolare (194 adesioni), prelievo del sangue (241 adesioni) e pap test (224 adesioni). Per quanto riguarda la verifica della buona vivibilità di uffici e posti di lavoro sono stati presi in considerazione i parametri impiantistici e logistici, nonché ambientali (microclima, illuminazione, rumore, rischio legionella).



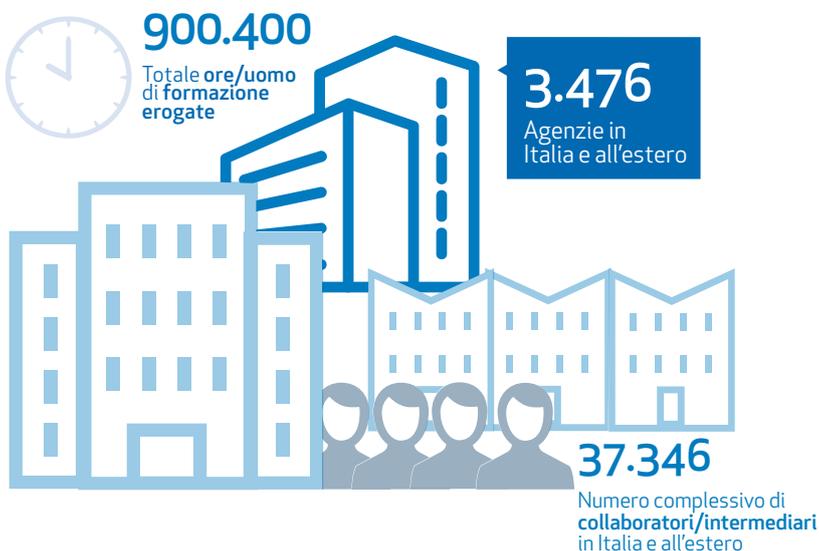
La relazione del Gruppo con la rete agenziale

9

La forte accelerazione del grado di consapevolezza del cliente, spesso conseguente all'innovazione tecnologica, e l'apertura a nuove abitudini e stili di consumo, impattano in maniera significativa sul modello relazionale "azienda - cliente". Le agenzie del Gruppo Unipol costituiscono un riferimento irrinunciabile sul territorio per il contatto diretto con la clientela, e tuttavia diventa cruciale l'offerta di risposte digitalmente adeguate alle esigenze evolute di persone e aziende.

La dinamicità del cliente richiede la disponibilità in tempi brevi di informazioni chiave necessarie a soddisfare i suoi fabbisogni assicurativi, e da questo punto di vista il Gruppo Unipol sta concentrando gli sforzi per ampliare e adeguare il presidio e la capacità di servizio della rete di vendita. Sotto tale profilo, la strategia del Gruppo si articola lungo tre assi:

- **Semplicità e trasparenza nella comunicazione**, per rafforzare le pratiche di vendita responsabile definendo in modo equo e condiviso gli obiettivi della rete monitorati secondo un modello organizzativo che garantisca la fidelizzazione dell'agente e determini un rafforzamento del presidio del rischio reputazionale.
- **Sviluppo delle risorse umane e competenze**: per far fronte alla necessità di far evolvere l'asset più strategico per le Compagnie Assicuratrici del Gruppo sia in termini di capacità tecniche che di propensione al cambiamento, il Gruppo sta agendo per un cambiamento nella cultura aziendale in grado di fornire alla propria rete agenziale tutti gli strumenti necessari per dare valore al servizio offerto e di evolvere nella direzione del cliente.
- **Sistemi informativi**: per poter agire al meglio in questa fase di rinnovamento ed innovazione, il Gruppo sta investendo sia in un'efficace azione di dematerializzazione dei processi assuntivi, sia nella gestione dei dati di vendita e di servizio allo scopo di migliorare l'utilizzo delle informazioni relative al cliente (profilazione, segmentazione...) e tradurli in comportamenti di consumo concreti, garantendo contestualmente continuità di servizio e sicurezza dei dati e delle transazioni.



Le agenzie fisiche

La **rete agenziale** resta il **canale prioritario** per lo sviluppo del business assicurativo tradizionale. L'elevata capillarità sul territorio è garantita non solo dalle agenzie del Gruppo UnipolSai, ma anche dalle filiali bancarie e delle Banche convenzionate del comparto bancassurance appartenenti a istituti sia locali che di respiro nazionale.

La rete di vendita si presenta omogenea sul territorio nazionale, con una significativa distribuzione anche nel Sud Italia.

Per rendere più efficace ed efficiente il presidio commerciale territoriale, in termini quantitativi, nel 2015 il numero di agenzie del Gruppo UnipolSai in Italia si è ridotto di 53 unità, pari al 1,5% del totale, a seguito di operazioni di accorpamento tra diverse realtà per supportare la crescita dimensionale e la solidità imprenditoriale della rete di agenzie e subagenzie.

In termini qualitativi, in ottica di dimensionamento minimo delle agenzie finalizzato a garantire competitività e capacità di sviluppo territoriale, il Gruppo ha proseguito le attività di riorganizzazione territoriale e di integrazione verso un'unica rete agenziale di UnipolSai Assicurazioni, caratterizzata da stesse regole, stessi strumenti, stesse opportunità e stessi diritti e doveri. L'integrazione ha riguardato sia gli aspetti organizzativo-logistici che le attività propedeutiche alla condivisione dei sistemi assuntivi e dei sistemi informativi tra le varie reti agenziali. Nel corso del 2015, in coerenza con tali principi, è stato lanciato un piano di azioni commerciali mirato a sviluppare il supporto e i servizi offerti alle piccole e medie imprese e ai nuovi soggetti lavorativi, finalizzato alla fidelizzazione del cliente.

I servizi a supporto della rete agenziale

La strategia distributiva di Gruppo è fondata sulla centralità dell'Agente e della sua forza vendita come canale prioritario di contatto con il cliente. Il Gruppo ritiene di primaria importanza mantenere un rapporto frequente e privilegiato con la rete agenziale, e la relativa forza vendita, al fine di costruire una partnership efficace e funzionale al raggiungimento degli obiettivi strategici dichiarati.

In tale contesto, nel 2015 sono state realizzate iniziative aperte a tutta la rete agenziale per condividere le linee guida di sviluppo e la loro declinazione operativa in azioni. Nel corso dell'anno è proseguita l'attività di confronto con le Giunte Agenti su tematiche di comune interesse che vanno dalla realizzazione di nuovi prodotti e miglioramento delle procedure gestionali, fino alla condivisione delle iniziative commerciali e di marketing e, più in generale, di tutti i processi di innovazione che il Gruppo sta sviluppando.

Per agevolare le agenzie nel raggiungimento degli obiettivi, Unipol si è impegnata a garantire un adeguato supporto. È stata completata la riorganizzazione della rete commerciale per 4 distretti territoriali ed è stato messo in atto un programma di *change management* per tutte le figure operanti basato su strumenti di programmazione, sull'affiancamento per le risorse di agenzia e sul monitoraggio dei risultati. Tra i supporti organizzativi per lo sviluppo e gestione dei piani commerciali, nel 2015 è stato completato l'arricchimento negli organici delle agenzie con figure professionali specializzate: **Consulenti Family Welfare** e **Tutor PMI**.

Affinché la rete sia dotata degli strumenti necessari per ottenere buone performance organizzative e commerciali, la politica del Gruppo prevede inoltre la formulazione di un sistema incentivante in linea con gli impegni economici assunti da Unipol e l'erogazione di flessibilità tariffaria su specifici target. Da questo punto di vista, si è conclusa nel corso dell'anno l'implementazione del **Progetto Modelli di Agenzia** che prevede, tra le principali attività, la definizione di percorsi evolutivi condivisi con le agenzie, finalizzati al loro riposizionamento strategico verso modelli di business sostenibili nel medio-lungo periodo. In termini di massimizzazione della capacità di fornire risposte sempre più adeguate alle esigenze specifiche della clientela, questo percorso si pone l'obiettivo di adeguare le capacità di offerta dell'agenzia alla tipologia di clientela servita.

Gli sforzi si stanno ora incentrando sulla realizzazione di modalità di valutazione dell'efficacia degli interventi svolti: il Piano Industriale prevede infatti di mettere a regime un sistema strutturato di monitoraggio periodico dei risultati ottenuti nell'ambito del progetto. Alla fine del 2015 le agenzie che hanno condiviso un Piano Triennale con la Compagnia sono state complessivamente 140, in buona parte delle quali sono previsti programmi per l'inserimento di nuovi venditori e la crescita professionale della forza vendita di agenzia.

Nel corso dell'anno sono state realizzate diverse iniziative volte a rafforzare l'efficacia commerciale della rete agenziale. Il mantenimento e lo sviluppo del portafoglio sono i principali elementi monitorati dalle Compagnie del Gruppo per raggiungere i risultati prefissati, volti a favorire un mix di portafoglio equilibrato per tipologia clienti e rami.

Riguardo gli strumenti di monitoraggio, il **Customer Relationship Management (CRM)**, adottato dal Gruppo Unipol per supportare le iniziative di vendita e di gestione del cliente, durante il 2015 è stato rilasciato a tutte le agenzie, private e societarie. Il sistema CRM continua il suo sviluppo secondo un piano evolutivo coerente con le strategie commerciali definite, perseguendo parallelamente il consolidamento dell'utilizzo da parte di tutta la rete agenziale.



Fonte: Direzione Generale Area Risorse Umane e Organizzazione, Direzione Generale Altre Società.

*Vengono conteggiati come partecipanti tutti coloro che accedono ad un corso, indipendentemente dal fatto che abbiano già fruito di attività di formazione.

L'offerta formativa rivolta alla rete agenziale è unificata su UnipolSai con percorsi rivolti all'intera rete di vendita finalizzati sia al rispetto degli obblighi formativi, che all'arricchimento delle competenze dei propri intermediari attraverso la piattaforma di formazione "Training", strumento condiviso in UnipolSai Assicurazioni. Attraverso la piattaforma "Training", gli agenti possono adempiere agli obblighi di formazione previsti da IVASS, approfondire la conoscenza dei prodotti in commercio, delle norme in essere (ad esempio l'indennizzo diretto), piuttosto che degli strumenti a disposizione di tipo operativo (come il finanziamento a tasso zero, la piattaforma Liquido nei processi di servizio al cliente), o per fornire consulenza al cliente (ad esempio sulla fiscalità, o sulle successioni).

Nel corso dell'anno, è stata inoltre estesa la modalità "Aula virtuale", ed introdotta la nuova modalità didattica del **webinar**. In questa modalità virtuale



sono trattate principalmente tematiche relative ai processi di agenzia e agli strumenti di lavoro, come gli interventi formativi a supporto del raggiungimento degli obiettivi previsti dal Piano Azioni della Compagnia, fra cui l'utilizzo del comparatore qualitativo ed il processo commerciale del "quietanzamento".

L'offerta comprende inoltre un catalogo di corsi manageriali, tra cui il Master Agenti proposto in Unipol già da qualche anno ed esteso all'intera rete. Questi corsi si pongono l'obiettivo di migliorare le capacità imprenditoriali degli agenti in termini di selezione e gestione dei collaboratori, di conoscenza dei processi commerciali di agenzia, con particolare focus sulle capacità di leadership dell'Agente, di guida di gruppi di lavoro e di gestione delle riunioni, in particolare i meeting commerciali. Corsi specifici sono stati pensati per accompagnare il cliente nella percezione del rischio per l'individuo e per la famiglia.

La multi-canalià integrata

10

I clienti sono ormai abituati ad entrare in relazione con le Società del Gruppo in modo diretto, più o meno istantaneo, attraverso il call center, il web e le nuove tecnologie che consentono:

- la ricerca di informazioni anche e soprattutto in logica "comparativa";
- l'acquisto di prodotti e servizi anche attraverso canali distributivi svincolati da "punti fisici di contatto" e accessibili in tutto l'arco temporale della giornata;
- la gestione "continuativa" del rapporto "post vendita" anche attraverso una pluralità di modalità di contatto (es. on line, in mobilità) caratterizzate dall'assenza dei vincoli posti dagli orari di apertura di punti vendita fisici.

In questo scenario il Gruppo Unipol sta investendo per fornire lo stesso livello di servizio in tutti i canali di contatto in modo da rendere accessibili i propri servizi su vasta scala e adeguarli alle esigenze emergenti, anche attraverso la ridefinizione dei propri punti di contatto offline e online.

Con l'obiettivo di rendere i diversi canali complementari e in sinergia tra loro, il Gruppo sta traducendo in progetti operativi la strategia di multi-canalià integrata. I progetti sono volti a presidiare il livello di servizio offerto e garantire al cliente la libertà di scegliere, da una parte per ottenere incrementi dell'efficacia commerciale (allargare il mercato sia in termini di nuovi clienti che di maggior incisività sui clienti esistenti), dall'altra per migliorare l'efficienza operativa e ridurre i costi di servizio.

7.605

Dispositivi di firma elettronica Pad FEA installati nel periodo luglio 2014 - settembre 2015

290.898

Pagine risparmiate con FEA (Firma Elettronica Avanzata)

€1,3 milioni

Investimenti per la diffusione della Firma Elettronica Avanzata (FEA) nel 2015

559.449

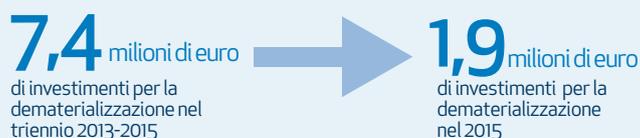
Pagine risparmiate per effetto della dematerializzazione

La crescente competizione e la diffusione di nuove tecnologie su larga scala ha richiesto al Gruppo Unipol il rapido sviluppo dell'approccio alla multicanalià integrata a supporto della rete agenziale finalizzato a personalizzare la comunicazione, migliorare la fidelizzazione dei clienti e a incrementarne le occasioni di interazione.

Sono stati attivati strumenti di multi-canalià integrata su tutti i processi rilevanti per il cliente, per ampliare modalità e frequenza di contatto, in primo luogo attraverso la **digitalizzazione dei processi di agenzia**.

Per rinnovare il modello distributivo e rafforzare l'Agenzia come il luogo centrale dove accompagnare il cliente, affinché l'agente possa supportarlo con adeguate valutazioni e servizi mirati e personalizzati, sono stati avviati percorsi di specializzazione delle professionalità in grado di valorizzare servizi e soluzioni differenti che il Gruppo offre. Il 42% degli agenti interessati ha seguito i corsi legati specificamente alle nuove tecnologie. Questo percorso è finalizzato ad

incrementare la produttività media della rete e garantire maggior sostenibilità delle agenzie. In questo ambito, nel 2015 si segnala l'avvio della semplificazione ed evoluzione del processo di quietanzamento in agenzia, la gestione dei pagamenti elettronici in agenzia e in mobilità e l'attivazione e il rilancio della Firma Elettronica Avanzata con il miglioramento dell'efficienza dei processi e dell'usabilità per l'intermediario. Il ricorso alla FEA ha riguardato oltre 70.000 polizze del ramo Danni, circa il 2% del totale polizze di ramo. Con analoghe finalità, il Gruppo ha potenziato i sistemi informativi di gestione dei sinistri e ha proseguito nell'impegno per rendere più efficienti i servizi postali.



L'orientamento alla multi-canalità integrata viene ulteriormente rafforzato dall'adozione di servizi di comunicazione ed informazione, come l'*Home Insurance* e l'*Home Banking*, in grado di fornire informazioni aggiuntive a quelle prescritte dalle autorità di vigilanza e quindi indirizzare meglio il cliente.

Al fine di migliorare e rafforzare la sua presenza

in internet, le Società del Gruppo hanno sviluppato strumenti innovativi e digitali, alla ricerca di modalità di comunicazione con i clienti immediatamente fruibili, di facile reperibilità e capaci di dare un ulteriore messaggio di vicinanza.

Tra questi si segnala l'app UnipolSai e il programma "In più la tua Salute" che permette a tutti i clienti UnipolSai registrati gratuitamente di usufruire di sconti per l'accesso a specifici esami medici presso i partner UniSalute.



Aspetti come la longevità, il conseguente invecchiamento della popolazione, le dinamiche legate a immigrazione e multiculturalità, così come l'evoluzione nella composizione dei nuclei familiari, la disoccupazione e la precarietà lavorativa, la crescente importanza della protezione della salute insieme alla riduzione del welfare pubblico, stanno mutando le esigenze di clienti sempre più dinamici e sempre più sensibili ai temi della previdenza.

In risposta a questi cambiamenti, Unipol sta ampliando e adeguando i propri prodotti e modelli di servizi, con investimenti per valorizzare e ampliare l'universo dell'offerta già presente (es. Sanità), definendo progetti di welfare di impatto nazionale e garantendo l'accessibilità alle fasce più vulnerabili della popolazione.

Investimenti in funzione delle risposte da fornire al cliente, sono mirati a migliorare la sua capacità di anticipare e gestire il rischio, integrando aspetti ambientali e sociali, ad aumentare consapevolezza sui bisogni di tutela della salute e sul ruolo che il prodotto assicurativo è in grado di ricoprire, e quindi strumento di rilancio dei temi di Welfare e di integrazione del sostegno pubblico.

L'implementazione e l'efficacia di questi processi è monitorata costantemente dalla struttura di pianificazione strategica attraverso indicatori di performance previsti dal Piano Industriale.



L'inclusione finanziaria

L'offerta del Gruppo Unipol mira a tutelare e supportare la realizzazione dei progetti dei clienti favorendo una società più coesa e sostenibile. A questo scopo, il Gruppo realizza ricerche e studi per anticipare i bisogni emergenti dalle evoluzioni sociali e demografiche in ambito assicurativo, riconoscendo a pieno il valore sociale dell'assicurazione nel garantire benessere e sviluppo. Nel 2015 questi studi hanno portato allo sviluppo e alla promozione di prodotti e servizi idonei alle nuove esigenze, in particolare relativi a nuovi soggetti lavorativi con profili di rischio diversi e trasversali alle generazioni, e a nuove modalità di distribuzione.

L'adeguamento progressivo di strumenti e servizi in base alle nuove preoccupazioni che i clienti segnalano, rende ancora più evidente l'impegno strategico verso la sostenibilità perseguito dal Gruppo Unipol in tutte le fasi di produzione e commercializzazione dei prodotti e servizi e indirizzato a sensibilizzare la clientela all'adozione di comportamenti responsabili.

Garanzie innovative a diretto beneficio sociale

Grazie alle reti di partnership con i soggetti dell'economia sociale, il Gruppo offre prodotti i cui premi minimi di sottoscrizione sono volontariamente bassi, prescindendo dalla incidenza dei costi di gestione. È il caso delle polizze che rispondono a bisogni di categorie specifiche e ai nuovi profili di rischio. Tra essi possono essere sinteticamente individuati i giovani con occupazioni precarie e discontinue, gli adulti scarsamente professionalizzati espulsi dal mercato del lavoro, le famiglie mono-genitoriali con una donna capofamiglia e figli minori, gli anziani soli non autosufficienti, i padri separati, gli immigrati.

Agli immigrati è rivolta la polizza infortuni **"Arca 3 for you"** che, a fronte di un premio fisso di 48 euro, garantisce l'erogazione di un capitale in caso di decesso o un indennizzo nel caso di invalidità totale permanente a seguito di infortunio professionale ed extraprofessionale.

Alle preoccupazioni derivanti dalla precarietà lavorativa e conseguente riduzione del potere d'acquisto, il Gruppo presta particolare attenzione offrendo le garanzie accessorie **SalvaPremio** e **SalvaBenessere**. La prima, a titolo esemplificativo, è applicabile alle polizze

R.C. Auto e alle polizze Infortuni Premium, e si attiva in caso di eventi che rendano difficile per l'assicurato pagare la polizza, garantendo un indennizzo pari all'ultimo premio annuo lordo versato. Nel 2015 sono state vendute oltre 7.500 polizze contenenti questa garanzia per un ammontare di 4,5 milioni di euro. La seconda, che ha totalizzato una raccolta di 186 mila euro, è presente nelle polizze abitazione e fornisce un concreto aiuto economico in caso di perdita di impiego del contraente, sostenendo il tenore di vita familiare mediante il riconoscimento di una indennità che permette di fare fronte alle spese correnti della famiglia: bollette, rate mutuo, affitto, spese condominiali, ecc.

Alla salvaguardia del potere d'acquisto, sia delle famiglie che delle Piccole e Medie Imprese, si rivolge anche la modalità di acquisto dei servizi assicurativi con **rateizzazione mensile senza oneri aggiuntivi**. In particolare, i finanziamenti erogati su tutti i rami collegati alla possibilità di pagare il premio in rate mensili a tasso zero a fine dicembre 2015 ammontano a 674 milioni di euro, di cui 614 milioni di euro per le polizze R.C.Auto, 58 milioni di euro per le polizze dei rami Elementari e 2 milioni di euro per le polizze dei rami Vita. A fine 2015, l'adesione alla rateizzazione nelle polizze R.C.Auto incide per circa il 9% sul totale della nuova produzione.

Ai giovani è dedicato **UnipolSai Risparmio Giovani**, una tariffa il cui scopo è l'accumulazione nel tempo di un capitale da destinare ad un figlio o nipote per permettergli la prosecuzione degli studi o l'avvio di un'attività lavorativa; il prodotto offre anche una copertura assicurativa per il caso di morte o invalidità del parente-assicurato: al verificarsi di uno di questi eventi, la Compagnia garantirà il completamento del piano di risparmio.

Altri prodotti bancari sono dedicati, da una parte, a stimolarne il sentimento del risparmio (**Libretto L'Albero e Idea Young**), dall'altra, a supportare la crescita delle imprese a prevalente partecipazione femminile e delle lavoratrici autonome (Finanziamenti Imprese Femminili).

Nel settore bancario si segnalano inoltre 50 mila euro di **finanziamenti per le cooperative startup**, al fine di affiancare le cooperative neo-costituite o che hanno avviato la propria attività da non più di 36 mesi. Sempre nell'ambito del sostegno alle imprese cooperative, si evidenzia che il 9,8% degli impieghi di Unipol Banca sono riferibili a crediti destinati al mondo cooperativo, in calo di mezzo punto percentuale rispetto all'esercizio precedente.

Particolare rilevanza hanno anche i **crediti concessi alle cooperative di "Libera Terra"** per la gestione dei terreni e beni confiscati alle mafie, coordinate dal Consorzio Libera Terra. In quest'ambito, a fine 2015 risultano essere supportati 6 progetti per un valore complessivamente finanziato di 3,1 milioni di euro, di cui 2,3 milioni di euro di finanziamenti utilizzati al 31 dicembre 2015. Si segnala inoltre il sostegno finanziario della "Calcestruzzi Ericina" tramite un finanziamento ventennale per 700 mila euro, senza interessi e senza garanzia, concesso dalla Banca per la costruzione di un nuovo impianto di riciclaggio inerti. L'azienda, precedentemente confiscata alla mafia del trapanese, è oggi gestita da una cooperativa di sei soci, già lavoratori dell'azienda prima del sequestro.

Ulteriori iniziative da segnalare sono i **progetti di working buyout** che si traducono nel supporto finanziario offerto ai lavoratori di aziende in dissesto i quali, al fine di crearsi un'alternativa occupazionale e di salvaguardare il *know-how* acquisito, hanno costituito delle cooperative. A fine 2015 le cooperative coinvolte in operazioni di *working buyout* sono 13 per un totale di oltre 3,2 milioni di euro di supporto erogato.

Inoltre continua a essere proposta, sia per imprese ed esercizi commerciali (prodotti UnipolSai Impresa e UnipolSai Commercio) che per gli individui (prodotti UnipolSai Casa e UnipolSai Condominio), la **garanzia Terremoto**. Nel corso dell'esercizio, le polizze con garanzia Terremoto sono state quasi 68 mila, (+30% sull'esercizio precedente) per un ammontare di oltre 135 milioni di euro (in crescita di 285% sul 2014).

In coerenza con l'offerta assicurativa, al fine di supportare le vittime di calamità naturali, nel corso del 2015, Unipol Banca ha provveduto a stanziare plafond destinati a sostenere le popolazioni colpite da eventi alluvionali, finalizzati al ripristino di beni mobili e immobili danneggiati, per i quali sono stati realizzati prodotti di finanziamento e aperte linee di credito dedicate alla clientela retail.

In questo ambito, è da segnalare come UnipolSai abbia collocato sul mercato italiano il primo **catastrophe bond** contro il rischio sismico in Italia e nei Paesi confinanti. Il meccanismo permette un trasferimento del rischio tecnico dall'assicuratore agli investitori: gli investitori che decidono di acquistare questo tipo di obbligazioni ricevono un rendimento periodico e la restituzione del capitale a scadenza, ma al verificarsi della catastrofe naturale il capitale viene in parte utilizzato per sbloccare le risorse necessarie a far fronte ai danni derivanti dall'evento catastrofale.

L'obbligazione è stata un grande successo, visto che l'ammontare dell'emissione inizialmente doveva essere 150 milioni di euro ed è stato invece aumentato a 200 milioni, con ordini arrivati da 23 diversi investitori, tutti stranieri e in particolare americani, inglesi e svizzeri.



Integrazione Welfare pubblico – Sanità

Nel campo della salute, il Gruppo, attraverso la Compagnia UniSalute, attua un modello di business concentrato prevalentemente nell'erogazione di polizze sanitarie collettive attraverso Fondi, Casse e Mutue sanitarie rivolte a gruppi e aziende di ogni dimensione e settore: imprese artigiane, banche e istituti di credito, istituzioni politiche, istituti di vigilanza, associazioni di categoria ed enti previdenziali e assistenziali, fondi sanitari integrativi di categoria. Nel 2015 UniSalute ha gestito le coperture sanitarie di **29 Fondi Sanitari Nazionali di categoria**. Il 70% degli iscritti ai Fondi si trova nelle seguenti regioni: Piemonte, Lombardia, Veneto, Toscana, Emilia Romagna.

A fronte dei significativi cambiamenti nel servizio pubblico e nei bisogni dei cittadini, l'innovazione promossa dal Gruppo è caratterizzata dallo sviluppo di partnership con la Pubblica Amministrazione, con le categorie professionali e le Organizzazioni Socie per adeguare i servizi, ma anche l'universo di riferimento di tali servizi.

Elemento caratterizzante dell'offerta sanitaria del Gruppo è infatti il modello di **assistenza socio-sanitaria integrata**, che prevede la gestione personalizzata di percorsi di cura e consulenza medica di eccellenza nei casi di non autosufficienza e post ricovero. L'obiettivo a lungo termine del Gruppo Unipol è consentire ai cittadini di dotarsi di strumenti e risorse adeguate per sostenere le esigenze nella vecchiaia facendo fronte al problema dell'aumento delle prestazioni sanitarie legate all'invecchiamento della popolazione.

Questo impegno è testimoniato da un incremento, su base annua, del 13% del numero di assicurati Vita e Salute (dato aggregato della divisione Unipol di UnipolSai e UniSalute).

Sempre nell'ambito dell'offerta Vita/Salute, in continuità con l'approccio volto a proporre soluzioni in caso di non autosufficienza, nel corso del 2015 sono state vendute 888 nuove coperture **Long Term Care** nel comparto assicurativo del Gruppo per una raccolta complessiva di 468 mila euro nel 2015. Da segnalare inoltre per la protezione offerta in situazioni di grave invalidità, la garanzia "Stato Comatoso" che offre un'indennità a sostegno di coloro che si trovano a dover accudire una persona cara in stato temporaneo di coma nonché, in caso di stato comatoso superiore a 180 giorni, la parificazione al caso morte, con conseguente liquidazione del relativo indennizzo.

Integrazione Welfare pubblico – Previdenza

Nel ramo Vita, hanno particolare valenza sociale tutte le forme pensionistiche complementari. In questo mercato, il Gruppo Unipol occupa un ruolo di rilievo ed è presente in tutte le **forme pensionistiche complementari** dedicate sia ai lavoratori dipendenti che non, gestendo un patrimonio complessivo superiore ai 10 miliardi di euro, con oltre 583 mila iscritti.

Valori performance previdenziale dei fondi collegati a polizze Vita

	2015				Totale	2014	Var. %
	Fondi Negoziati	Fondi Preesistenti	Fondi Aperti	Pip		Totale	Variazione %
Numero iscritti	336.636	87.470	45.568	113.834	583.508	536.718	9%
Patrimonio gestito (milioni di euro)	2.807	5.863	720	819	10.209	9.438	8%
Numero fondi	14	47	8	9	78	79	-1%
Nuovi fondi aggiudicati	3	-	-	-	3	1	200%

Fonte: Direzione Vita UnipolSai e Direzione Generale Altre Società

I **Fondi Negoziati** in cui opera il Gruppo si suddividono in Fondi Pensione Negoziati e Fondi Pensione Preesistenti.

Tra tutti i comparti gestiti, 3 hanno una missione etica del portafoglio azionario. Si tratta di FondoPoste (Garantito), Fonte (Garantito), Solidarietà Veneto (Prudente).

Con riferimento ai Fondi istituiti dalle Compagnie del Gruppo, due sono le forme di previdenza complementare offerte ai clienti: i **Fondi Pensione Aperti** e i **Piani Individuali Pensionistici (PIP)** di cui all'art. 13, co. 1 del D. Lgs. 252/05.

Complessivamente i fondi collegati a polizze Vita a portafoglio sono 78 e il numero degli iscritti è pari a 583.508, con un incremento rispetto all'anno precedente del 6%. A questi si aggiungono altri 7 comparti di Fondi Pensione Negoziali gestiti senza garanzia per un ammontare di risorse gestite pari a 893 milioni di euro.

Per quanto riguarda il segmento dei Fondi Pensione Aperti, il comparto assicurativo del Gruppo Unipol è stato il primo in Italia a offrire nel 2001 un prodotto SRI - *Sustainable and Responsible Investment* di previdenza complementare gestito secondo logiche di sostenibilità sociale e ambientale: il comparto "Protezione Etica". Il secondo prodotto è comparso sul mercato dei Fondi Pensione nel 2006, cinque anni più tardi.

Il comparto "**Protezione Etica**" è uno dei quattro comparti del Fondo Pensione Aperto Unipol Insieme (iscritto all'Albo tenuto dalla COVIP con il n. 112) gestito da UnipolSai Assicurazioni; è classificato come "obbligazionario misto" e investe in un portafoglio diversificato di strumenti prevalentemente obbligazionari e marginalmente azionari della zona Euro. Gli asset di Unipol Insieme "Protezione Etica" sono interamente gestiti con criteri ESG (*Environmental, Social and Governance*) e ammontano a 80,3 milioni di euro (nel 2014 erano 73,7 milioni di euro), pari al 9,5% degli asset del comparto previdenziale corrispondenti ai prodotti SRI offerti e gestiti dal Gruppo. L'obiettivo di questo comparto è quello di realizzare un equilibrio armonico tra la performance economica e la performance sociale e ambientale delle imprese e dei Paesi in cui si investe, privilegiando titoli di realtà che si caratterizzano per comportamenti e attività "sostenibili e socialmente responsabili".

Oltre che sull'universo investibile, l'attenzione del Gruppo è concentrata anche sulla trasparenza delle informazioni: da anni il Gruppo pubblica per il comparto "Protezione Etica" un documento di rendicontazione volontario – il primo in Italia per un prodotto di previdenza complementare – dedicato agli aderenti e ai potenziali aderenti, che risponde al modello del "Codice Europeo per la Trasparenza degli Investimenti Sostenibili e Responsabili", emanato da Eurosif - *European Sustainable Investment Forum*. Analogamente, anche per le FIP – Forme Pensionistiche Individuali¹ e per i PIP – Piani Individuali Pensionistici attualmente in gestione, nei documenti obbligatori previsti dalla normativa COVIP, è pubblicata la percentuale (calcolata per ogni singolo FIP e PIP) degli investimenti che soddisfano i criteri ESG.

Garanzie innovative a diretto beneficio ambientale

La promozione dell'adattamento ai cambiamenti climatici e la protezione dai rischi derivanti da un aumento degli eventi catastrofici, è per il Gruppo Unipol un ambito di innovazione strategica: il gruppo di lavoro, avviato a fine 2014, ha approfondito le modalità tecniche per la predisposizione di una valida **copertura assicurativa per il rischio alluvione e per gli eventi catastrofici** e, con particolare riferimento alle PMI, ha rafforzato la capacità di valutazione sulla vulnerabilità ai rischi alluvione e allagamento. Ciò ha permesso di affrontare il rischio alluvione partendo dall'elemento fondamentale riguardante la geolocalizzazione dei beni assicurati; è a tal fine attiva una procedura che attribuisce l'informazione direttamente in fase di assunzione.

Per approfondimenti sull'avanzamento del gruppo di lavoro sui cambiamenti climatici si rimanda alla sezione "L'innovazione".

Unipol Banca, oltre a proporre prodotti di finanziamento per la riqualificazione energetica degli edifici, è capofila di un'operazione di finanziamento in pool grazie a cui sono finanziati progetti di valore ambientale per oltre 6 milioni di euro. A questi si aggiungono, nell'ambito dei finanziamenti di credito agrario concessi dalla Banca ai sensi dell'art. 43 del Testo Unico Bancario, finanziamenti in essere finalizzati alla realizzazione di impianti fotovoltaici, per un residuo finanziato di circa 20 milioni di euro.



¹ - Il PIP (Piano Individuale Pensionistico) è una forma pensionistica complementare individuale adeguato al D.lgs. 252/2005 mentre il FIP è una forma pensionistica individuale/un prodotto assicurativo assimilabile ad un fondo pensione non adeguato al D.lgs. 252/2005. Entrambi sono attuati mediante contratti di assicurazione sulla vita di ramo I e di ramo III (unicamente di tipo unit-linked) ed aventi finalità previdenziali. In proposito si segnala che per la classificazione dei rami si fa riferimento all'Art.2 del D.lgs. 209/2005



Le partnership

Oltre alle ricerche per anticipare i bisogni emergenti dalle evoluzioni sociali e demografiche, Unipol approfondisce con partner di valore potenziali coperture innovative. Combinare la propria lunga esperienza nell'assicurare le persone con la conoscenza di canali di distribuzione capillari e/o di nicchia, offre al Gruppo l'opportunità di aggiornare regolarmente la propria politica di selezione del rischio e considerare nuove forme di aggregazione della domanda e di proposizione dell'offerta dei prodotti e dei servizi.

Al fine di dare adeguata risposta ai bisogni espressi dal mondo del lavoro, il Gruppo ha instaurato saldi legami con le Organizzazioni Socie. Questo rapporto si sviluppa, in particolare, attraverso la loro partecipazione ai **Consigli Regionali Unipol (CRU)** e la stipula di convenzioni dedicate, che costituiscono uno specifico modello relazionale che fa perno sull'aggregazione della domanda espressa dagli iscritti e dagli associati. Con l'evoluzione delle dimensioni del Gruppo, la struttura CRU ha ampliato la propria attività verso le organizzazioni tradizionalmente non facenti parte dei Consigli Regionali Unipol, quali Confcommercio, Confagricoltura e Confcooperative. Verso queste Organizzazioni, così come anche verso Confindustria, la struttura CRU ha avviato un'attività di proposta di **convenzioni** di carattere generale, sul modello di quelle già sperimentate nel corso di anni di attività. Le convenzioni, nelle loro diverse tipologie, rappresentano da sempre una delle modalità principali di valorizzazione del rapporto che il Gruppo ha con le Organizzazioni Socie, sia in termini di offerta di prodotti e servizi a condizioni agevolate, sia come risposta ad esigenze specifiche. A fine 2015, i premi provenienti dalle convenzioni nazionali con le Organizzazione Socie hanno superato il miliardo di euro, con un incremento di quasi un punto percentuale. L'andamento sostanzialmente stabile è principalmente legato ai premi provenienti da CIA e Legacoop, seguite da CISL e UIL. Nel complesso, l'importo dei premi raccolti dalle convenzioni con le Organizzazioni Socie incide per l'8% della raccolta del Gruppo UnipolSai.

Finalizzata alla miglior prestazione di servizio all'assicurato, ma anche alla riduzione del danno, è la partnership con Belfor, leader nel settore del risanamento post-sinistro a seguito di danni da incendio, allagamento, e inquinamento. Ogni qualvolta si realizzano situazioni di emergenza o catastrofe naturale, il danno per un'attività produttiva è infatti sia di natura diretta (sui macchinari, sul capannone, ecc.) che di natura indiretta, in particolare derivante dall'interruzione dell'attività produttiva conseguente al sinistro. Questa condizione, nel caso degli eventi meteorologici accentuati dal cambiamento del clima, può generare un effetto domino, il cui rischio aumenta all'aumentare della dimensione e della distribuzione territoriale dell'azienda, che amplifica notevolmente l'esposizione e l'entità del danno. Per far fronte a questa condizione Unipol ha avviato una sperimentazione in Lombardia e in Piemonte per testare un nuovo servizio rivolto ai clienti business (in particolare le PMI), che prevede attività di prevenzione basate sulla definizione di **Disaster Recovery Plan e servizi di supporto post sinistro**, quali azioni di pronto intervento e salvataggio, che riducano al minimo i tempi di ripristino. In caso di danno l'azienda può infatti contare su un supporto immediato ed altamente specializzato nella gestione tecnica del sinistro, al fine di limitare ed eliminare il danno materiale.

Altra rilevante partnership in ambito sanitario è quella con **Faremutua**, società di mutuo soccorso che opera a livello territoriale e che conta tra i suoi soci fondatori Coop Alleanza 3.0, Coop Reno, LegaCoop Emilia Romagna e le sue organizzazioni territoriali. Grazie a UniSalute, i soci di Faremutua possono disporre di una gamma di piani sanitari dedicati e accedere a prestazioni sanitarie e assistenza socio-sanitaria di qualità a prezzi convenienti, per integrare il Servizio Sanitario Nazionale. Dopo l'esito positivo di una fase pilota, nel secondo semestre 2014 il progetto è entrato a regime ed è continuato nel 2015 raggiungendo un numero di assicurati a fine anno pari a 904.

L'offerta prevede infatti tre piani sanitari, con costi e gradi differenti di copertura socio-sanitaria, che possono essere sottoscritti direttamente presso il punto soci dei negozi e pagati alla cassa del proprio punto vendita abituale. Caratteristica del progetto è l'accessibilità alla sanità integrativa attraverso altri canali, utilizzando come criterio di aggregazione il bacino territoriale. Si vuole dare particolare attenzione alle persone che affrontano malattie croniche e i problemi della non autosufficienza, e in generale a chi ha minori tutele come i lavoratori autonomi, i precari o i fuoriusciti dal mondo del lavoro, le casalinghe.

L'innovazione

Nel corso del 2015 è proseguito l'impegno per sviluppare processi e modelli d'innovazione all'interno del Gruppo, con l'obiettivo di contribuire al rafforzamento della posizione competitiva del Gruppo e allo sviluppo di un'economia basata sulla conoscenza e l'innovazione promossa da Europa 2020.

L'approccio all'innovazione nel Gruppo è di tipo aperto e collaborativo, con l'obiettivo di mettere a sistema le conoscenze interne con le realtà di eccellenza della ricerca e dell'università, con il mondo dell'innovazione e della creazione di nuova impresa. Si tratta di una delle

forme attraverso cui Unipol realizza il proprio modello di business fondato sull'interconnessione tra l'impresa e la società. L'innovazione per Unipol ha un valore sociale, sia perché è volta a migliorare la qualità della vita dei suoi clienti, proteggendoli dai rischi in modo sempre più efficace, efficiente e automatizzato e intercettando nuovi bisogni emergenti, sia perché è un motore di crescita collettivo per il Paese.

L'innovazione direttamente collegata al business per i prossimi anni punta ad innovare processi e prodotti sfruttando le potenzialità della digitalizzazione, della sensoristica e dei big data.

Tra i progetti in corso di studio l'utilizzo dei dati presenti nelle "scatole nere" per migliorare il servizio e contribuire a migliorare la qualità della vita delle città (*smart city*), l'adozione di sensoristica e domotica domestica di supporto (*Internet of things*) e l'impiego del *Web Real Time Marketing*.

Quello della sensoristica è un trend che Unipol, prima tra le assicurazioni, ha seguito fin dal 2005 grazie all'installazione della "scatola nera" sulle auto. Questo dispositivo è in grado di monitorare le abitudini di guida, garantire immediato intervento in caso di sinistro e recuperare l'auto se rubata, ridurre il rischio di frode, e in futuro renderà la guida ancora più sicura, confortevole ed informata. In questo mercato, il Gruppo Unipol occupa una posizione di rilievo grazie ai 2,5 milioni di dispositivi installati in Italia.

Nel corso del 2015 importante e varia è stata l'attività su tematiche di innovazione di Unipol, con molte componenti dell'organizzazione del Gruppo coinvolte.

In particolare si è consolidata l'attività della funzione *Research and Development* in staff al Chief Risk Officer, con il compito principale di promuovere l'innovazione nei modelli alla base del business assicurativo.

È proseguita anche l'attività dell'IT Innovation Lab nell'ambito della funzione sistemi informativi, dedicato alla ricerca e alla sperimentazione di nuove tecnologie e soluzioni ICT (*Information and Communication Technology*) che possano abilitare innovazioni di business.

Grazie alla collaborazione tra Linear e la Direzione Servizi Assicurativi, che ha il compito di industrializzare e diffondere le soluzioni di servizio identificate, sono stati effettuati i primi test pilota presso la clientela delle "scatole" della casa, che fungono contestualmente da allarme in caso di ladri, perdite d'acqua e di gas, e si sono valutate le opzioni di strumenti indossabili per promuovere il benessere delle persone.

La possibilità per il cliente di accedere ai servizi offerti e interagire con il mondo Unipol servendosi di *device* differenti è al centro di un altro progetto promosso dalla Direzione Commerciale&Marketing, in particolare per l'implementazione su larga scala della multi-canalità integrata. Nel corso del 2015 è stata messa a disposizione dei clienti un APP per servizi assicurativi informativi in mobilità, che consente anche di accedere ad un servizio gratuito di supporto per prestazioni sanitarie: grazie alla collaborazione con la società specialistica del Gruppo UniSalute, è stato messo a disposizione di tutta la clientela R.C.Auto UnipolSai un servizio di consulenza e scontistica per le prestazioni di alta diagnostica, famiglia di prestazioni sanitarie per le quali l'accesso alla sanità privata registra il più alto tasso di utilizzo in Italia.

L'innovazione laterale e *disruptive* è stata invece coltivata grazie a **Unipol Ideas**, che lavora per identificare, promuovere e fare rete con start up che offrono servizi e prodotti per i nuovi bisogni di sicurezza, mobilità e tutela della persona.

In particolare, si è concluso il percorso di incubazione residenziale organizzato direttamente dal Gruppo presso Villa Cicogna, che ha coinvolto complessivamente sette start up e più di venti ragazzi. Il Gruppo è entrato direttamente nel capitale di due delle otto imprese, per supportarne lo sviluppo anche attraverso l'inserimento nella propria offerta dei servizi da queste sviluppati. Sempre nel 2015 Unipol Ideas ha partecipato al bando StartCup in partnership con I2P, l'incubatore del Politecnico di Torino, per premiare la migliore idea d'impresa che coniugasse domotica e sicurezza della persona. UnipolSai ha infine sostenuto l'apertura del primo incubatore mondiale nel settore assicurativo, organizzato da Startupbootcamp e a cui partecipano i maggiori player europei e mondiali in campo assicurativo. Il percorso di selezione ha previsto un tour mondiale per scoprire le idee più innovative e interessanti, le tecnologie più all'avanguardia e gli algoritmi più raffinati per rispondere ai bisogni di sicurezza emergenti. Gli incontri nelle varie capitali mondiali sono serviti anche come stimolo per far riflettere giovani talenti, imprenditori e ricercatori sui bisogni dei nuovi mercati assicurativi, promuovendo così l'emersione di innovazione. La selezione è terminata a dicembre e a gennaio 2016 è iniziato il percorso di accelerazione a Londra, che durerà fino ad aprile.



L'impatto del **cambiamento climatico** sul settore assicurativo è un altro ambito di ricerca e sviluppo significativo per il Gruppo. Si tratta infatti da un lato di un'opportunità di mercato che richiede una forte dose di innovazione di prodotto, tecnologica e digitale, ma dall'altro genera un aumento dei rischi per sé, ma soprattutto per i suoi clienti e le Amministrazioni Pubbliche con cui interagisce. Per presidiare meglio queste dinamiche che, tra l'altro, richiedono di ricostruire una mutualità che storicamente in Italia sugli eventi catastrofali manca, è stato creato, a fine 2013, un gruppo di lavoro con competenze e ruoli trasversali all'organizzazione il quale, durante tutto il 2014, ha lavorato per studiare il tema del cambiamento del clima e i suoi effetti sul territorio e definire un piano d'azione che qualifichi UnipolSai, nell'arco del prossimo Piano triennale, come la compagnia di riferimento su questi temi. Le azioni già realizzate sono state:

- la redazione di un documento strategico di posizionamento del Gruppo rispetto al cambiamento climatico. Questo lavoro si è accompagnato ad un'intensa attività di *advocacy* finalizzata a definire una normativa (e una prassi) chiara ed univoca nella gestione delle catastrofi naturali. In Italia infatti, a differenza della maggior parte dei paesi europei, il modello tradizionale di gestione dei danni causati dagli eventi catastrofali è di natura esclusivamente pubblica, e ha dimostrato la sua assoluta insostenibilità;
- l'avvio di un gruppo di lavoro tecnico per la predisposizione, insieme al Politecnico di Milano, delle basi dati e dei supporti informatici per poter offrire sul mercato una valida copertura assicurativa per il rischio alluvione e per gli eventi catastrofali;
- la costruzione di un modello di partnership pubblico-privato per diffondere conoscenza, in particolare verso le PMI, sulla valutazione del rischio e la gestione delle emergenze, e per trovare meccanismi virtuosi ed innovativi per aumentare la resilienza del territorio.

In linea con questi obiettivi, è stato presentato alla Commissione Europea un progetto in partenariato con il Comune di Torino, ANCI, il Coordinamento Agende 21 Locali, Cineas e UnipolSai. Il progetto, di cui il Gruppo Unipol è il capofila, è stato approvato ed è partito a settembre 2015. Il progetto **DERRIS** (*Disaster Risk Reduction Insurance*), ha come obiettivo quello di promuovere la resilienza al cambiamento climatico e agli eventi catastrofali ad esso collegati nelle PMI italiane, attraverso il trasferimento di conoscenza e la costruzione di strumenti per la valutazione e gestione dei rischi e degli eventi catastrofali. Il progetto prevede una fase pilota di test sul comune di Torino, e dal 2017 si estenderà ad altre 10 città italiane che vorranno, attraverso una partnership multi-stakeholder, lavorare insieme ai partner del progetto per aumentare la resilienza del tessuto imprenditoriale locale.

Per aumentare ulteriormente la focalizzazione sull'innovazione, in un contesto di mercato particolarmente dinamico dove le tradizionali barriere tra diversi settori merceologici stanno rapidamente diminuendo sotto la spinta tecnologica di digitalizzazione, sensoristica e big data, a partire da inizio 2016, tutte le principali aree organizzative coinvolte nei progetti maggiormente innovativi sono confluite nella nuova struttura di Innovazione con un **Chief Innovation Officer** e una specifica **Direzione Innovation & New Business Solutions** per il Gruppo, che si occupa di network dell'innovazione, scouting e start-up, analytics e big data, studi di mercato, ideazione-sviluppo e test di nuove soluzioni prototipali prevalentemente relative ai seguenti ambiti: evoluzione digitale, evoluzione dell'Internet of Things, big data e nuove soluzioni di servizio e offerta per i clienti.

Per meglio indirizzare le attività avanzate relative all'*Internet of Things* è stata inoltre costituita la società **Alpha Evolution** che si occuperà di telematica per l'automobile, per la casa e per la persona.

L'innovazione costituisce un patrimonio anche per chi opera all'interno dell'Azienda e aumenta le relazioni di partenariato. Per massimizzare attitudini e predisposizioni delle persone, Unipol promuove e sensibilizza al cambiamento, si impegna a creare condizioni di lavoro dinamiche, pur nell'ambito delle necessarie regole di organizzazione proprie di grandi realtà produttive complesse; si dota di quei fattori abilitanti che supportano questo processo: un budget, strutture e luoghi dedicati all'innovazione, team impegnati nella prototipazione, partnership strutturate con il mondo della ricerca. In particolare, a ulteriore rafforzamento di questo aspetto la nuova Direzione Innovazione si occuperà anche della diffusione della cultura di Innovazione presso i dipendenti del Gruppo, con una struttura ed iniziative specifiche.

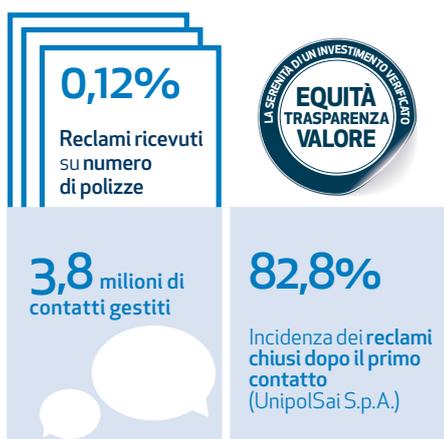
Clients sempre più connessi e con una molteplicità di modalità di accesso a informazioni e servizi sono un'opportunità per sviluppare nuovi servizi e per rafforzare il rapporto di fiducia a lungo termine. Per questa ragione la strategia del Gruppo, che comprende diversi canali per la relazione con i clienti, tra cui reti tradizionali, vendita diretta, internet e banche, è incentrata su un'analisi continua delle esigenze, delle abitudini e delle nuove aspettative dei propri clienti.

Per il Gruppo Unipol l'obiettivo è offrire soluzioni digitali di alto livello che integrino tutti i diversi canali di distribuzione, e contribuire all'evoluzione del rapporto con i clienti delle reti tradizionali. Tale sfida porta con sé la responsabilità di garantire che la privacy dei clienti sia protetta, ovunque e in ogni momento.

Per questo, leve fondamentali del rapporto con il cliente sono per il Gruppo la semplificazione, la trasparenza e l'innovazione concentrata prevalentemente su due aspetti: canalizzazione ed insourcing.

Semplicità e trasparenza per accompagnare il cliente ad un'adeguata e personalizzata gestione del rischio, come dimostrano anche le soluzioni di "nicchia" offerte per la prevenzione verso i nuovi rischi emergenti, la protezione delle imprese e la tutela del welfare familiare non altrimenti garantiti, per ragioni di capacità di spesa, dal servizio pubblico.

Innovazione perché un'offerta più ampia, più digitale e più adeguata alle esigenze individuali favorisce al tempo stesso la diffusione di comportamenti responsabili e l'accesso a coperture su nuovi rischi.



La correttezza nella vendita dei prodotti e dei servizi

Il rapporto con il cliente finale deve comunque tenere presente l'asimmetria informativa strutturale che esiste con la Compagnia di Assicurazione o la Banca. Il percorso del Gruppo Unipol, teso a ridurre questa asimmetria, si realizza con una crescente qualificazione dei prodotti offerti, promuovendo una comunicazione semplice e trasparente per consentire al cliente di effettuare scelte consapevoli. Nel caso dei prodotti assicurativi Vita della linea investimento, UnipolSai Assicurazioni ha sviluppato un percorso di certificazione in collaborazione con Bureau Veritas, società specializzata nei servizi di controllo, verifica di conformità e certificazione di Qualità. La certificazione prevede la verifica, da parte di Bureau Veritas, del rispetto da parte di UnipolSai di un **disciplinare di prodotto** secondo i valori di **trasparenza** (informazioni complete, comprensibili, tracciabili), **equità** (costo chiaro ed equilibrato) e **valore** (tutela del capitale e investimenti selezionati) del prodotto. L'ente di certificazione ha verificato il rispetto di questi valori attraverso il monitoraggio dei requisiti e di indicatori lungo tutto il processo, dall'individuazione del bisogno alla gestione del post-vendita, grazie a prassi organizzative trasparenti e

tracciate in ogni loro fase.

Gli aspetti rilevanti sono, da un lato, il rispetto dell'equilibrio tra la soddisfazione degli interessi del cliente finale, quelli della Compagnia e quelli della collettività, dall'altro, la ricerca di una comunicazione semplice e trasparente per consentire al cliente di effettuare scelte consapevoli. Attualmente la gamma dei prodotti Vita della Compagnia UnipolSai interessata dalla certificazione è la linea "Investimento", ad eccezione dei prodotti di ramo terzo che saranno oggetto di verifica nel 2016.

Sul disciplinare e sui requisiti che lo compongono è stato dedicato un corso e-learning completato dal 33% della rete vendita abilitata alla collocazione dei prodotti Vita. In termini di vendita, nel 2015, i prodotti oggetto di certificazione hanno rappresentato il 33% delle vendite dei nuovi prodotti Vita.

Per migliorare completezza e soprattutto comprensibilità ed accessibilità nelle comunicazioni tra UnipolSai e il cliente, è stato avviato il progetto "Albero", che prevede l'analisi del linguaggio impiegato nelle **comunicazioni** commerciali per renderle **chiare, trasparenti ed efficaci**. L'iniziativa ha riguardato le lettere inviate ai clienti in occasione della scadenza di polizza e dell'invio dell'attestato di rischio R.C. Auto, le comunicazioni relative alle quote a carico dei clienti che hanno utilizzato, in caso di sinistro, il circuito di carrozzerie in convenzione con Auto Presto & Bene, nonché le comunicazioni annuali dei rendimenti dei prodotti Vita e le lettere di conferma apertura sinistro R.C. Auto.

L'impegno del Gruppo Unipol si inquadra in un contesto di crescente attenzione al mercato dei servizi finanziari: il Consiglio Europeo ha adottato lo



scorso 14 dicembre la nuova direttiva sull'intermediazione assicurativa *Insurance Distribution Directive* (IDD) che adegua la precedente direttiva 2002/92/EC alle nuove tendenze del mercato in termini di canali distributivi e modalità di vendita: gli Stati membri hanno ora 24 mesi per recepirla. Il Provvedimento si pone l'obiettivo di stabilire le condizioni necessarie per una corretta concorrenza tra distributori di prodotti, aumentare il grado di tutela dei clienti (soprattutto con riguardo ai prodotti assicurativi Vita "di investimento"), identificare, gestire e mitigare i conflitti di interesse e infine migliorare l'adeguatezza e l'obiettività dei servizi di consulenza assicurativa.

Lo stesso impegno a garantire trasparenza e correttezza nell'offerta al cliente è declinato negli indirizzi di *customer care* delle Società diversificate, sia nell'offerta diretta ed attraverso intermediario di Atahotels, che nel catalogo prodotti delle Tenute del Cerro.

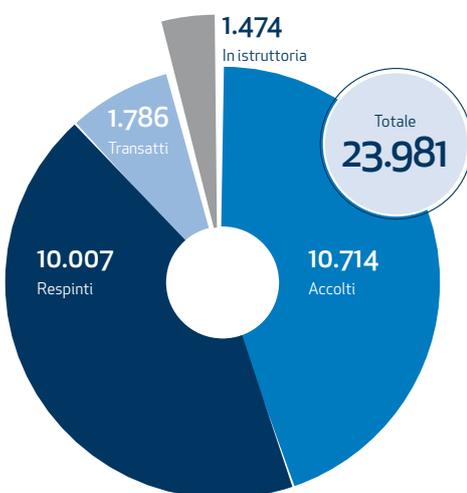
Nel complesso, per il Gruppo Unipol, i contatti gestiti dalle Società bancarie e assicurative nel corso del 2015 sono stati oltre 3,8 milioni, di cui circa 3 milioni riconducibili alle società specialistiche operanti nel canale diretto. I contatti si sono concretizzati nella gestione di 913 mila richieste formali di informazioni e assistenza per il canale diretto, per la quasi totalità di natura commerciale. Invece nel grafico seguente si può osservare la distribuzione delle medesime richieste per le Società assicurative tradizionali e la bancassurance.

Richiesta di informazioni e assistenza per tipologia

	2015	Incidenza%
Tecnica	158.072	39%
Vita	61.010	15%
Commerciale	84.779	21%
Sinistri	74.426	19%
Altro	25.783	6%
Totale	404.070	

Fonte: Direzione Legale, Partecipazioni e Relazioni Istituzionali UnipolSai e Direzione Generale Altre Società

Gestione dei reclami



Fonte: Direzione Legale, Partecipazioni e Relazioni Istituzionali UnipolSai e Direzione Generale Altre Società

Tutte le informazioni raccolte dai Servizi Assistenza delle Società del Gruppo sono catalogate e utilizzate per il miglioramento della qualità dei servizi/prodotti erogati secondo un processo strutturato e specifico per ciascuna entità.

La gestione dei reclami

L'approccio di tutte le Società del Gruppo alla gestione del contenzioso è improntato alla salvaguardia dell'interesse del cliente, e si propone di evitare, quanto più possibile, il ricorso all'autorità giudiziaria qualora insorgano eventuali controversie con i clienti. Viene preferita la ricerca di soluzioni stragiudiziali, anche al fine di evitare onerose dilatazioni dei tempi di gestione del contenzioso e dei relativi oneri a carico dei clienti.

Il ricorso a procedure giudiziarie avviene principalmente nel caso in cui si assista a evidenti tentativi di speculazione, a richieste eccessive o immotivate di risarcimento nonché in presenza di altri comportamenti dolosi.

Particolare importanza riveste quindi la funzione che accoglie i reclami e che fornisce assistenza specialistica ai clienti, non soltanto al fine di evitare o ridurre il verificarsi di casi sanzionabili, e quindi contenere il costo delle sanzioni conseguenti a reclamo, ma soprattutto per indurre nel Cliente la percezione di tutela e rispetto dei propri diritti e sostenere l'immagine di una Compagnia autorevole ed efficiente, così da consolidare nel tempo le buone relazioni, in particolare rimandando al contatto con l'Agente, ossia con "l'attore" più vicino al Cliente.

Dalle rappresentazioni per gestione e per area sono esclusi i reclami della Società Ddor Novi Sad, perché non applicabili le ripartizioni previste da IVASS. I reclami registrati nel 2015 da Ddor Novi Sad sono stati 2.177 con una incidenza sul numero di polizze pari a 0,39%.

Complessivamente, i reclami sono in incremento nel 2015, in particolare i reclami dell'utenza relativi all'Area Sinistri sono aumentati per UnipolSai Assicurazioni del 17% a fronte di una riduzione di pari percentuale delle denunce di sinistro; i reclami Vita, sia pure su un dato

numerico di partenza non particolarmente rilevante, sono aumentati del 20%.

I reclami accolti, che hanno riconosciuto completamente le ragioni dell'utenza, sono aumentati numericamente del 58% anche in conseguenza dell'allargamento del perimetro di rendicontazione. Tenuto conto della sola Compagnia UnipolSai, la percentuale di reclami chiusi dopo il primo contatto è dell'82,8%.

Le Società del Gruppo possiedono vari canali attraverso i quali ricevono indicazioni sulle esigenze e sul livello di soddisfazione della propria clientela: gli addetti di filiale o gli operatori di call center dedicati, che alimentano statistiche mensili sugli esiti dei contatti telefonici che intrattengono con i clienti, piuttosto che ricerche e sondaggi che permettono di rilevare il grado di soddisfazione della clientela. Per le Società che operano nel canale diretto, esistono strumenti di "ascolto" di ciò che viene detto in rete.

Per UnipolSai Assicurazioni viene esercitata un'azione costante di monitoraggio della soddisfazione del Cliente (esterno) e referente (interno) affidata alla società di ricerche di mercato AstraRicerche nell'ottica di dedicare la massima attenzione al Cliente, e fornire riscontri personalizzati, valutando ove possibile il peso globale sul portafoglio dell'azienda utilizzando lo strumento di *CRM analysis*.

Inoltre, nel corso del 2015, è stata condotta un'indagine di **customer satisfaction** da Cerved Group, tramite interviste telefoniche (CATI) e web (CAWI), rivolta ai possessori di polizze R.C. Auto, e in particolare focalizzata sulla qualità nella relazione con gli Agenti e nel servizio offerto dalla Compagnia.

La Compagnia evidenzia un buon livello di soddisfazione (95,9%) complessivo in linea con lo standard di mercato delle Compagnie tradizionali (95,0%). La valutazione risulta positiva anche nella gestione sinistri e segnatamente si segnala un ottimo livello di soddisfazione nella semplicità della gestione della pratica del sinistro.

Nelle Società Diversificate è di particolare rilievo l'impegno di Atahotels tramite il sistema "Atahotels Quality Satisfacion" (AQS), che permette al cliente di esprimere giudizi e note relativamente ai diversi motivi del suo soggiorno. In particolare Atahotels, per confermare le aspettative degli ospiti, ha creato un sistema di controllo dei servizi basato sull'integrazione tra gli standard di accoglienza riconosciuti a livello internazionale ed un modello di gestione e regole operative a favore della qualità e dell'ambiente. Nel 2015 sono stati effettuati 15 audit interni per verificarne il rispetto.

La sicurezza dei dati e delle transazioni in rete

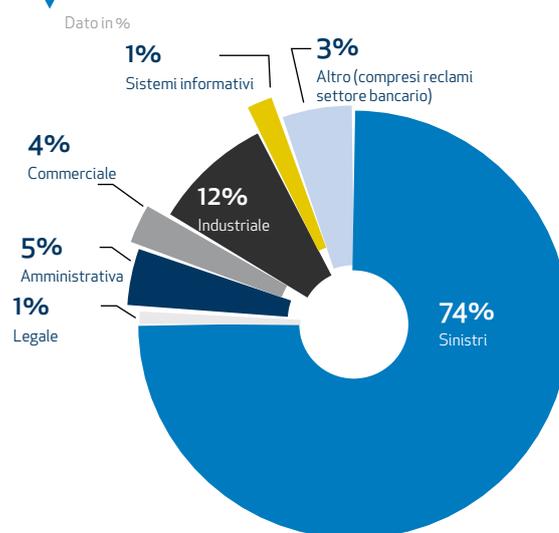
Il Gruppo Unipol tutela le proprie banche dati informatiche e cartacee dai rischi di perdita, furto, distruzione, accesso abusivo, alterazione, diffusione dati non autorizzata e trattamento non consentito o non conforme agli scopi della raccolta, tramite l'adozione di misure di sicurezza e la definizione e applicazione di policy.

Il tutto avviene in base alla periodica valutazione dei rischi finalizzata ad un'analisi delle vulnerabilità, propedeutica alla programmazione annuale degli interventi di sicurezza, nel rispetto delle normative in materia di sicurezza delle informazioni e di protezione dei dati personali.

Le misure di sicurezza e le policy adottate concernono principalmente le infrastrutture tecnologiche, le figure a cui è demandata la responsabilità in ambito privacy, i documenti e le comunicazioni aziendali riguardanti le misure finalizzate a garantire la sicurezza dei documenti contenenti dati personali sia su supporto cartaceo che su supporto informatico e la documentazione dedicata alle agenzie e a tutti i dipendenti delle aree commerciali.

Inoltre tutti gli utenti delle infrastrutture tecnologiche di proprietà del Gruppo sono destinatari di una Guida che, nel caso dei lavoratori dipendenti, costituisce parte integrante dei Regolamenti aziendali di disciplina e delle disposizioni interne delle Società in materia di privacy. Le Linee Guida contengono specifiche indicazioni riguardo alle finalità e modalità del trattamento dei dati personali generati dall'utilizzo, da parte dei dipendenti e collaboratori delle Società, degli strumenti elettronici loro assegnati. La stessa Unipol Banca

Ripartizione dei reclami per area



Fonte: Direzione Legale, Partecipazioni e Relazioni Istituzionali UnipolSai e Direzione Generale Altre Società



tratta dati personali di terzi – clienti effettivi e potenziali, collaboratori, fornitori ecc. – adottando da sempre ogni misura necessaria per garantirne adeguatamente la riservatezza e la sicurezza. Ai dipendenti che trattano dati personali sono state fornite istruzioni specifiche e sono destinatari di un piano di formazione ed aggiornamento continuo, affinché siano acquisiti i soli dati personali strettamente necessari all'espletamento dei servizi richiesti o delle finalità per cui sono stati raccolti, fornendo specifiche informative/consenso. Per il comparto assicurativo le Linee Guida declinano anche i principi di comportamento ed i vincoli per gli agenti. Si segnala che nel 2015, per le Società operanti in Italia, sono pervenuti 52 reclami in materia di tutela dei dati personali, ai quali è stato dato opportuno riscontro. Di questi reclami, 16 (5 per UnipolSai e 11 per UniSalute) sono stati inoltrati dal reclamante all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali. A questi si aggiunge un solo reclamo in materia di tutela dei dati personali riconducibile alla Compagnia Ddor Novi Sad.

La consulenza personalizzata

Per mettere il cliente nelle condizioni di scegliere adeguatamente il prodotto, in primo luogo deve essere garantita una comunicazione completa, trasparente ed accessibile.

La comunicazione con il Cliente è realizzata attraverso una molteplicità di strumenti, per massimizzare le informazioni per lui disponibili e rafforzarne la fiducia. A tal fine, i siti del Gruppo e di tutte le Società vengono quotidianamente aggiornati. Per incrementare la trasparenza e la completezza delle informazioni verso il cliente, le Società del Gruppo hanno sviluppato modelli di comunicazione coerenti e di supporto alla multi-canalità integrata. Si mira ad utilizzare sistemi a basso impatto emotivo, ad esempio in UnipolSai si invita il cliente ad utilizzare il preventivatore on line per il calcolo in autonomia del proprio preventivo, da portare poi in agenzia, così da costruire la relazione non su un'evocazione ma su un oggettivo patto di servizio. Il preventivatore, attivo da ottobre 2013, funziona nel rispetto del totale anonimato del potenziale cliente, in modo tale da non attivare modalità invasive nei processi di scelta individuali, e al tempo stesso migliorare l'efficienza del processo grazie a risposte tempestive, complete ed affidabili.

Nel corso degli ultimi anni si sono sviluppate inoltre alcune soluzioni digitali innovative. Le nuove App sono concepite per la fruizione in mobilità di tutti i servizi messi loro a disposizione dalle compagnie assicurative, a partire da visualizzazione delle garanzie in essere, le scadenze e i contatti dell'agenzia di riferimento, e permettere l'accesso alle funzioni di più frequente utilizzo per risposte immediate 24 ore su 24, e 365 giorni all'anno. I siti sono stati oggetto di evoluzione attraverso la realizzazione di nuove pagine interne a sostegno del servizio alla clientela e attraverso la revisione delle pagine di prodotto, al fine di renderle maggiormente fruibili.

Le Società dirette hanno introdotto nell'ultimo anno ulteriori funzioni nel sito, nell'App e anche nei social media, come nel caso di Linear, con l'obiettivo di semplificare al massimo l'accesso ai servizi per i clienti (apertura di un sinistro, aggiornamento documentazione ecc.), renderli tempestivi ed esaustivi, e garantire le dovute risposte a richieste di chiarimenti.

La digitalizzazione rappresenta un ulteriore strumento per poter accompagnare al meglio il cliente nel processo di scelta, per questo tanto il settore bancario quanto quello assicurativo hanno adottato il sistema web, rispettivamente nella forma dell'*home banking* e dell'*home insurance*, che garantisce tempi brevi di risposta ai clienti ed un'efficace gestione della documentazione contrattuale. Grazie all'adozione di queste soluzioni e al ricorso, per esempio, alla firma digitale e all'utilizzo di strumenti di lavoro innovativi come *smartphone* e *tablet*, si sono sviluppate modalità per supportare il cliente nella adeguata scelta del prodotto e si sono ridotte la burocrazia e la documentazione cartacea.

Attraverso questi canali le Società del Gruppo promuovono forme di comunicazione accurate, equilibrate, non mal interpretabili. Grazie alle nuove tecnologie, i clienti possono usufruire di opinioni di esperti e specialisti soprattutto nella fase di acquisto rendendo trasparente la formazione dei costi, le condizioni, i premi, le commissioni e le corrette informazioni sui rischi connessi ai prodotti. L'impegno ad instaurare una relazione trasparente, fornendo al cliente prodotti adatti alle proprie esigenze, è un tema fondamentale per il Gruppo Unipol: la fedeltà del cliente dipende infatti dal trattamento, dai servizi offerti e dal marketing responsabile. Le Società del Gruppo sono presenti inoltre nei principali social con Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, dove sono veicolati contenuti commerciali e di utilità in chiave informale e bidirezionale. Sono mantenute, d'altro canto, le soluzioni più tradizionali, come l'estratto conto trimestrale, per la promozione di prodotti bancari di sviluppo commerciale e l'aggiornamento sulle iniziative culturali e sociali.

Nel caso delle Società specialistiche che operano sul mercato diretto, riveste particolare importanza la comunicazione sul web, e quindi, mai come in questo caso, il processo di innovazione è continuo per cogliere le sfide poste dal mercato. Con l'affermazione di concetti quali chiarezza, trasparenza, velocità e intuitività, si vuole perseguire l'obiettivo di stabilire un rapporto di maggiore prossimità col cliente.

Allo strumento del web si aggiunge la Centrale Operativa telefonica con operatori specializzati e medici sempre presenti, e la Centrale Operativa di assistenza.

Anche per le Società diversificate il sito web è diventato centrale nella relazione diretta: Tenute del Cerro ha costituito un apposito portale di e-commerce, mentre Atahotels ha ridefinito il suo sito, con particolare attenzione allo sviluppo delle funzionalità dirette.

Infine, per migliorare la capacità di supportare il cliente a comprendere i propri bisogni e a trovare la giusta soluzione assicurativa anche in agenzia, UnipolSai ha scelto di sviluppare due figure specialistiche: il **Tutor PMI**, per aiutare l'impresa ad identificare i potenziali rischi a cui è esposta e trovare le migliori opportunità, e il consulente **Family Welfare**, una figura dedicata ad aiutare le persone a scegliere soluzioni opportune nelle diverse fasi della vita.

L'ambizione di offrire a tutti i clienti, provenienti sia da canali tradizionali che mobili, servizi vicini alle loro esigenze reali e individuali, si traduce nella ricerca costante di momenti di ascolto e dialogo, nel supporto e assistenza per la corretta comprensione e fruizione degli stessi prodotti e servizi.

A questo scopo, il Gruppo si impegna a gestire con correttezza ed equità ciascuna fase della relazione con il cliente attraverso supporto tempestivo e assistenza puntuale.

Per tutte le Società del Gruppo è importante gestire con trasparenza, equità e distintività la fase del post-vendita, che nel settore assicurativo si realizza nella efficienza del processo di liquidazione dei sinistri, momento fondamentale nella costruzione del valore e nel rapporto fiduciario con il cliente.

Il supporto e l'assistenza sono orientati alla massima soddisfazione del cliente. A questo scopo, sono attivi programmi di formazione rivolti agli agenti orientati alla corretta gestione del rapporto con il cliente, oltre a specifici servizi di assistenza i cui riferimenti sono sempre segnalati all'interno dei contratti, sistemi di valutazione della conformità normativa dei documenti contrattuali ad ogni fase di sviluppo del prodotto e diverse strutture per la rilevazione della qualità del servizio, che deve riguardare non soltanto gli assicurati, ma anche il rapporto della società con agenti e partner.

L'insieme delle iniziative consente di ottenere una diagnostica completa della soddisfazione del cliente.

Le politiche messe in atto per garantire l'efficienza dei processi liquidativi sono tese all'allineamento con le migliori pratiche in essere nel Gruppo e alla diffusione di forme di riparazione direttamente gestite dalle Compagnie per ridurre i tempi di liquidazione e favorire il contatto diretto con il danneggiato, evitando così inutili e costose intermediazioni.

Nell'ambito dei processi di liquidazione dei sinistri, il Gruppo Unipol si è dotato di strumenti di pianificazione e controllo per guidare la scelta dei progetti di miglioramento e valutarne l'efficacia. Nella sezione dedicata al Piano di Sostenibilità 2013-2015 sono evidenziati l'avanzamento rispetto agli obiettivi individuati a riguardo.

La fidelizzazione del cliente

La fidelizzazione è una leva fondamentale per mantenere la propria posizione di leadership sul mercato, per questo motivo il Gruppo Unipol investe nella **ricerca di servizi e soluzioni di valore** che, attraverso le sinergie tra le società del Gruppo, producano una risposta di valore inimitabile.

A partire dal primo gennaio 2015 UniSalute gestisce i processi liquidativi di tutti i prodotti malattia del Gruppo Unipol in essere, sia per i sinistri rimborsuali che per quelli diretti, attraverso l'utilizzo della propria rete convenzionata, e continuerà a gestire tutta la nuova produzione di polizze malattia del Gruppo. La scelta di riunire in un unico polo le attività malattia per l'intero Gruppo, è dettata dalla



specializzazione, dai risultati in crescita e dalla capacità gestionale di UniSalute.

Inoltre, anche nel 2015, continua l'attività di consulenza UniSalute per offrire ai danneggiati, coinvolti in incidenti con assicurati Linear, la possibilità di usufruire gratuitamente di un percorso integrato di cura e di assistenza socio-sanitaria per intervenire sui danni fisici e

psicologici conseguenti a un incidente automobilistico.

Nella gestione dei danni fisici di entità contenuta UniSalute mette a disposizione i propri centri fisioterapici convenzionati agli assicurati R.C.Auto di Linear Assicurazioni, che quindi possono fruire di questo servizio innovativo.

L'impegno a prendersi cura del cliente in modo innovativo si riscontra anche nelle Società Diversificate dove, ad esempio, Atahotels ha sperimentato nel periodo Expo 2015 la funzione della "Guest relation" plurilingue in supporto al ricevimento, al fine di gestire in maniera personalizzata, proattiva ed efficace l'assistenza all'ospite durante la sua permanenza in hotel.

La modalità d'eccellenza per misurare la fidelizzazione è l'anzianità media di rapporto: nel caso di UnipolSai il 25% degli assicurati ha una fedeltà superiore ai 15 anni, percentuale che supera il 67% se si considera chi è cliente da più di 6 anni. La stabilità del rapporto che lega il Gruppo ai suoi clienti è dimostrata anche dall'indice di cross-selling: sempre nel caso di UnipolSai, ogni cliente risulta a fine 2015 titolare in media di 1,67 polizze, considerando sia il comparto Danni che quello Vita.

Tra le modalità di rilevazione è sicuramente importante anche il *Net Promoter Score* (NPS, tasso di promotori al netto dei detrattori), che in UnipolSai è positivo e vale 9,8 pur presentando una quota di promotori inferiore rispetto allo standard di mercato, caratteristica che penalizza l'indicatore.

In Linear il progetto NPS è alla base della relazione con i clienti, ogni verbatim viene letto e

utilizzato per intervenire sui processi in modo tempestivo ed innovativo.

9,8

Net Promoter Score (UnipolSai S.p.A.)
su uno standard di mercato di 13,5 delle
compagnie tradizionali

75,7%

- 1pt% rispetto al 2014

Velocità di liquidazione dell'esercizio
corrente (UnipolSai S.p.A.)

29,4%

Risarcimenti canalizzati nelle forme
di riparazioni direttamente gestite
dalla Compagnia sul totale risarcimenti
(UnipolSai S.p.A.)

Il servizio al cliente nel post vendita

Correttezza ed equità nella risposta in caso di sinistro

Nel corso del 2015 sono proseguite le azioni finalizzate a migliorare l'efficienza dei processi liquidativi e gestionali, per rafforzare la modalità di servizio ai clienti e di relazione con la rete agenziale.

È stata avviata la riorganizzazione della Direzione Sinistri, che riguarda sia gli uffici di direzione che quelli dislocati sul territorio, basata sulla specializzazione per ramo, con l'obiettivo di uniformare le procedure di gestione dei sinistri. Tale processo trova giustificazione nell'elevata specificità dei singoli rami e prevede l'individuazione di una univoca responsabilità e di un processo liquidativo maggiormente focalizzato al raggiungimento degli obiettivi aziendali. La Direzione Sinistri di UnipolSai Assicurazioni effettua l'attività liquidativa per i rami R.C.Auto, R.C.Generale, Infortuni e *Property* (Incendio, Furto, Rischi Tecnologici, Guasti macchina e Altri Danni Beni), mentre per i sinistri appartenenti a determinate tipologie (es. Cauzioni, Trasporti, Grandine, Tutela Giudiziaria, Assistenza) la liquidazione è affidata a strutture accentrato facenti capo alla Direzione Generale Assicurativa o a soggetti esterni (prevalentemente nell'ambito di contratti particolari intermediati da brokers o per il ramo Assistenza). Per il ramo Malattia la liquidazione è affidata ad UniSalute. A presidio delle attività amministrative di ciascuna Macro Area Liquidativa Auto e Area R.C.Generale/Infortuni sono stati predisposti supporti amministrativi dedicati. L'attività di liquidazione si avvale di strutture diversificate in funzione del tipo di sinistro: il Call Center, quattro sedi direzionali, dodici macro aree territoriali che includono nove aree metropolitane e 81 Centri di liquidazione a cui fanno capo le singole Unità Liquidative.

L'attività di liquidazione prevede il coinvolgimento di diversi soggetti che con il loro operato concorrono alla correttezza, efficienza e qualità del servizio erogato. Per il Gruppo UnipolSai sono coinvolti periti, medici, liquidatori con i quali il Gruppo ha scelto di stringere accordi di partnership sul territorio. Ne emerge, in Italia e all'estero, una rete fiduciaria di 1.347 periti, 488 medici legali e 1.430 legali.

Il controllo e il contenimento del costo medio sono azioni previste nel Piano Industriale, alla cui realizzazione contribuisce il progetto "scatola nera" con sperimentazione sulla liquidazione telematica: l'implementazione dell'utilizzo delle informazioni contenute nella

scatola nera in fase di liquidazione (verificando la coerenza tra quanto dichiarato e l'effettiva dinamica dell'evento) produce molteplici vantaggi, primo fra tutti il contrasto alle frodi (rafforzandone la prevenzione), la riduzione delle tempistiche di gestione del sinistro e la diminuzione della litigiosità in ambito liquidativo.

Sempre con l'obiettivo di migliorare il servizio ai clienti, è stato esteso e implementato il **CPM (Centro di Prenotazione Medica)**, servizio di prenotazione che coordina medico fiduciario e danneggiato nella programmazione della visita medica, da effettuare presso un ambulatorio costituito all'interno dell'ispettorato, per una tempestiva valutazione dei danni fisici subiti dal cliente. I benefici del servizio coinvolgono tutti gli interlocutori del processo, riducendo i tempi di liquidazione e favorendo il contatto diretto con il danneggiato, evitando così inutili e costose intermediazioni.

Il miglioramento nel presidio dei processi di riparazione è perseguito anche attraverso lo sviluppo del nuovo sistema informatico sinistri **"Liquido"**, che consente di inserire dati, recuperare e condividere informazioni e ottenere una reportistica dettagliata così da rendere più fluide, dinamiche ed efficaci le attività dei liquidatori. "Liquido" è inoltre integrato con altri sistemi interni ed esterni (contabilità, ANIA, portale fiduciari e molti altri ancora), riuscendo così a profilare ogni singolo sinistro e a recepire informazioni dal portafoglio su più livelli di aggregazione con un dettaglio crescente.

L'introduzione del nuovo sistema sinistri impatta positivamente su tutti i principali processi organizzativi sottesi alla rilevazione, gestione e liquidazione dei sinistri. In particolare, offre vantaggi a favore dell'operatività individuale in termini di monitoraggio puntuale delle attività da svolgere per la gestione del sinistro, permettendo una comprensione immediata dello stato di avanzamento della pratica. Nel sistema sono infine stati disegnati e realizzati nuovi modelli di gestione dell'antifrode, per identificare in modo puntuale e certo i soggetti che hanno messo in atto un comportamento fraudolento. Complessivamente, l'attuazione di una più attenta, corretta e puntuale modalità di pagamento del sinistro produce un vantaggio sistemico di vasta portata che si concretizza, ad esempio, nell'adeguamento delle tariffe a beneficio del cliente.

Negli ultimi anni, in un mercato sempre più competitivo e caratterizzato da una forte concorrenza di prezzo, UnipolSai ha rafforzato l'offerta al cliente di un servizio post vendita ampio e di qualità grazie al potenziamento delle Società specializzate. In tale contesto, con l'obiettivo di massimizzare il presidio diretto sull'intera filiera di gestione del sinistro, la Compagnia si avvale di un modello gestionale innovativo che comporta l'acquisto diretto e la conseguente gestione logistica dei pezzi di ricambio, controllando in modo puntuale l'approvvigionamento e internalizzando la riparazione.

In particolare, attraverso **Auto Presto & Bene**, è possibile gestire l'acquisto dei pezzi di ricambio in modo centralizzato, garantendo la qualità dell'intervento e al contempo massimizzandone l'efficienza, ma anche consolidando ulteriormente il rapporto con le carrozzerie convenzionate. Infatti, le carrozzerie gestite con il modello Auto Presto & Bene, sono selezionate secondo severi criteri di qualità e attraverso l'utilizzo di strumenti di supervisione e controllo di tutte le attività di autoriparazione. Complessivamente, i risarcimenti canalizzati nelle forme di riparazioni direttamente gestite dalla Compagnia sono pari al 29,4% del totale risarcimenti, registrando un incremento annuale di un punto percentuale. Auto Presto & Bene prende in carico direttamente il mezzo danneggiato, garantendone per 10 anni la riparazione effettuata.

Nel corso del 2015, questo modello di riparazione innovativo è stato ulteriormente diffuso. In considerazione dell'incidenza del costo dei pezzi di ricambio sugli indennizzi dei sinistri e delle economie di scala ottenibili appunto dalla gestione centralizzata di tali acquisti, i benefici economici conseguibili, sia dal punto di vista dell'impresa che del cliente, sono significativi.

Inoltre, grazie al **network My Glass**, specializzato nella riparazione e sostituzione dei cristalli degli automezzi, non solo è fornito un servizio diretto agli assicurati UnipolSai, ma è anche garantito un rapporto più equo tra produttori e clienti, offrendo un'alternativa all'offerta di mercato estremamente concentrata.

La sintesi emblematica dell'approccio orientato al post vendita è offerta dal **Centro Servizi UnipolSai**, che rappresenta un primo esempio di controllo diretto dell'intera filiera di gestione dei sinistri. La soddisfazione del cliente è posta al centro delle diverse attività, che non si limitano più alla liquidazione del danno, ma accompagnano il cliente dal momento del sinistro, in funzione delle sue preferenze, fino alla soluzione di tutte le problematiche relative alla riparazione e riconsegna del mezzo. A fine 2015, la percentuale di clienti liquidati e riparati

Velocità di liquidazione
Rami Danni - Esercizio corrente

75,7%

UnipolSai

76,2%

Liguria

81,0%

UniSalute

77,4%

Linear

68,7%

Arca Assicurazioni

Fonte: Direzione Controllo di Gestione e Fiscale e Direzione Generale Altre Società



nel Centro Unipol Servizi di Bologna è pari al 12% sul totale liquidato della provincia del capoluogo emiliano.

Infine nel 2015 è proseguito il trend di diminuzione del numero globale dei sinistri denunciati, mentre la velocità di liquidazione¹ dell'esercizio corrente dei rami Danni si è complessivamente ridotta di circa un punto percentuale.

¹ Per velocità di liquidazione si intende il rapporto tra i sinistri liquidati e i sinistri da liquidare (al netto dei sinistri chiusi senza seguito).

Al 31 dicembre 2015 si è concluso il Piano di Sostenibilità 2013-2015. Per il triennio, il Gruppo ha articolato il Piano in dieci politiche, a cui corrispondono altrettanti *Key Performance Indicators* (KPI), il cui avanzamento è stato monitorato semestralmente e reso pubblico nel sito del Gruppo Unipol.

I tre anni di attuazione del Piano di Sostenibilità sono stati l'occasione per proseguire l'approccio strategico alla sostenibilità volto ad integrarla nel business e a renderla elemento trasversale ai processi decisionali e gestionali del Piano Industriale di Gruppo. Nel corso dell'anno, lo stato di avanzamento degli indicatori che compongono il Piano Industriale e quello di Sostenibilità è presentato contestualmente, con cadenza semestrale, in Alta Direzione e al Comitato per la Sostenibilità del Consiglio d'Amministrazione, composto da soli consiglieri indipendenti.

Sette obiettivi target su dieci sono stati raggiunti: in particolare sono stati ampiamente superati i target nel caso delle politiche di promozione di modelli e servizi innovativi di welfare, che hanno portato all'incremento del 20% del numero di assicurati Vita/Salute; nonché il numero di persone beneficiarie dell'offerta di supporto al territorio, in partnership con gli altri attori sociali, incrementato del 50%.

Altrettanto positivi i risultati raggiunti nella limitazione degli impatti ambientali, grazie ad una riduzione delle emissioni dirette di CO₂ a perimetro omogeneo al 2013 pari a quasi il doppio dell'obiettivo; nella diffusione della rateizzazione delle polizze per supportare la perdita del potere d'acquisto delle persone e delle imprese, che ha raggiunto il 9% delle nuove polizze; nell'incremento dei clienti con risarcimento in forma specifica per innovare la componente di servizio ai clienti sia nei contenuti che nella modalità di fruizione.

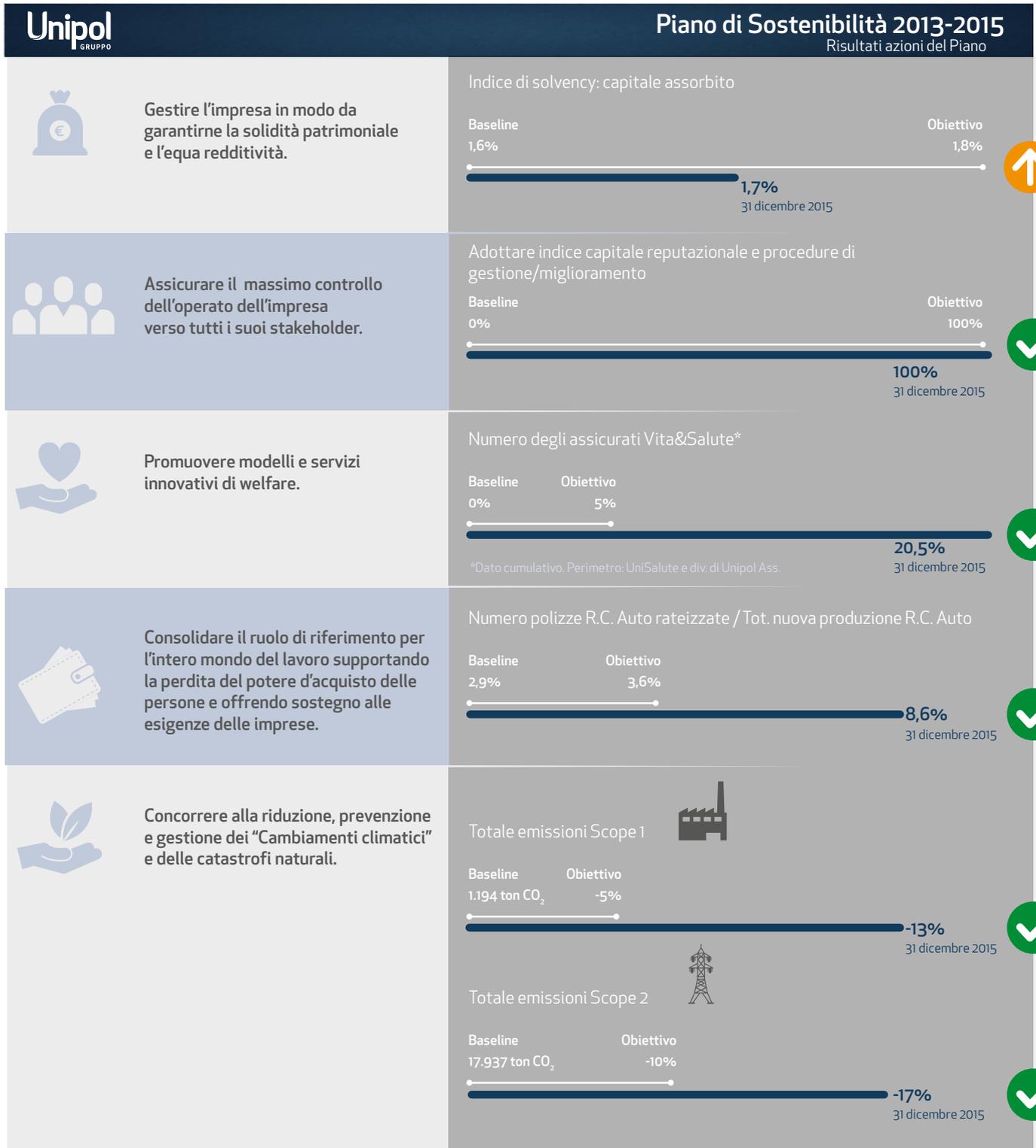
Hanno raggiunto il target definito anche l'intervento di promozione nel mondo del lavoro dei giovani, misurata con l'incidenza degli under 45 nel *middle management* e l'introduzione degli indici di valutazione del capitale reputazionale, attraverso la costruzione di mappe di posizionamento che tenessero in considerazione le aspettative degli stakeholder e le risposte del management del Gruppo, individuando così i punti di forza e le aree di potenziale rischio reputazionale.

Tra gli obiettivi ancora in corso e che si concluderanno, seppure in ritardo rispetto agli impegni, ci sono: il superamento dello standard di mercato del *Net Promoter Score* R.C.Auto, che è preso a riferimento per innovare e migliorare la relazione con il cliente, e la presenza in almeno otto dei principali indici di sostenibilità. In entrambi i casi l'andamento registrato nel triennio è migliorativo, ma non sufficiente a determinare un completo raggiungimento dell'obiettivo.

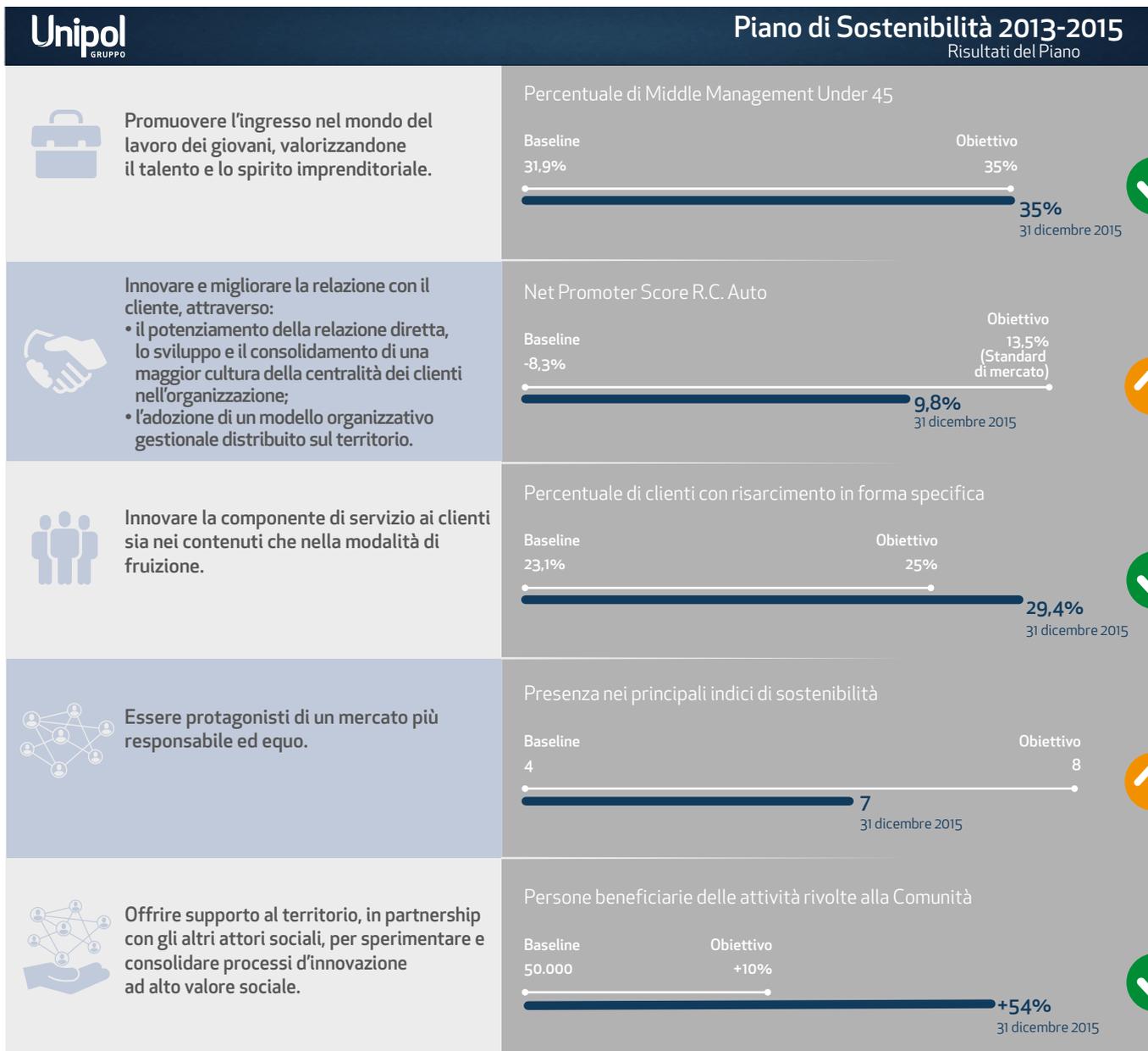
Il mancato raggiungimento dell'obiettivo previsto da Piano nella politica di "Gestire l'impresa in modo da garantirne la solidità patrimoniale e l'equa redditività", deve essere valutato alla luce delle novità introdotte dalla Direttiva Solvency II. L'indice di Solvency, che a fine 2015 è stato pari a 1,70, dovrà dal 1 gennaio 2016 essere determinato con metriche del tutto differenti, che prevedono l'utilizzo dei parametri specifici dell'impresa (USP - *Undertaking Specific Parameters*) per la quantificazione del requisito patrimoniale di solvibilità per i rischi tecnico-assicurativi Danni e Salute, nell'attesa di poter applicare il Modello Interno, per il quale proseguono le attività di *pre application*.

Per l'implementazione di ciascuna politica sono state adottate delle azioni, a loro volta monitorate attraverso indicatori di avanzamento e di efficacia. Si tratta di cento indicatori quali-quantitativi interni che integrano l'attuale set già disponibile, sempre più allineato con quello rendicontato a consuntivo nel Bilancio di Sostenibilità. Tra le 48 azioni in cui si declinavano le politiche, il 72% sono state completate con successo avanzando secondo la pianificazione, il 28% invece non sono state concluse: di queste il 18% sono costituite, in pari misura, da azioni abbandonate e da azioni mai avviate, mentre il restante 10% è costituito da azioni che hanno fatto registrare un andamento negativo con criticità sull'avanzamento dell'obiettivo di sostenibilità previsto.

Tra le azioni puntuali individuate a supporto dell'attuazione delle 10 politiche del Piano e completate con successo, si segnalano in particolare: l'avvio del progetto *DERRIS* (*DisastEr Risk Reduction InSurance*), finanziato attraverso il fondo europeo *Life*; la conclusione del percorso d'incubazione di "Unipol Ideas" con la partecipazione societaria a due delle otto start up che hanno partecipato al percorso e con il graduale coinvolgimento delle stesse nelle attività del Gruppo; il lancio della campagna "Per Gioco Non Per Azzardo" finalizzata alla sensibilizzazione dei cittadini sui rischi di comportamenti di gioco indiscriminati e compulsivi; la prosecuzione delle attività di "Eos, Conoscere l'Assicurazione" e lo studio per la realizzazione di un bilancio integrato delle dimensioni economica-sociale-ambientale delle attività del Gruppo Unipol.



I dati di baseline si riferiscono al consuntivo di fine 2013
 Dati di risultato al 31 dicembre 2015



I dati di baseline si riferiscono al consuntivo di fine 2013
Dati di risultato al 31 dicembre 2015



Obiettivo raggiunto con successo
OPPURE
Azione completata con successo



Obiettivo non raggiunto
nei tempi previsti

Premessa

Durante l'esercizio 2015 il Comitato per la Sostenibilità, nella sua funzione di **Comitato Etico**, ha tenuto quattro riunioni.

L'attività svolta nel corso dell'anno è stata dedicata, oltre che all'esame e alla valutazione delle segnalazioni pervenute al Responsabile Etico circa presunte violazioni del Codice Etico, all'aggiornamento del Codice stesso, sulla base delle linee di revisione già previste e indicate dal Comitato Etico.

L'esigenza di procedere all'aggiornamento – come evidenziato anche in sede di Rapporto Etico 2014 – è stata dettata dall'esperienza di applicazione del Codice Etico compiuta dal 2009 ad oggi, nonché dalla necessità di integrare il documento con riferimenti, più chiari ed espliciti, a (i) comportamenti che siano coerenti con i più avanzati e innovativi *standard* internazionali in ambito etico e di sostenibilità, secondo i criteri ESG – *Environmental, Social e Governance*, (ii) una più precisa descrizione dei principi di comportamento che informano il Gruppo Unipol nella relazione con i propri stakeholder, (iii) una più puntuale e precisa definizione del "conflitto di interesse" e dell'impegno a evitare ogni situazione che ne configuri l'insorgere, (iv) una più precisa indicazione dei soggetti, delle modalità e delle motivazioni con le quali i diversi stakeholder possono effettuare le segnalazioni su presunte violazioni del Codice Etico.

Nel percorso che ha portato alla definizione del testo aggiornato del Codice, sono stati realizzati incontri di approfondimento con le Direzioni e le funzioni aziendali maggiormente interessate, con l'obiettivo di condividere i diversi temi e le modalità con le quali pervenire alle modifiche più opportune e incisive del Codice. Per parte sua, il Comitato Etico ha dedicato tre riunioni all'esame delle proposte di revisione che, una volta condivise, sono state sottoposte al Consiglio di Amministrazione del Gruppo Unipol, che le ha approvate nella seduta del 5 novembre 2015.

A seguito di tale approvazione, è stato immediatamente avviato l'iter di approvazione del Codice Etico da parte degli Organi Amministrativi delle diverse Società del Gruppo Unipol, che si concluderà nel prossimo mese di marzo. Si segnala infine che, su proposta del Comitato Etico, nella riunione del 17 dicembre 2015 il Consiglio di Amministrazione di Unipol Gruppo Finanziario S.p.A. ha nominato il nuovo Responsabile Etico per il triennio 2016-2018.

Per quanto attiene alle segnalazioni circa presunte violazioni del Codice Etico, le stesse non sono state tali da evidenziare, per numerosità e merito, particolari situazioni di criticità. Tutto ciò, in un contesto caratterizzato dall'ulteriore avanzamento del processo di integrazione tra le Società del Gruppo conseguente alla fusione di quelle di provenienza ex FonSai e alla successiva razionalizzazione e semplificazione dell'assetto societario.

La gestione dei contatti e delle segnalazioni

Le richieste e segnalazioni di varia natura complessivamente pervenute nel 2015 al Responsabile Etico (quasi sempre tramite la casella di posta elettronica dedicata) sono state **101** (105 quelle del 2014).

Si tratta di comunicazioni e segnalazioni variamente articolate in relazione a contenuti, motivazioni e scopi indicati.

In particolare:

- le segnalazioni che attengono a presunte specifiche violazioni del Codice Etico sono state 4 (9 nel 2014);
- le segnalazioni relative a disservizi, ritardi e contenziosi nei rapporti commerciali tra Compagnie del Gruppo e/o Agenzie con clienti, sia nella liquidazione dei sinistri, che nei rapporti con Unipol Banca, sono state 69 (65 nel 2014). Di norma, non si tratta di fattispecie di competenza della Funzione Etica, per le quali, tuttavia, è prassi fornire riscontro al segnalante, comunicando che della questione sarà investito altro ufficio. Se il reclamo contiene espliciti richiami al Codice Etico, o qualora la situazione esposta lo renda opportuno, il riscontro è più articolato, senza comunque estendersi al merito. Va precisato che, in quest'ambito, non sono state individuate nel 2015 situazioni in cui il richiamo al Codice Etico fosse fondato. Si può evidenziare come il riscontro in sé sia stato spesso apprezzato dal segnalante, risultando coerente, in senso lato, con i principi di comportamento indicati dal Codice, con conseguenti ricadute positive per la reputazione del Gruppo;
- i contatti di varia natura (richieste di informazione, attività attinenti i temi della responsabilità sociale d'impresa, ecc.) sono stati 28.

Le segnalazioni relative a presunte violazioni del Codice Etico

Le segnalazioni pervenute ed espressamente riconducibili a presunte violazioni del Codice Etico sono state affrontate e gestite secondo quanto prescritto dal Codice stesso e dalle prassi consolidate.

Sono state effettuate verifiche approfondite rispetto alle situazioni esposte, se necessario interpellando e coinvolgendo le strutture aziendali interessate e/o chiamate in causa; sempre, tuttavia, con attenzione a mantenere il massimo di riservatezza, tanto sull'identità del segnalante che sulle questioni evidenziate.

Queste in sintesi le 4 situazioni affrontate:

1- I condomini di uno stabile di proprietà del Gruppo (UnipolSai Assicurazioni) hanno segnalato una serie di questioni relative alla gestione dello stabile stesso da parte del Gruppo, ritenendole "non corrette" anche sotto il profilo di una possibile violazione del Codice Etico. La segnalazione, che peraltro non ha evidenziato specifiche violazioni del Codice Etico, è stata sottoposta e affrontata con la Direzione Immobiliare di Gruppo per gli opportuni accertamenti e interventi. Si è così giunti all'individuazione e all'adozione di soluzioni in grado di rispondere alle richieste avanzate dai condomini, i quali hanno espresso condivisione e apprezzamento.

2- In una successiva segnalazione, distinta dalla precedente, sempre i condomini dello stabile di cui al punto 1 hanno evidenziato presunti comportamenti non corretti da parte di dipendenti della Direzione Immobiliare del Gruppo, con riferimento alla gestione di attività di compravendita di parti dell'edificio. Anche in questo caso, la situazione è stata valutata e gestita in accordo con la Direzione Immobiliare di Gruppo. La situazione segnalata, che in effetti presentava profili di mancata correttezza da parte di dipendenti della Società, ha visto il tempestivo intervento delle funzioni aziendali interessate (Audit e Personale), a seguito del quale sono stati adottati severi provvedimenti disciplinari a carico delle persone che avevano adottato comportamenti non conformi all'etica e ai regolamenti aziendali.

3- Una dipendente UnipolSai ha segnalato una particolare vicenda personale, tale da originare una presunta discriminazione e disparità di trattamento, con mancato riconoscimento di ruolo. La segnalazione è stata verificata e approfondita con particolare scrupolo e attenzione con la Direzione Risorse Umane. Si è così potuto accertare come, anche in relazione alla delicatezza della specifica situazione dell'interessata, la Direzione del Personale abbia dedicato e stia dedicando particolare attenzione e impegno al caso. Il Comitato Etico, senza sottovalutare la specifica e problematica situazione evidenziata, ha comunque escluso che nell'operato dell'Azienda siano stati adottati comportamenti e siano state compiute scelte in violazione dei principi del Codice.

4- Un dipendente di Unipol Banca, che già nel corso degli anni precedenti aveva ripetutamente segnalato presunte violazioni del Codice Etico a proprio danno, ha riproposto una delle questioni che lo riguarda, nell'ambito di una situazione assai complessa e problematica, caratterizzata dal susseguirsi di contenziosi e conciliazioni. Anche in questo caso, si è proceduto a verifiche presso la funzione Personale di Unipol Banca, al fine di valutare la fondatezza delle asserite violazioni da parte del dipendente. Si è pertanto potuto nuovamente accertare l'assenza di violazioni del Codice Etico nell'operato dell'Azienda. Peraltro, la funzione del personale della Banca ha confermato la disponibilità ad affrontare le richieste avanzate dal dipendente sulla base di quanto previsto dalla normativa e in relazione alle esigenze tecnico-organizzative della Banca stessa, escludendo qualsiasi atteggiamento pregiudiziale e discriminatorio nei confronti del dipendente. Pertanto, il Comitato Etico ha ribadito all'interessato, come già comunicato in passato, l'insussistenza delle presunte violazioni del Codice Etico, portate a supporto della segnalazione.

Considerazioni finali

Il 2015, ultimo anno del Piano Industriale triennale avviato nel 2013, ha coinciso con la conclusione del processo di integrazione seguito all'acquisizione dell'ex Gruppo FonSai, che ha dato vita, tra l'altro, a UnipolSai Assicurazioni.

La Carta dei Valori e il Codice Etico si sono confermati quali punto di riferimento imprescindibile per far crescere e affermare una comune cultura tra tutti i Dipendenti, gli Agenti, i Collaboratori dell'intero Gruppo Unipol e nei confronti dell'insieme degli Stakeholder.

Ciò è tanto più importante nel nuovo contesto che ha visto il Gruppo Unipol assumere un ruolo di *leadership* nel settore assicurativo e un ruolo crescente nell'economia del Paese, impegnato in nuove sfide per rispondere ai nuovi bisogni e alle nuove domande di protezione e sicurezza dei cittadini e delle imprese, in una strategia di crescita e sviluppo sostenibili.

In questo quadro, il Codice Etico e la sua attuazione consentiranno non soltanto di contribuire a dirimere le controversie e i problemi che insorgono tra l'Azienda e i suoi Stakeholder, ma soprattutto a diffondere e affermare, tra tutti coloro che operano nel e per il Gruppo Unipol, una cultura aziendale fondata su trasparenza, correttezza, rispetto e responsabilità.

Assume perciò particolare rilevanza la scelta, definita in accordo con la Presidenza e la Direzione Generale del Personale, di realizzare nel corso del 2016 un percorso di conoscenza, sensibilizzazione e formazione sui temi etici e della sostenibilità, che coinvolgerà l'intero Gruppo e le sue Società e, soprattutto, tutte le persone che in esse lavorano e con esse collaborano, a partire da tutti i Dirigenti.

Bologna, 10 febbraio 2016

Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Unipol viene redatto con frequenza annuale e secondo tempistiche allineate a quelle della Relazione Finanziaria.

I dati rendicontati sono relativi al periodo 1/1/2015 - 31/12/2015; alcuni dati successivi alla chiusura dell'esercizio sono stati aggiunti ove disponibili e significativi.

Al fine di meglio corrispondere alle istanze degli stakeholder, ed in particolare a quelle degli investitori e delle agenzie di rating dedicate alla finanza SRI, per il rendiconto 2015 si è effettuato un lavoro di sintesi ed astrazione al fine di avere un solo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Unipol, che contiene al suo interno schede specifiche sulle principali Società, segnatamente Gruppo UnipolSai (con degli approfondimenti focalizzati sui business di UnipolSai Real Estate inclusa Marina di Loano, AtaHotels e Tenute del Cerro), UniSalute, Gruppo Unipol Banca, Linear, Arca e Società controllate.

Il perimetro di rendicontazione, rispetto a quello dell'esercizio precedente che già includeva tutte le società del Gruppo operanti in Italia nel settore caratteristico finanziario assicurativo, è stato allargato al Gruppo Ddor Novi Sad operante in Serbia, al settore immobiliare, e alle Società diversificate del settore alberghiero e agricolo, escludendo le cliniche mediche per il cui particolare processo di business è necessario sviluppare un apposito sistema di impegni, obiettivi e indicatori.

Tuttavia, nella performance economica, per esigenze di comparabilità con altri strumenti di reportistica, il perimetro risulta più ampio e quindi coincidente con quello relativo alla Relazione Finanziaria del Gruppo Unipol.

Per la comparabilità nel tempo degli indicatori ritenuti più significativi, in alcuni casi i dati del 2015 sono stati posti a confronto con quelli del 2014, omettendo il confronto nei casi in cui l'allargamento del perimetro di rendicontazione ha comportato il venir meno della significatività della comparazione. Non sono stati pubblicati dati anteriori al 2014, in quanto il confronto sarebbe stato poco significativo a causa dei profondi mutamenti che la struttura del Gruppo ha subito a seguito dell'acquisizione dell'ex Gruppo Premafin.

Le informazioni di carattere finanziario non presentano differenze nei criteri di consolidamento adottati rispetto a quanto riportato nella Relazione Finanziaria del Gruppo Unipol, con una suddivisione per settore (assicurativo, bancario, immobiliare e diversificate) anziché per comparto come era stata nel 2014.

Per la raccolta dei dati e l'elaborazione del documento, è stato utilizzato il sistema informativo SapSuPM con il coinvolgimento, ciascuno per il proprio ruolo e competenze, di oltre 160 persone, tra fonti dati e approvatori.

La raccolta dei dati e l'elaborazione del documento – coordinata dalla Funzione Sostenibilità – ha coinvolto tutte le Direzioni Aziendali e le Società del Gruppo.

In alcuni casi, limitati a pochi e specifici ambiti legati alla disponibilità dell'informazione e ai tempi di chiusura del Bilancio, si è proceduto a stime adottate sulla base di valori degli anni precedenti.

I Direttori hanno verificato e approvato il Bilancio redatto, prima dell'approvazione del Consiglio d'Amministrazione.

Struttura del documento secondo le linee guida GRI G4

Il Bilancio del Gruppo Unipol è stato redatto in accordo alle linee guida GRI G4; i suoi contenuti sono stati definiti a seguito di apposita analisi di materialità realizzata in conformità a quanto previsto dalle linee guida stesse. La metodologia adottata e le attività realizzate per costruire la matrice sono riportate nella sezione "L'identità", che contiene inoltre tutte le informazioni utili a comprendere la natura e le dimensioni del Gruppo. Seguono tre sezioni rispettivamente per le performance economica, sociale ed ambientale, strutturate al loro interno sulla base dei temi classificati come materiali a seguito dell'analisi fatta e delle informazioni richieste dalle linee guida GRI G4 e dai principali fondi SRI.

Ai fini dell'applicazione delle **linee guida GRI G4** si è proceduto ad associare i temi presenti nella **matrice di materialità** del Gruppo Unipol agli aspetti predefiniti dal G4 "Specific Standard Disclosures" (G4-19). Si è poi proceduto a definire il perimetro (interno all'organizzazione G-20 ed esterno all'organizzazione G-21). Per quanto riguarda il perimetro interno, gli aspetti materiali sono stati associati alle diverse attività di business in base alla loro rilevanza e significatività. In merito al perimetro esterno, l'analisi è stata fatta valutando il grado di impatto degli stakeholder sull'aspetto materiale individuato da Unipol e viceversa. Nella tabella *GRI Content Index*, disponibile nel capitolo successivo, si riporta un dettaglio dell'associazione fatta tra temi materiali presenti nella matrice del Gruppo Unipol, aspetti predefiniti dal G4 "Specific Standard Disclosures" e KPI indicati dal GRI G4 o dagli altri analisti SRI presi in considerazione.

La matrice di materialità è stata sviluppata e aggiornata sulla base dei temi strategici per l'organizzazione emersi dal nuovo Piano Industriale 2016-2018, identificati con il coinvolgimento, tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016, di tutti i direttori e i responsabili di funzione. Contestualmente, si è allargata la platea degli stakeholder alla Comunità e ai Fornitori, con nuove attività di *engagement* per l'individuazione delle loro priorità, e sono state prese in considerazione anche le valutazioni effettuate da altri stakeholder, quali analisti

finanziari ed opinion leader, in rilevazioni effettuate dall'impresa nel corso dell'anno. In coerenza con tale aggiornamento è stata rivista la struttura del documento.

In base all'attuale copertura degli indicatori "Specific Standard Disclosures", associati agli aspetti materiali, il livello di aderenza allo standard GRI G4 è "In accordance" - Core.

Assurance

Al fine di verificare la conformità del Bilancio alle linee guida GRI G4, in linea con le migliori prassi internazionali, si è ritenuto opportuno sottoporre il Bilancio di Sostenibilità 2015 ad un processo di *limited assurance* secondo lo standard ISAE3000.

L'*assurance* è l'attestazione fornita da parte terza sulla base di principi e di standard di verifica professionali esplicitamente richiamati, che riguarda il rispetto di enunciati principi di redazione, nelle loro diverse componenti.

Ulteriori informazioni

Il presente report contiene *Standard Disclosures* previste dal *GRI – Sustainability Reporting Guidelines*.

La pubblicazione del documento, contestuale a quella della Relazione Finanziaria, è seguita all'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di Unipol Gruppo Finanziario in data 10 marzo 2016.

I contenuti del Bilancio vengono integrati, nel corso dell'anno, con informazioni aggiuntive pubblicate nella sezione sostenibilità del sito www.unipol.it.

Tabella dei contenuti del Report: Linee Guida GRI G4*

* I dati e le informazioni oggetto dell'analisi di revisione limitata del Bilancio di Sostenibilità 2015 sono presentate nel dettaglio alle pp. 100-102

17

General Standard Disclosure

Pagina

STRATEGY AND ANALYSIS	
G4-01	6, 34, 35, 37, 38
ORGANIZATIONAL PROFILE	
G4-03	10, 11, 12, 13, 14, 15
G4-04	10, 11, 12, 13, 86, 87, 88, 89
G4-05	13, 14, 15
G4-06	13, 14, 15
G4-07	24
G4-08	13, 14, 15, 16, 37, 38, 77, 78, 79, 80, 81 Non è stata specificata la scomposizione della raccolta diretta per territori in quanto ritenuta non rilevante per il Gruppo Unipol perché prevalentemente impresa a carattere nazionale
G4-09	13, 14, 15, 16, 24, 36, 37, 38, 60 16, 17, 66, 67
G4-10	Numero dipendenti uomini a tempo indeterminato: 6.507 Numero dipendenti uomini a tempo determinato: 113 Numero dipendenti donne a tempo indeterminato: 6.580 Numero dipendenti donne a tempo determinato: 189
G4-11	100%
G4-12	42, 43, 45
G4-13	24, 42, 95 Nessuna variazione nell'importo di capitale sociale
G4-14	26, 27, 28, 29, 30
G4-15	18, 19
G4-16	18, 19
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES	
G4-17	10, 11, 12, 95, 96
G4-18	20, 21, 22, 23, 95, 96
G4-19	20, 21, 22, 23
G4-20	20, 21, 22, 23
G4-21	20, 21, 22, 23
G4-22	20, 21, 22, 23, 95, 96
G4-23	20, 21, 22, 23, 95, 96
STAKEHOLDER ENGAGEMENT	
G4-24	37
G4-25	17, 18, 19, 95, 96
G4-26	17, 18, 19, 95, 96
G4-27	17, 18, 19, 95, 96
REPORT PROFILE	
G4-28	95, 96
G4-29	95, 96
G4-30	95, 96
G4-31	97, 98
G4-32	97, 98, 99
G4-33	100, 101, 102

General Standard Disclosure

Pagina

GOVERNANCE	
G4-34	24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
G4-38	24
G4-39	24
G4-45	24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31
G4-51	25, 65, 66 I compensi spettanti nell'esercizio 2015 a Dirigenti con responsabilità strategiche della Capogruppo Unipol, per lo svolgimento delle loro funzioni in Unipol ed in altre imprese incluse nell'area di consolidamento, trovano adeguata rappresentazione sul sito internet di Unipol http://www.unipol.it/Corp/Documents/Relazione-sulla-Remunerazione-UGF-2015_2.pdf
ETHICS AND INTEGRITY	
G4-56	17, 18, 19, 20, 93, 94

Specific Standard Disclosure

Pagina

DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH	
DMA	
G4-DMA**	24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 37, 38, 42, 45, 54, 60, 61, 63, 64, 68, 71, 72, 75, 79, 80, 81, 82, 85, 86
ECONOMIC	
Economic performance	
G4-EC01	34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46
G4-EC02	18, 28, 29, 76, 78, 81
G4-EC03	68, 69, 70
G4-EC04	39, 40, 41
Indirect Economic Impacts	
G4-EC08	36, 42, 43, 44, 45, 46, 71, 72, 73, 79, 88
Procurement Practices	
G4-EC09	43, 44
ENVIRONMENTAL	
Materials	
G4-EN01	54, 57
Energy	
G4-EN03	54, 55
G4-EN06	54, 55
Water	
G4-EN08	54
Emissions	
G4-EN15	52, 56, 57
G4-EN16	52, 56, 57
Effluent and Waste	
G4-EN23	54, 57
Transport	
G4-EN30	54, 55, 56
Overall	
G4-EN31	54, 55, 73, 74

 ** Sono qui specificate anche le DMA redatte nel corso del documento per i singoli aspetti *material*

Specific Standard Disclosure

Pagina

SOCIAL - Labor Practices and Decent Work		
Employment		
G4-LA01		66, 67
Labor/Management Relations		
G4-LA04	Dato specificato nei diversi Contratti Collettivi, che coprono il 100% dei dipendenti	
Training and Education		
G4-LA09		64, 66, 72, 73
G4-LA10		65, 67
Diversity and Equal Opportunity		
G4-LA12		16, 17, 24, 66
Equal Remuneration for Women and Man		
G4-LA13		66
SOCIAL - Human Rights		
Investment		
G4-HR1		39, 44
Non-discrimination		
G4-HR3		18, 44, 94
Child Labour		
G4-HR5		39, 44
SOCIETY		
Anti-corruption		
G4-SO04	Gli amministratori del Gruppo non ricevono formazione specifica sul MOG in quanto sono responsabili nel deliberare l'adozione del MOG stesso	26, 27, 62, 63
Anti-corruption Behaviour		
G4-SO07		62, 63
Compliance		
G4-SO08		61, 62
PRODUCT RESPONSIBILITY		
Product and Service Labelling		
G4-PR05		84
Marketing Communications		
G4-PR07		82, 83, 84, 85
Customer Privacy		
G4-PR08		31, 84, 85
Compliance		
G4-PR09		61, 63
SECTOR SPECIFIC ASPECT - SOCIETY		
Product Portfolio		
G4-FS07, G4-FS08		10, 11, 12, 13, 75, 76, 77, 79
G4-FS08		75, 76, 77, 79
Active Ownership		
G4-FS11		39, 40, 41, 78
Local Communities		
G4-FS14		48, 49, 75



RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2015

Agli Azionisti di
Unipol Gruppo Finanziario S.p.A.

Abbiamo svolto un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di sostenibilità per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 (di seguito il "Bilancio") del Gruppo Unipol (di seguito il "Gruppo").

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "Impostazione e verifica metodologica" del Bilancio, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000)*, emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Bilancio non contenga errori significativi.

Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul Bilancio di sostenibilità hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Bilancio di sostenibilità, nei quali si articolano le *G4 Sustainability Reporting Guidelines*, e sono riepilogate di seguito:

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20140 Via Monte Rosa 31 Tel. 02667201 Fax 0266720701 Cap. Soc. Euro 3.700.000,00 I.v. C.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 0323050967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abete Ginanna 72 Tel. 0805640511 Fax 0805640349 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516486211 Cagliari 09125 Viale Diaz 29 Tel. 0706348794 Firenze 50121 Viale Gramsci 45 Tel. 0572482810 Fax 0572482809 Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08196181 Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 0498711412 Fax 0498734395 Palermo 90141 Via Marsusa 130/60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 Roma 00154 Largo Barbelli 28 Tel. 06370834 Fax 06370832510 Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422115711 Fax 0422115798 Trieste 34135 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0401180781 Fax 0401061737 Verona 37135 Via Franca 21/C Tel. 0458269001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it



- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo “La performance economica” del Bilancio e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2015, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del DLGS 27.1.2010, n.39, in data 05 aprile 2016;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l’operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione di Unipol Gruppo Finanziario S.p.A., di UnipolSai Assicurazioni S.p.A. e di Bim Vita S.p.A., Popolare Vita S.p.A. e Tenute del Cerro S.p.A., al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio di sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di sostenibilità” della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l’analisi dei verbali riassuntivi o dell’eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Unipol Gruppo Finanziario S.p.A., sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di sostenibilità”, nonché sull’attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l’ISAE 3000 (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.



Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di sostenibilità per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 del Gruppo Unipol non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative* come descritto nel paragrafo "Impostazione e verifica metodologica" del Bilancio.

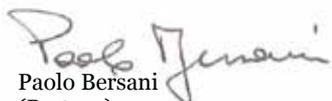
Altri aspetti

Il Gruppo ha avviato, nel corso del 2015, delle iniziative volte al rafforzamento del sistema di reporting e di controllo interno sui dati relativi alle performance ambientali.

Suggeriamo di mantenere attivi tali impegni per conseguire quel miglioramento continuo che è alla base del percorso intrapreso.

Torino, 21 Aprile 2016

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA


Paolo Bersani
(Partner)

Unipol Gruppo Finanziario S.p.A.

Responsabilità Etica e Sociale

Responsabile

Marisa Parmigiani

Il Bilancio di Sostenibilità 2015

è stato redatto a cura di:

Daniele Giorgetti

Andrea Salemmè

Alla redazione del Bilancio hanno
contribuito tutte le Direzioni,
le strutture e le Società
del Gruppo Unipol.

Chiuso in redazione il 21 aprile 2016

Il Bilancio di Sostenibilità è

migliorabile anche grazie

al contributo dei lettori.

Chi vuole comunicare opinioni
e suggerimenti può contattare
la funzione Responsabilità Etica
e Sociale scrivendo all'indirizzo
e-mail: sostenibilita@unipol.it

Revisionato da

PricewaterhouseCoopers Advisory S.p.A.



Forum per la Finanza Sostenibile

Unipol Gruppo Finanziario è socio di Csr Europe, Impronta Etica e del Forum per la Finanza Sostenibile

Unipol Gruppo Finanziario S.p.A.

Sede Legale:
via Stalingrado, 45
40128 Bologna (Italia)
tel. +39 051 5076111
fax +39 051 5076666

Capitale Sociale i.v. Euro 3.365.292.408,03
Registro delle Imprese di Bologna,
C.F. e P. IVA 00284160371
R.E.A. 160304

Capogruppo del Gruppo Assicurativo Unipol
iscritto all'Albo dei gruppi assicurativi al n. 046

Capogruppo del Gruppo Bancario Unipol
iscritto all'Albo dei gruppi bancari

www.unipol.it

