



UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO

2010

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO
RESPONSABILITÀ SOCIALE
ED ETICA

Responsabile

Walter Dondi

AREA SOSTENIBILITÀ

Responsabile

Marisa Parmigiani

Il Bilancio di Sostenibilità 2010

di Unipol Gruppo Finanziario

è stato redatto a cura di:

Daniela De Marco

Walter Dondi

Marisa Parmigiani

Tiziana Simoni

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

Chiuso in redazione

il 18 aprile 2011

Il Bilancio di Sostenibilità

è migliorabile anche grazie

al contributo dei lettori.

Chi vuole comunicare opinioni

e suggerimenti può contattare

la Funzione Responsabilità Sociale

ed Etica scrivendo all'indirizzo e-mail

sostenibilita@unipolgf.it

Progetto grafico

M Studio, Milano

Stampa

Casma Srl, Bologna

Le immagini contenute in questo
Bilancio sono tratte dalle campagne
di comunicazione del Gruppo Unipol
realizzate dall'agenzia pubblicitaria
McCann Erickson.

Unipol Gruppo Finanziario

è socio di Impronta Etica



Il Gruppo Unipol ha scelto di utilizzare per questa pubblicazione carta certificata dal marchio FSC e una tipografia, Casma, che ha ottenuto la certificazione di catena di custodia FSC nel dicembre 2008 con il codice SA-COC-002076.

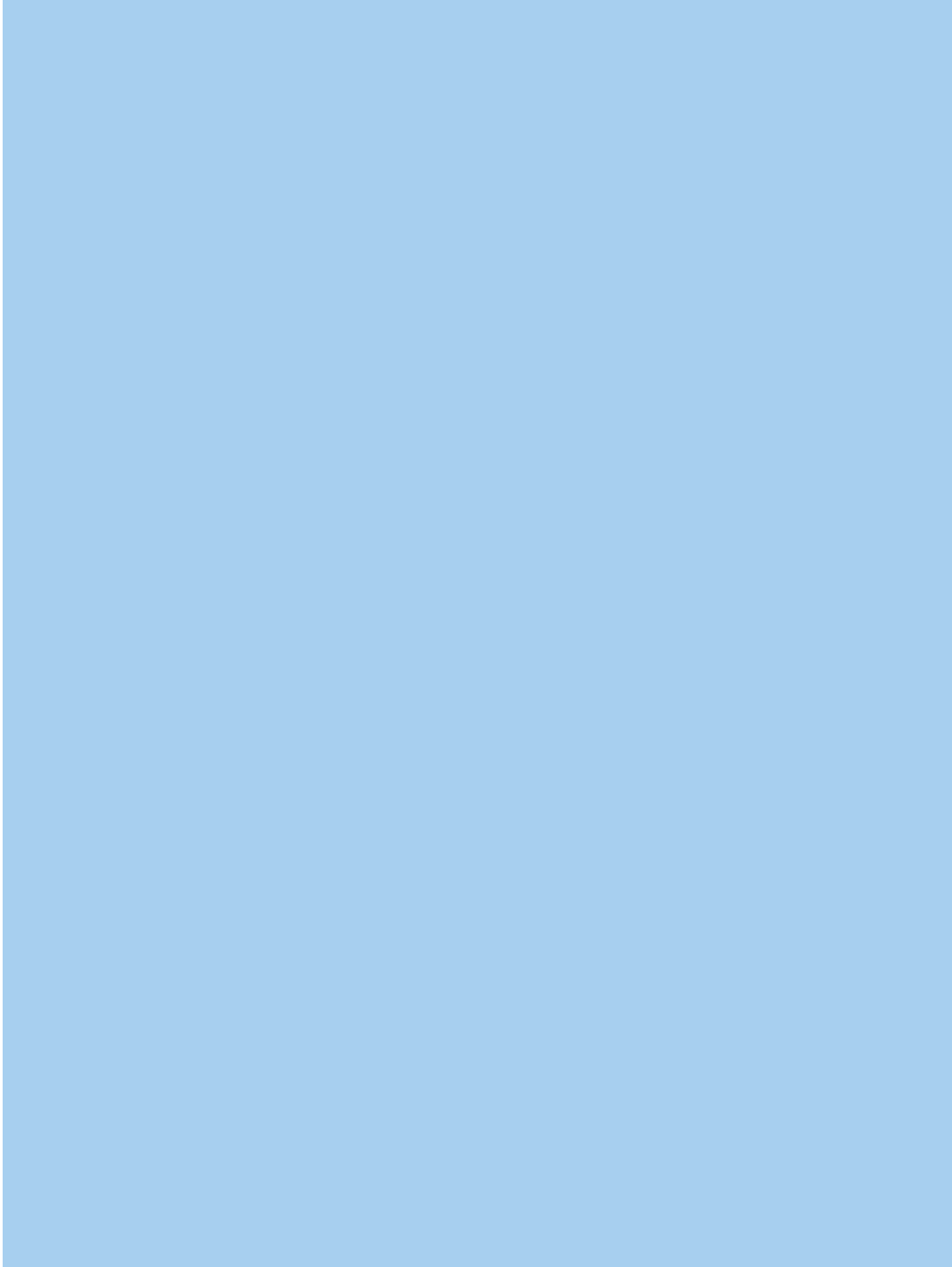


FSC (*Forest Stewardship Council*) è un'organizzazione internazionale non governativa e senza scopo di lucro. È stata fondata nel 1993 per promuovere in tutto il mondo una gestione responsabile delle foreste e delle piantagioni. "Gestione responsabile" significa: tutelare l'ambiente naturale, portare vantaggi reali a popolazioni, comunità locali, lavoratori ed assicurare efficienza in termini economici. Membri FSC sono: gruppi ambientalisti e sociali (WWF, Greenpeace, Legambiente, Amnesty International ecc.), comunità indigene, proprietari forestali, industrie che lavorano e commerciano legni, aziende della grande distribuzione organizzata, ricercatori e tecnici, ecc. Per riuscire nel suo intento, FSC si è dotato di un sistema di certificazione volontario e di parte terza (indipendente), specifico per il settore forestale e i prodotti che derivano dalle foreste e operativo a livello internazionale. Sono ormai circa 130 i milioni di ettari certificati nel mondo ed oltre 16.000 aziende hanno già scelto di certificarsi seguendo la catena di custodia FSC, ovvero un meccanismo che permette di mantenere la tracciabilità della materia prima (carta o legno) dalla foresta fino al prodotto finito.

UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO

2010

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



INDICE

LETTERA DEL PRESIDENTE	4	12. AGENTI E AGENZIE	118
LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO	5	12.1 La presenza sul territorio	118
NOTA METODOLOGICA	7	12.2 I servizi a supporto della rete	121
L'IDENTITÀ		13. I FORNITORI	126
1. IL GRUPPO	10	13.1 L'anagrafica	126
1.1. Il profilo e la vision	10	13.2 La modalità di gestione e selezione	127
1.2. L'evoluzione del Gruppo	10	14. LA COMUNITÀ	132
2. L'IMPIANTO VALORIALE	18	14.1 Le iniziative di valore sociale	132
2.1 La Missione e i Valori	18	14.2 La Fondazione Unipolis – Sintesi del Bilancio di Missione 2010	136
2.2 La gestione della sostenibilità	19	LA PERFORMANCE AMBIENTALE	
2.3 Il Rapporto Etico	21	15. LE TIPOLOGIE DI IMPATTO	142
3. LA GOVERNANCE	24	15.1 I consumi	143
3.1 La struttura dell'azionariato	24	15.2 Le emissioni	146
3.2 Il sistema di governo	25	16. AZIONI A FAVORE DELL'AMBIENTE	149
LA PERFORMANCE ECONOMICA		16.1 Le iniziative di riduzione di impatto ambientale	149
4. LO SCENARIO DI RIFERIMENTO	40	16.2 Le iniziative di sensibilizzazione e formazione	151
5. LE LINEE STRATEGICHE	46	LE SOCIETÀ DEL GRUPPO	
6. IL BILANCIO CONSOLIDATO	48	17. UGF ASSICURAZIONI	154
6.1 Il settore assicurativo	50	17.1 Il profilo	154
6.2 Il settore bancario	53	17.2 La relazione socioeconomica	154
6.3 I sistemi informativi	54	18. LINEAR ASSICURAZIONI	156
7. IL VALORE AGGIUNTO	56	18.1 Il profilo	156
7.1 La determinazione e la distribuzione	56	18.2 La relazione socioeconomica	156
LA PERFORMANCE SOCIALE		19. UNISALUTE	159
8. LE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER	60	19.1 Il profilo	159
8.1 I portatori di interesse	60	19.2 La relazione socioeconomica	160
8.2 Le relazioni istituzionali	61	20. IL GRUPPO BANCARIO	162
9. GLI AZIONISTI	64	20.1 UGF BANCA	162
9.1 Il capitale sociale	64	20.1.1 Il profilo	162
9.2 La relazione con gli investitori	65	20.1.2 La relazione socioeconomica	163
9.3 Le politiche di investimento	68	20.2 UGF MERCHANT	165
10. I DIPENDENTI	72	20.2.1 Il profilo	165
10.1 Le linee progettuali	72	20.2.2 La relazione socioeconomica	165
10.2 Un'azienda che crea occupazione	72	20.3 LE ALTRE SOCIETÀ DEL GRUPPO BANCARIO	166
10.3 Il rapporto con le organizzazioni sindacali	76	21. BANCASSURANCE	168
10.4 Il rapporto con i dipendenti	77	21.1. ARCA	168
10.5 L'organizzazione del Gruppo	91	21.1.1 Il profilo	168
11. I CLIENTI	94	21.1.2 La relazione socioeconomica	168
11.1 Il rapporto con i clienti	94	21.2. BNL VITA	170
11.2 Un'offerta di qualità per un cliente evoluto	98	21.2.1 Il profilo	170
11.3 Il servizio	105	21.2.2 La relazione socioeconomica	170

LETTERA DEL PRESIDENTE

**FIDUCIA IN UNIPOL
E NEL FUTURO
LA NOSTRA
SCOMMESSA
SOSTENIBILE**



Questo Bilancio di Sostenibilità costituisce una tappa ulteriore di un percorso che Unipol ha intrapreso fin dalla sua costituzione e che ha trovato lo scorso anno, con l'elaborazione del Piano di Sostenibilità triennale, il suo momento più alto e significativo. Possiamo ben dirlo, in quanto la scelta della sostenibilità – la cui ispirazione fondamentale si ritrova nel nostro impianto valoriale, Carta dei Valori e Codice Etico – è divenuta, con la contestuale approvazione del Piano Industriale, opzione strategica ed elemento caratterizzante delle politiche e della gestione imprenditoriale dell'intero Gruppo Unipol.

Scelta in buona misura in controtendenza, ma, riteniamo, assolutamente coerente e lungimirante non solo con la nostra storia, ormai quasi cinquantenaria. Infatti, la scelta della sostenibilità guarda al futuro, alla necessità per l'intero sistema economico mondiale di adottare un approccio e una modalità di gestione dell'attività economica capace di rispondere, anzitutto, ai bisogni delle persone e delle comunità. Abbiamo visto, ne stiamo pagando peraltro tuttora le pesanti conseguenze, come un modello di sviluppo orientato tutto al conseguimento del massimo profitto sul breve e brevissimo periodo, per non dire di carattere essenzialmente speculativo, produca crisi e, in ultima analisi, distruzione di ricchezza: economica, sociale, ambientale.

Per questo, abbiamo deciso di ripartire dai valori di fondo che hanno costituito e costituiscono la stessa ragion d'essere di Unipol, recuperando emblematicamente anche il nome originario: il lavoro, l'intraprendenza e la creatività delle persone, la loro competenza e professionalità, il loro impegno e la loro passione. Sia che siano espressi in un'attività di lavoro dipendente come nella gestione di una impresa, piccola e media soprattutto, oppure gestita in quella straordinaria forma di intelligenza collettiva e socialmente motivata che è l'impresa cooperativa. È il contrario di un ritorno al passato: è la volontà di guardare avanti, di impegnarci a dare un contributo alla costruzione di una società moderna, innovativa e culturalmente avanzata. E allo stesso tempo più giusta, con un maggiore e più diffuso benessere e anche più sicura socialmente. Del resto, fare

assicurazione significa essenzialmente fornire protezione dai rischi, dalle incertezze che la vita ci pone di fronte. Così come fare banca vuol dire offrire tutela del risparmio e credito a chi vuole costruirsi una casa o avviare un'attività imprenditoriale.

Siamo e vogliamo sempre di più essere un soggetto capace di interpretare in chiave di moderna imprenditorialità i bisogni delle persone, delle famiglie e delle imprese. Capace di rispondere a quelle esigenze che, per esempio, il settore pubblico – per un insieme di ragioni – non è più in grado di soddisfare. La crisi della finanza pubblica è emblematica della difficoltà dello Stato a continuare a garantire un livello dei servizi adeguati ai cittadini e soprattutto ai mutamenti demografici e della popolazione. Non c'è però solo una ragione economica, che pure è determinante, a richiedere un impegno diretto e più esteso dei cittadini, singolarmente, ma, soprattutto, in forma organizzata e associata, nella costruzione di quei sistemi di protezione sociale, siano essi previdenziali, sanitari o assistenziali. C'è anche un motivo legato al desiderio delle persone di poter scegliere e determinare le modalità di rispondere ai propri bisogni, di "personalizzare", almeno in una certa misura, il "proprio welfare" o quello della famiglia. Se questo è vero, è essenziale poter disporre di soggetti imprenditoriali in grado di offrire soluzioni adeguate, in termini di prodotti e servizi, alle loro specifiche attese ed esigenze. Ancor di più sono indispensabili soggetti, imprese, professionalmente qualificati, ma soprattutto affidabili. La fiducia, infatti, costituisce un bene fondamentale quando si tratta di prestazioni che hanno a che fare con la vita e il futuro delle persone, oltre che con il loro denaro e i loro risparmi.

Unipol ha l'ambizione, e allo stesso tempo la certezza, di essere un Gruppo imprenditoriale solido, qualificato, affidabile perché fondato sulla sostenibilità, cioè su una strategia di sviluppo duraturo nel tempo e in quanto tale capace di offrire e di trasmettere fiducia.

Fiducia anzitutto nel futuro.

La merce più rara che ci sia oggi in circolazione.

Pierluigi Stefanini

LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

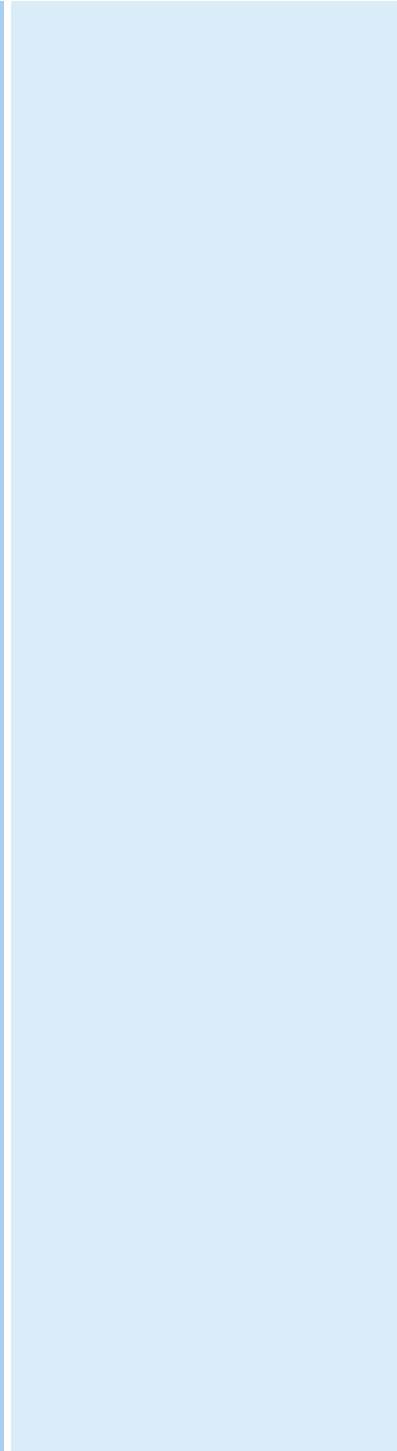
**IL NOSTRO
CONTRIBUTO AD UNA
SOCIETÀ SOSTENIBILE
A PARTIRE DAL
WELFARE**



Presentiamo questo Bilancio di Sostenibilità 2010, insieme a quelli civilistico e consolidato, in un contesto economico e sociale del nostro Paese che rimane particolarmente difficile e, per tanti versi, critico. Se, infatti, lo scenario internazionale è caratterizzato da importanti segnali di ripresa – pur con significative differenze e squilibri – l'Italia non è ancora riuscita a imboccare un sentiero di sviluppo solido e duraturo. Crescono la disoccupazione, specie giovanile e il lavoro precario, mentre le imprese, soprattutto piccole e medie, continuano ad arrancare in assenza di politiche e di stimoli adeguati a rilanciare la produzione e ad accrescere la produttività. Per altro verso, la finanza pubblica – con il peso del suo enorme debito – non è in grado di svolgere un ruolo di spinta e innovazione e, anzi, è sempre più in difficoltà a garantire livelli adeguati di prestazioni e servizi ai cittadini e al mondo produttivo. Così come sarebbero indispensabili iniziative di semplificazione normativa, non per ridurre i controlli – che sono necessari – ma per cancellare quella parte di burocrazia che costituisce un vero e proprio ostacolo a uno sviluppo qualificato del nostro sistema economico. In questo quadro, tutt'altro che facile, il nostro Gruppo ha cercato e sta cercando di fare fino in fondo la propria parte nei confronti di tutti gli stakeholder. Nel 2010 la scelta di rafforzamento patrimoniale della società è stata premiata dagli azionisti di riferimento e dal mercato, con la piena adesione all'aumento di capitale. A dimostrazione che, quando si definiscono e si prospettano obiettivi chiari, trasparenti, responsabili e credibili, così come abbiamo fatto con il Piano Industriale 2010-2012, si ottiene la fiducia degli investitori. I primi risultati che presentiamo sono in linea con gli obiettivi attesi e quindi soddisfacenti, tenendo conto del difficile contesto. Certo, ne siamo consapevoli, il cammino è ancora lungo e richiede l'impegno e la determinazione di tutti i nostri dipendenti, degli agenti di tutti coloro che lavorano per e con il Gruppo Unipol. Siamo tuttavia guidati da un progetto di lungo periodo, che guarda al futuro, alla capacità di generare risultati nel tempo, tanto per gli azionisti che per i lavoratori, per i clienti come per gli agenti, per l'intera comunità nella quale operiamo. È questa, del resto, l'idea di Sostenibilità che ci guida: una strategia e delle politiche strettamente connesse ai nostri business caratteristici. Prodotti e servizi che forniscono prevenzione e protezione dai rischi, sicurezza e tutela. Nella vita quotidiana,

come nella prospettiva del ciclo di vita delle persone, in campo previdenziale, della salute e dell'assistenza. Le persone, le famiglie, professionisti e imprese, le piccole e le medie in particolare, così come quelle cooperative, propongono nuove e più impegnative domande per fare fronte a crescenti bisogni e inedite esigenze poste dai cambiamenti demografici, della struttura e dell'organizzazione sociale. I sistemi di intervento e protezione del pubblico – che sono e rimangono fondamentali – non sono più in grado, da soli, di rispondere efficacemente a questi bisogni e alle nuove domande dei cittadini. I quali, perciò, sono chiamati ad affrontare una vera e propria nuova fase per quel che riguarda il sistema del Welfare, che deve vederli protagonisti diretti, singolarmente e, soprattutto, in forma associata e collettiva. Di fronte a questo, che è uno dei grandi problemi che ha di fronte la società italiana, non vi è ancora adeguata consapevolezza dei cittadini, mentre a coloro che hanno ruoli di responsabilità nella vita politica, economica e sociale spetta il compito di compiere scelte lungimiranti e aiutare i cittadini a fare altrettanto. Anche per questo, Unipol ha dato vita a "Welfare, Italia": un'iniziativa di ampio respiro basata sul confronto tra addetti ai lavori, istituzioni, rappresentanze e volta, da un lato, ad accrescere la conoscenza dei problemi del Welfare e, dall'altra, ad individuare le migliori soluzioni per dare risposte ai nuovi bisogni dei cittadini e della comunità. Un Gruppo assicurativo e bancario come Unipol è un soggetto imprenditoriale che, nel mercato, gioca un ruolo di primissimo piano nel configurare i prodotti e i servizi necessari a questa nuova fase che si apre per l'intero sistema del Welfare e per i cittadini. Una grande parte dei quali, in quanto lavoratori dipendenti o autonomi, professionisti, piccoli e medi imprenditori, cooperatori, sono già oggi nostri interlocutori e clienti. A loro, direttamente o attraverso le loro organizzazioni di categoria, ci rivolgiamo da quasi cinquant'anni, consapevoli di rappresentare il soggetto che, per ispirazione valoriale e radicamento sociale e territoriale, meglio è in grado di interpretare le loro necessità e di trasformarle in soluzioni adeguate ai loro progetti di vita. È questo, crediamo, il modo più utile per contribuire – da parte nostra – ad una società più sostenibile e più giusta.

Carlo Cimbrì



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Unipol si presenta quest'anno, alla sua seconda edizione, con alcune significative modifiche per rafforzare l'analisi del grado di sostenibilità della performance aziendale. In termini imprenditoriali ed organizzativi il 2010 è stato sicuramente un anno di profondi cambiamenti che vengono ripercorsi all'interno del documento. Il Piano Industriale e il Piano di Sostenibilità 2010-2012, che ne rappresentano il momento più importante, indirizzano complessivamente politiche e obiettivi del Gruppo e fungono da guida per le interpretazioni dei dati e dei risultati riportati nel Bilancio di Sostenibilità.

In termini di elaborazione del documento – coordinato dalla Funzione Responsabilità Etica e Sociale – si è confermato l'approccio su due livelli già seguito negli anni precedenti:

- il coinvolgimento di tutti i Direttori per l'individuazione delle priorità e degli elementi principali che hanno caratterizzato l'esercizio;
- la raccolta ed elaborazione dei dati con il gruppo di lavoro interfunzionale sul Bilancio di Sostenibilità, che coinvolge tutte le Direzioni e società del Gruppo.

La nuova struttura del documento è finalizzata a rafforzare l'analisi del grado

di sostenibilità delle strategie e delle performance del Gruppo, di conseguenza introduce la tripartizione in Performance Economica, Performance Sociale e Performance Ambientale. Ciascuna sezione si articola in capitoli, che sono stati attribuiti all'interno del documento in modo da privilegiare l'ottica per stakeholder, piuttosto che quella per competenza. Stessa logica è stata impiegata anche su singole informazioni e attività.

È stata snellita la parte relativa alla Performance Economica, mentre in quella Sociale le strutture dei capitoli sono state modificate. Nel capitolo Azionisti sono state riportate le principali informazioni che descrivono lo scambio con l'Azienda, comprese le politiche finanziarie. In quello dei Dipendenti, si è scelto di riorganizzare la struttura secondo il processo di gestione, enfatizzandone le caratteristiche distintive. Nel capitolo sui Clienti sono stati introdotti alcuni elementi descrittivi sulla natura e le caratteristiche della clientela del Gruppo, che meglio guidano l'analisi delle politiche commerciali. Quello relativo agli Agenti e alle agenzie ha meglio approfondito la relazione tra la rete commerciale e la Compagnia, al fine di declinare più chiaramente gli elementi dello scambio. Infine, nella rendicontazione dei rapporti con la Comunità è stata introdotta la sintesi del Bilancio di Missione

della Fondazione Unipolis, realizzato per il primo anno, che presenta un quadro più esaustivo del valore distribuito attraverso le sue attività. La Performance Ambientale è stata arricchita segmentandola in due capitoli autonomi al fine di analizzare meglio i diversi tipi di impatti ambientali prodotti e gestiti. La sezione Identità e quella relativa alle Società del Gruppo forniscono tutte le informazioni utili a comprendere e interpretare le performance.

Il testo è poi arricchito con apposite schede di approfondimento relativamente ad alcuni prodotti/processi/azioni, considerati quest'anno più emblematici dell'impegno per la sostenibilità, indipendentemente dai tempi di avvio. Le schede sono state costruite con l'intento di analizzare il grado di soddisfazione contestuale delle tre variabili della sostenibilità: economica, ambientale e sociale.

In termini di indicatori, il Bilancio si è ulteriormente arricchito iniziando a introdurre alcuni indicatori di performance. Il piano dei conti inoltre, già sviluppato in coerenza con il Global Reporting Initiative, include gli indicatori previsti dai principali fondi etici, per garantire la massima trasparenza e completezza d'informazione.



L'IDENTITÀ



1. IL GRUPPO

1.1 IL PROFILO E LA VISION

Con l'elaborazione del Piano Industriale 2010 – 2012 e la contestuale predisposizione del Piano di Sostenibilità triennale si è aperta, di fatto, una nuova fase nella vita di Unipol Gruppo Finanziario. Innovazione e, insieme, recupero e attualizzazione dei valori fondanti, costituiscono gli elementi che definiscono questa nuova fase. Di cui fa parte, senz'altro, anche la ripresa della denominazione "Unipol" che contrassegna ormai da quasi mezzo secolo la Compagnia di assicurazione che, all'inizio degli anni Sessanta, fu acquisita e resa protagonista nel mercato da parte delle imprese cooperative di Legacoop. È uno degli elementi che contribuisce a definire quella "identità chiara" che – sorretta dall'impianto valoriale costituito da Carta dei Valori e Codice Etico e da una coerente Missione – è posta come premessa e vincolo al Piano

Industriale e di Sostenibilità. Centralità della persona e dei suoi bisogni, sostenibilità come visione imprenditoriale – capace cioè di tenere insieme le dimensioni economica, sociale e ambientale nel perseguimento della propria attività caratteristica – rappresentano il tratto originale con cui Unipol intende operare nel mercato. Nella consapevolezza che perseguire efficienza gestionale e redditività insieme a solidità patrimoniale, costituisce il miglior modo per garantire l'interesse degli stakeholder: il lavoro delle persone che operano nel Gruppo e per il Gruppo, il soddisfacimento delle esigenze di qualità ed efficacia dei clienti, la remunerazione del capitale investito dagli azionisti e, quindi, la durata del tempo dell'impresa. E, insieme a tutto ciò, un impatto positivo sulla comunità, in termini di benessere sociale e civile.

1.2 L'EVOLUZIONE DEL GRUPPO

Durante il 2010 sono state definite alcune operazioni che consentiranno al Gruppo Unipol di assumere, durante il corrente anno, la fisionomia indicata dal Piano Industriale: un assetto coerente e funzionale, che motiva e valorizza il contributo dei dipendenti. Una scelta che va a completare un processo iniziato nel 2006, teso a semplificare una struttura societaria assai articolata a seguito delle acquisizioni avvenute nel corso degli anni precedenti. Una storia ormai quasi cinquantennale, che parte dal 1963, con l'avvio dell'operatività di Unipol (Unica Polizza) da parte degli azionisti di allora, un nucleo di imprese cooperative (prevalentemente bolognesi, emiliane e lombarde) e che poi ha visto la Compagnia crescere fino alla quotazione in Borsa (nel 1986 con le azioni privilegiate e nel 1990 con quelle ordinarie), per diventare nel corso degli anni Duemila uno dei gruppi leader a livello nazionale del settore assicurativo.

In pratica, questo nuovo assetto indicato dal Piano Industriale si traduce in un Gruppo che ha al vertice una holding di partecipazioni, con compiti di indirizzo e controllo, articolato in

società operative. La principale delle quali è UGF Assicurazioni – frutto della fusione tra le compagnie Unipol e Aurora nel 2009 – nella quale, a fine 2010, è confluita anche Navale Assicurazioni. UGF Assicurazioni è peraltro destinata, entro la prima metà del 2011, ad assumere l'originaria denominazione di Unipol Assicurazioni. La "nuova" Compagnia costituisce quindi la società trainante e caratterizzante, dal punto di vista assicurativo, l'intero Gruppo. Ad esso fanno poi capo due società specializzate: Linear – costituita nel 1996 – attiva nella commercializzazione diretta di polizze Danni e da qualche mese anche Vita con Linear Life attraverso i canali web e telefonico; UniSalute – nata nel 1995 e che lo scorso anno ha festeggiato il primo quindicennio di attività – specializzata nella realizzazione e vendita di prodotti e servizi in ambito sanitario e assistenziale. Il Gruppo Unipol controlla poi un comparto di bancassicurazione, che nel 2010 ha visto l'acquisizione del 60% del Gruppo Arca (consolidato a partire dall'1 luglio) e che sarà il perno dell'attività di vendita ai clienti delle Banche Popolari (che detengono il restante 40% della società) e segnatamente di Banca Popolare

dell'Emilia Romagna e Banca Popolare di Sondrio, principalmente dei prodotti Vita, ma anche Danni, attraverso una rete di oltre duemila filiali. L'operazione relativa ad Arca, si collega, per quanto riguarda l'attività di bancassicurazione, all'accordo – intervenuto sempre nel 2010 – tra Unipol e Bnl-Bnp Paribas

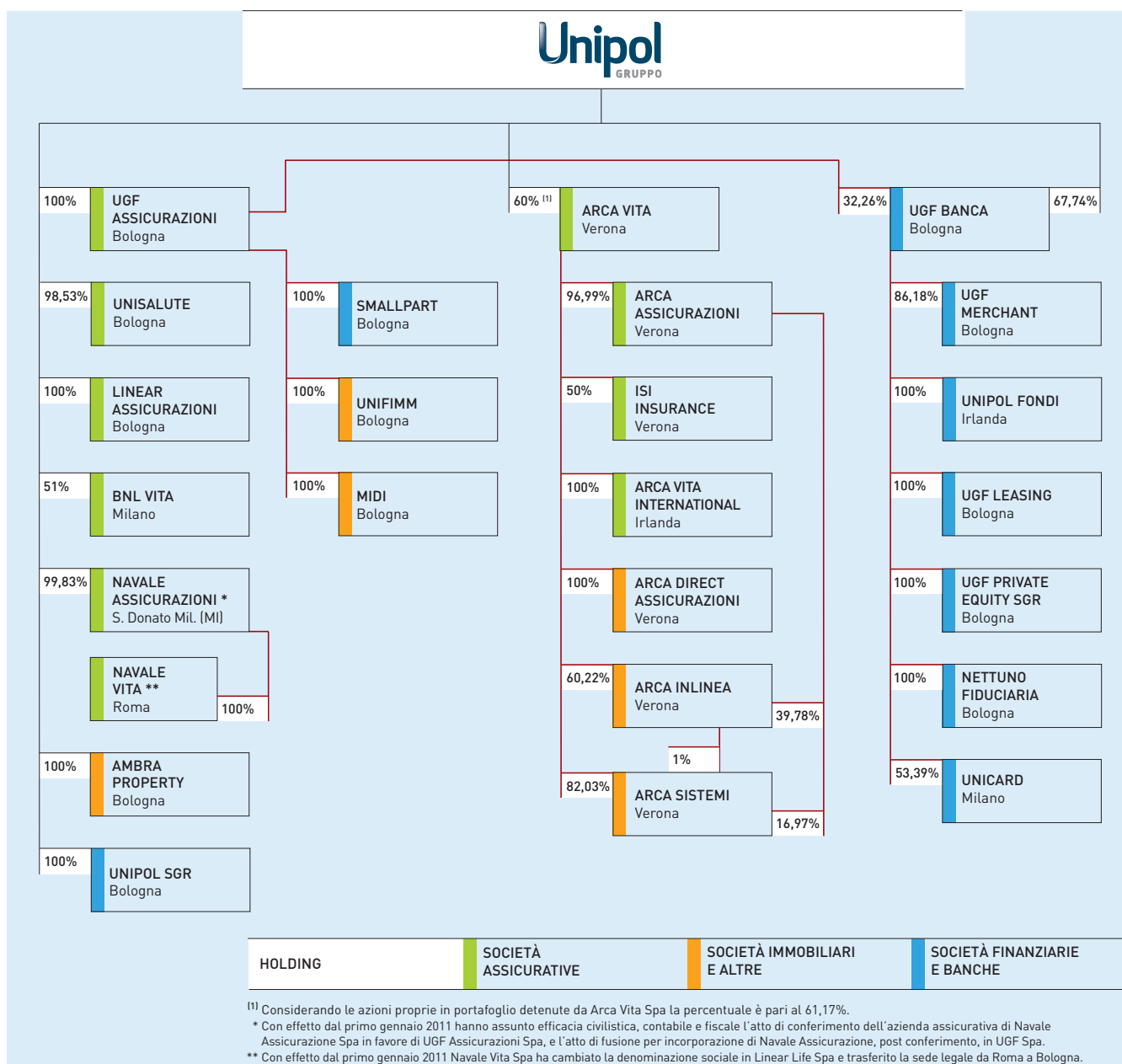
per la cessione a quest'ultima del 51% di Bnl Vita, che diventerà operativo entro il 2011. Terzo comparto di attività di Unipol è quello bancario, attraverso il Gruppo UGF Banca, che controlla la rete delle 300 filiali bancarie e alcune società specializzate, di cui UGF Merchant è la più rilevante.

1.2.1 L'attuale struttura del Gruppo

AL 31 DICEMBRE 2010

METODO INTEGRALE

AREA DI CONSOLIDAMENTO



1.2.2 I principali avvenimenti del 2010

GENNAIO

Iniziano i lavori dei 14 cantieri operativi attivati per impostare il Piano Industriale 2010-2012. L'approccio seguito è dal basso verso l'alto, le previsioni sono elaborate sulla base delle analisi svolte dai singoli cantieri ed i piani d'azione sono condivisi a livello interfunzionale. È fortemente coinvolto il management, a tutti i livelli e in tutte le fasi, attraverso la proposta e lo sviluppo delle azioni di piano e degli obiettivi di risultato. In totale, nell'arco di 4 mesi di attività progettuale, sono coinvolte oltre 500 persone e vengono individuate circa 150 azioni di rilevanza strategica.

Fondazione Unipolis presenta a Milano il terzo **Rapporto sulla Sicurezza. Significati, immagini e realtà**, realizzato in collaborazione con Demos&Pi e l'Osservatorio di Pavia, ottenendo un significativo ritorno di interesse scientifico e mediatico.

FEBBRAIO

Progressivamente il Piano Industriale si integra e si connette con il Piano di Sostenibilità 2010-2012. Il Gruppo sceglie un approccio strategico alla sostenibilità: coniugare efficienza operativa e redditività economica; valorizzare la rinnovata identità del Gruppo quale fattore determinante del proprio posizionamento competitivo; diffondere la cultura della sostenibilità a tutti i livelli: la difesa dell'ambiente, l'attenzione per le nuove generazioni, la tutela sociale delle persone, la valorizzazione della cultura.

Il **10 febbraio** scade il termine per partecipare al bando "Le Chiavi del Sorriso", promosso dalla Fondazione Unipolis per sostenere progetti di inclusione sociale e culturale per giovani fra i 12 ed i 18 anni. Fra gli oltre 300 progetti presentati ne saranno selezionati 20, uno per regione, che riceveranno ciascuno un contributo di 5.000 euro. Il bando riceverà in aprile dal Presidente della Repubblica un "premio di rappresentanza e segno di apprezzamento per l'impegno profuso in favore dell'inclusione sociale".

L'**11 febbraio**, per il terzo anno consecutivo, il Gruppo partecipa al Career Day di Bologna, un importante momento di incontro tra le imprese del territorio e i laureati dell'Alma Mater.

MARZO

Il **15 marzo** a Milano Unipol Gruppo Finanziario presenta con Don Luigi Ciotti l'iniziativa "Per una Terra Libera-Il contributo di Unipol alle cooperative che gestiscono i beni confiscati alle mafie". Unipol consegna 130.000 euro, raccolti nel 2009 con la campagna "Un euro per polizza e conto corrente", per sostenere la nascita della cooperativa "Le Terre di Don Peppe Diana" in provincia di Caserta. In quattro anni sono stati assegnati alle cooperative di Libera Terra oltre 550.000 euro. Il Gruppo conferma la medesima campagna per il 2010, il cui ricavato è destinato a sostenere la costituzione di una nuova cooperativa in Calabria, a Isola Capo Rizzuto.

Il **25 marzo** il Consiglio di Amministrazione di Unipol Gruppo Finanziario approva il progetto di Bilancio Civilistico, il Bilancio Consolidato ed il Bilancio di Sostenibilità relativi all'esercizio 2009.

APRILE

Il **29 aprile** l'Assemblea degli Azionisti di Unipol Gruppo Finanziario approva il Bilancio Civilistico 2009, che si chiude con un utile di 128,8 milioni di euro e la distribuzione di dividendi complessivi pari a 100,4 milioni di euro.

L'Assemblea approva il rinnovo del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale per il triennio 2010-2012. La successiva riunione del Consiglio di Amministrazione nomina Carlo Cimbri nuovo Amministratore Delegato e Direttore Generale, confermando Pierluigi Stefanini alla Presidenza e nominando Vice Presidente Piero Collina, in sostituzione di Vanes Galanti, eletto alla Presidenza di UGF Assicurazioni.

MAGGIO

A conclusione dei lavori dei 14 cantieri operativi, il **13 maggio** il Consiglio di Amministrazione approva il Piano Industriale 2010-2012 e fa proprio il Piano di Sostenibilità 2010-2012. Un significativo riposizionamento strategico non orientato ai volumi, ma alla redditività, all'efficienza operativa, alla solidità patrimoniale, all'attenzione per i tradizionali mercati di riferimento (lavoro dipendente e autonomo, cooperazione, Pmi).

Sabato **15** e lunedì **17 maggio** Carlo Cimbri, nuovo Amministratore Delegato e Direttore Generale, insieme all'intero vertice del Gruppo incontra dipendenti ed agenti per presentare il Piano Industriale ("2013. Il Futuro. Insieme").

Lunedì **24 maggio** il Piano Industriale viene presentato anche ai fornitori, rinnovando con un "UGF Partner Day" il momento di incontro e condivisione già avviato nel 2009.

Il **26 maggio** si tiene a Roma il convegno promosso da Unipol Gruppo Finanziario "Per un futuro sostenibile. Il contributo del lavoro, dell'impresa, del credito e dell'assicurazione ad uno sviluppo solido e duraturo". Il convegno, preceduto dalla Lezione Magistrale del Premio Nobel Amartya Sen su "Lo sviluppo sostenibile e le nostre responsabilità", vede la presenza, insieme a Stefanini e Cimbri, dei tre segretari nazionali di Cgil, Cisl e Uil, dei Presidenti di Legacoop, Confesercenti e Cna. L'incontro segna, di fatto, l'inizio delle presentazioni del Bilancio di Sostenibilità 2009 in tutte le regioni italiane, che si concluderanno il 3 luglio a Bologna. In totale, 22 incontri, con una partecipazione complessiva di oltre 2.500 persone.

Il **27 maggio**, per il terzo anno consecutivo, le principali sedi delle società del Gruppo accolgono i bambini per la "Festa delle mamme e dei papà che lavorano". Per la prima volta l'evento è a impatto zero: il Gruppo finanzia la riforestazione di 1.720 mq di terreno in Madagascar in grado di assorbire l'emissione stimata di 4.619 kg di CO₂.

NUOVO NOME, NUOVO LOGO

I CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO UNIPOL HANNO APPROVATO IL 24 MARZO 2011 IL REBRANDING DELLA SOCIETÀ, CAMBIANDO COSÌ IL NOME E IL MARCHIO DEL GRUPPO, DI UGF ASSICURAZIONI CHE DIVENTA UNIPOL ASSICURAZIONI E DI UGF BANCA CHE DIVENTA UNIPOL BANCA.

Un cambiamento che vuole essere un'evoluzione, un passo avanti realizzato con marchi moderni e innovativi destinati a durare nel tempo e le cui peculiarità si estenderanno, per la sola parte figurativa, alle altre società del Gruppo, ad eccezione di Arca. I valori che il design dei nuovi marchi vuole suggerire sono trasparenza, apertura e flessibilità, come emerge fin dal loro elemento caratterizzante, ovvero la U iniziale disegnata come una sorta di nastro che tende

ad abbracciare, ad indicare attenzione e rispetto, per i clienti e per tutti i nostri interlocutori, attuali e potenziali.

Le cromie utilizzate hanno un preciso riferimento ai marchi precedenti, dai quali vengono recuperate e rafforzate. L'utilizzo ufficiale dei marchi è stabilito a partire dal primo luglio, una volta espletati i necessari adempimenti cui sono tenute le società cui i marchi fanno riferimento.

GIUGNO

Nel quadro di un accordo per lo sviluppo di una partnership strategica decennale nell'attività di bancassurance Vita e Danni, già sottoscritto il 24 dicembre 2009, il **22 giugno** Unipol Gruppo Finanziario, Banca Popolare dell'Emilia Romagna e Banca Popolare di Sondrio perfezionano l'acquisizione della maggioranza del Gruppo Assicurativo Arca. Il Gruppo Arca, comprendente Arca Vita ed Arca Assicurazioni, distribuisce i propri prodotti assicurativi tramite circa 2.200 sportelli di oltre 30 banche convenzionate.

Come indicato nel Piano Industriale 2010-2012, il **24 giugno** i Consigli di Amministrazione di Unipol Gruppo Finanziario, UGF Assicurazioni e Navale Assicurazioni approvano un piano che prevede, subordinatamente alle autorizzazioni delle competenti Autorità, il conferimento dell'attività assicurativa di Navale in UGF Assicurazioni e poi la fusione della stessa Navale in Unipol Gruppo Finanziario.

LUGLIO

UGF è partner di Mercedes ed Enel in **e-mobility**, un grande progetto di durata quadriennale per la mobilità elettrica. Mercedes fornirà 100 Smart elettriche a clienti/aziende di Roma, Pisa e Milano, Enel sarà responsabile dello sviluppo dell'infrastruttura (400 punti di ricarica), UGF sarà il partner assicurativo per tutte le autovetture (R.C.Auto, Incendio e Furto).

Il **28 luglio** si conclude con pieno successo l'aumento del capitale sociale di Unipol Gruppo Finanziario deliberato il 29 aprile dall'Assemblea straordinaria dei soci, con l'integrale sottoscrizione a pagamento delle azioni ordinarie e privilegiate offerte in opzione agli azionisti. Il rafforzamento patrimoniale, previsto dal Piano Industriale 2010-2012, è stato realizzato nonostante il difficile contesto economico finanziario. Il capitale sociale, con l'apporto di circa 400 milioni di euro a cui si aggiungono 100 milioni di *warrant* convertibili in azioni, sale a euro 2.698.895.169,10.

AGOSTO

Il **5 agosto** il Consiglio di Amministrazione di UGF approva la relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2010, che si chiude con un utile netto consolidato inferiore del 53% rispetto al primo semestre 2009, ma con risultati tecnici incoraggianti in termini di recupero della redditività (il *combined ratio* è sceso al 103,5% contro il 108% di fine 2009).

SETTEMBRE

Dal 5 al 19 settembre si svolge una grande campagna televisiva di comunicazione istituzionale di Gruppo che, oltre a rinsaldare la campagna 2009 "A misura del tuo domani", è propedeutica al lancio in ottobre di una campagna pubblicitaria dedicata al nuovo prodotto auto "KmSicuri": un prodotto che rende convergente l'offerta Auto delle reti Unipol e Aurora.

Apre a Milano il **22 settembre** la mostra "Salvador Dalì - il sogno si avvicina", di cui Unipol Gruppo Finanziario è sponsor nell'ambito della propria strategia di valorizzazione della cultura. La mostra chiuderà il 30 gennaio 2011 dopo aver registrato un'enorme affluenza di pubblico.

Il **26 settembre** a Barcellona la Fortitudo Bologna Baseball conquista il titolo di Campione d'Europa, dopo aver conquistato la Coppa Italia e il secondo posto in campionato: una squadra bolognese di cui UGF Assicurazioni è *main sponsor* nell'ambito della propria strategia di attenzione alle nuove generazioni, anche attraverso il sostegno allo sport. La Direzione Servizi Informatici di Gruppo mette in funzione un **green back-up**: un nuovo sistema di gestione dei back-up dei sistemi centrali, che consente di memorizzare in remoto una grande quantità di dati, risparmiando sullo spazio, sui consumi di elettricità, sui costi di manutenzione e smaltimento dell'hardware, con un risparmio di CO₂ su base annua equivalente a una foresta di 4.000 alberi.

OTTOBRE

Nell'ambito del Festival di giornalismo "Internazionale a Ferrara", sabato **2 ottobre** Pierluigi Stefanini, Presidente di UGF e della Fondazione Unipolis, partecipa alla presentazione del Report sulla percezione della sicurezza dei cittadini europei, redatto dall'Osservatorio europeo sulla sicurezza (promosso da Fondazione Unipolis, DemoS&P e Osservatorio di Pavia).

Il **3 ottobre** prende avvio la prima campagna prodotto di UGF Assicurazioni, dedicata alla nuova polizza auto "KmSicuri", con messaggi veicolati attraverso televisione, stampa, radio e web fino a metà dicembre. Il prodotto propone tra l'altro una tariffa a consumo in funzione dei chilometri percorsi.

Il **10 ottobre** partono ufficialmente i nuovi siti internet delle Divisioni Aurora e Unipol di UGF Assicurazioni, caratterizzati da un'unica web identity e da un marcato orientamento all'utente e al web 2.0, con standard di contenuto, di immagine e tecnologia innovativi.

NOVEMBRE

Il Consiglio di Amministrazione dell'**11 novembre** approva il resoconto intermedio di gestione del Gruppo al 30 settembre 2010. Nonostante le criticità dello scenario economico complessivo e dei settori in cui opera il Gruppo, si segnalano un'ulteriore riduzione del *combined ratio* (103,3% contro 103,5% a fine giugno) e una raccolta Vita molto positiva dal Gruppo Arca, il cui contributo al conto economico è incluso per la prima volta nel terzo trimestre.

Il **15 novembre**, nel novero delle iniziative volte a consolidare i rapporti con la cooperazione, come indicato nel Piano Industriale, viene presentata la linea di prodotti denominata "Valore Cooperativo": una linea predisposta da UGF Banca con Legacoop esplicitamente per le imprese cooperative associate.

DICEMBRE

Dal **primo dicembre** soltanto i fornitori regolarmente iscritti e qualificati nel Portale Fornitori possono intrattenere scambi commerciali con il Gruppo UGF. Il Portale richiede che i fornitori, per diventare tali, siano sottoposti a un processo strutturato atto a selezionare gli operatori aventi i requisiti di carattere professionale, di capacità economico finanziaria e tecnico-organizzativa ritenuti idonei per poter operare con il Gruppo UGF.

Il **20 dicembre** Don Luigi Ciotti è ospite nell'auditorium di UGF Banca per incontrare tutti i dipendenti, a cui per Natale è stato regalato il video "Libero Cinema in Libera Terra" realizzato da Cinemovel Foundation.

Il **21 dicembre** si conclude il progetto di integrazione di Navale Assicurazioni approvato a fine giugno, con il conferimento dell'azienda assicurativa a UGF Assicurazioni e l'atto di fusione per incorporazione di Navale Assicurazioni (post conferimento) in Unipol Gruppo Finanziario. Entrambe le operazioni avranno efficacia giuridica, contabile e fiscale dal primo gennaio 2011.

Unipol Gruppo Finanziario si riconferma partner di **Save the Children** anche per il 2011, affiancando tre progetti sul territorio nazionale volti a offrire una speranza ai minori migranti, con un supporto medico-psicologico nei centri di accoglienza, un centro diurno per gli adolescenti, un progetto contro l'abbandono scolastico.

1.2.3 Il ruolo di Unipol nello scenario europeo

Intelligente, sostenibile e inclusiva: così deve essere la crescita per **Europa 2020**.

Un programma strategico lanciato dalla Commissione europea nel marzo 2010 per superare la crisi e preparare l'economia comunitaria agli scenari che l'attendono nel decennio 2011-2020.

Per Unipol i canali europei di partecipazione e impegno sono Euresa, Amice e Cea.

Euresa è un raggruppamento di quattordici cooperative e mutue di assicurazione, con sede a Parigi, fondato nel 1990 da Unipol con i suoi partner storici: il gruppo belga P&V e le due grandi mutue francesi Maif e Macif. Euresa è uno strumento operativo e flessibile, che consente alle società aderenti (23 milioni di assicurati e 32.400 dipendenti) la collaborazione e l'approfondimento di tematiche specifiche. Nel 2010 Unipol ha ricoperto il ruolo di società pilota all'interno di due gruppi di lavoro, uno dedicato alla Governance e l'altro all'Asset Management. Tra i temi principali sviluppati da quest'ultimo gruppo, vi è quello degli investimenti socialmente responsabili, che è stato oggetto di specifica trattazione durante un workshop tenutosi a Bologna il 24 marzo 2010.

Amice e **Cea** sono due associazioni che, avendo sede a Bruxelles, mantengono i rapporti conoscitivi e di lobbying con le istituzioni europee. Entrambe svolgono attività di approfondimento per i rispettivi soci tramite gruppi di lavoro su temi specifici, con il Cea in un'ottica prettamente di settore e con Amice tendenzialmente mutualistica.

Amice è l'associazione europea delle cooperative e delle mutue di assicurazione, che coprono stabilmente quasi il 25% del mercato assicurativo europeo. Amice rappresenta direttamente 120 compagnie e, attraverso sette associazioni nazionali, altre 1.600 società piccole e grandi. Unipol vi aderisce da sempre in ragione di un azionariato di matrice cooperativa.

Il **Cea** (Comitato Europeo delle Assicurazioni) rappresenta invece, a livello europeo, le associazioni nazionali delle imprese di assicurazione, di qualsiasi forma giuridica (l'Ania per l'Italia). Ad esponenti del Gruppo Unipol sono state affidate la presidenza del gruppo dedicato all'assistenza sanitaria e, in particolare, la vicepresidenza dello *Steering Committee* che si occupa delle complesse tematiche legate a Solvency II.

Si tratta di un approccio alla solvibilità allo studio dal 2003, oggetto di una direttiva europea nel 2009.

Scopo di Solvency II è estendere al settore assicurativo la normativa propria del settore bancario, introducendo un sistema europeo comune di valutazione prudenziale dei requisiti di capitale delle imprese di assicurazione, basato sui rischi di cui ciascuna, per le proprie dimensioni e tipologia del portafoglio, è portatrice.

Poiché se ne prevede l'entrata in vigore il primo gennaio 2013, dopo l'approvazione delle norme di esecuzione, il contributo di Unipol in questa fase rappresenta un importante elemento di qualificazione.

Quanto ad Amice ed Euresa, nel 2010 hanno tenuto due importanti eventi. Euresa ha organizzato il **Forum sull'Innovazione** a Colonia, il 21 e 22 maggio. Pochi giorni dopo, dal 24 al 26 maggio, Amice ha tenuto la propria **Conferenza biennale** a Genova, ospitata congiuntamente da Reale Mutua, Itas Mutua e Unipol Gruppo Finanziario.

Il segnale principale uscito dalla Conferenza di Amice, dedicata al tema "Mutualità oggi: i valori sostenibili", è l'obbligo di innovare, spostando il fulcro del proprio impegno dai prodotti ai servizi, dai fattori contingenti alle generazioni future. Si è detto che il futuro è nell'ascolto dei clienti e nell'incorporazione della sostenibilità nel vissuto aziendale, che la crescita è sostenibile restituendo efficienza e redditività alla produzione e scommettendo sulla competitività.

Nel discorso di apertura, il Presidente Pierluigi Stefanini ha ricordato l'esperienza del Gruppo Unipol nell'elaborare il Piano Industriale 2010-2012 in stretta connessione con il Piano di Sostenibilità.

Il messaggio principale scaturito dal Forum Euresa è che la crescita può essere intelligente e inclusiva se si promuovono conoscenze trasversali e se si è ben consapevoli che l'innovazione è un processo da avviare e gestire con la collaborazione di tutti e poi continuare ad alimentare in tempi sempre più rapidi. Il Forum sull'innovazione è stata un'occasione di scambio di novità tra partner e di riflessione su alcuni megatrend. Evolvono gli atteggiamenti dei clienti, sempre più esigenti, esperti in tecnologie dell'informazione e della comunicazione, attenti a prezzo, qualità, varietà e velocità dei servizi. Evolvono le esigenze di una popolazione in fase di invecchiamento. Evolvono le modalità di risposta ai sinistri delle imprese di assicurazione, con servizi in natura al posto del risarcimento, dalla riparazione del danno materiale auto alla riabilitazione fisica e al supporto psicologico, fino alla riparazione dei guasti domestici. Evolvono le modalità di lavoro e formazione, anche con il telelavoro e lo scambio di esperienze lavorative a livello europeo.

Evolve la ricerca delle case automobilistiche, che puntano su auto tecnologicamente ben lontane dalle vetture a benzina o diesel oggi in circolazione e in vendita. Erano presenti, su questo ultimo punto, i responsabili mondiali della ricerca di Psa (Peugeot Citroën), Renault e Ford.

Al Forum di Colonia (il secondo sul tema, dopo quello del 2002 tenutosi a Bologna) il Gruppo Unipol ha portato le proprie esperienze, intervenendo con il Presidente Pierluigi Stefanini e con i rappresentanti apicali di UGF Banca, di UniSalute, dei Servizi Informatici, della Liquidazione Sinistri, delle Risorse Umane e del Business Lab.

Il prossimo Forum sull'Innovazione si terrà fra quattro anni. L'attenzione di Euresa sarà dedicata nel 2011 a esaminare le prospettive di integrazione delle linee strategiche delle singole società aderenti.

La prossima Conferenza di Amice si terrà invece in Polonia, a Danzica, nel 2012. Nel frattempo continueranno le attività di gruppi di lavoro, network e task force, in particolare in materia di Solvency II e di responsabilità sociale d'impresa, a cui il Gruppo Unipol parteciperà con impegno.

2. L'IMPIANTO VALORIALE

2.1 LA MISSIONE E I VALORI

Il Gruppo Unipol ha adottato gli strumenti normativi-valoriali funzionali alla definizione e adozione condivisa di un'identità e di una cultura di Gruppo orientate all'etica e alla sostenibilità.

Nel 2008 sono state coinvolte oltre 6.000 persone, tra dipendenti e agenti, in un percorso fondativo che ha portato alla definizione di Mission e Carta dei Valori.

Nel 2009 è stato approvato il Codice Etico ed è stato nominato il Responsabile Etico dal Consiglio di Amministrazione.

Al Responsabile Etico possono essere avanzate richieste di informazione e/o chiarimento in merito a quanto contenuto nel Codice o inoltrate segnalazioni relativamente a presunte violazioni rispetto a quanto previsto dal Codice Etico.

Il Codice è stato distribuito a tutti i dipendenti e viene consegnato al momento dell'assunzione. Nel corso del 2011 sarà effettuato un apposito corso di formazione che ne supporti l'adozione nella quotidianità.

I documenti integrali sono disponibili sul sito www.unipolgf.it.

MISSION

Essere responsabili del miglioramento della qualità della vita dei nostri Clienti mediante soluzioni per la tutela, il supporto e la sicurezza dei loro progetti.
Attuare una gestione imprenditoriale efficiente, profittevole e sostenibile nel tempo, basata sul contributo e sulla valorizzazione dei propri collaboratori.

CARTA DEI VALORI

Partendo dalla Mission, definisce e declina i cinque valori su cui si ispirano i comportamenti del Gruppo. Si tratta di:

ACCESSIBILITÀ

LUNGIMIRANZA

RISPETTO

SOLIDARIETÀ

RESPONSABILITÀ

CODICE ETICO

È lo strumento con cui il Gruppo declina i Valori identificati nella Carta in principi volti ad orientare i comportamenti dell'impresa nei confronti dei propri stakeholder. I destinatari del Codice, quindi, sono tutti coloro che influenzano o sono influenzati, direttamente o indirettamente, dall'attività del Gruppo, ovvero:

INVESTITORI

AMMINISTRATORI
DIPENDENTI
AGENTI
COLLABORATORI

CLIENTI

FORNITORI

COMUNITÀ
CIVILEGENERAZIONI
FUTURE

2.2 LA GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

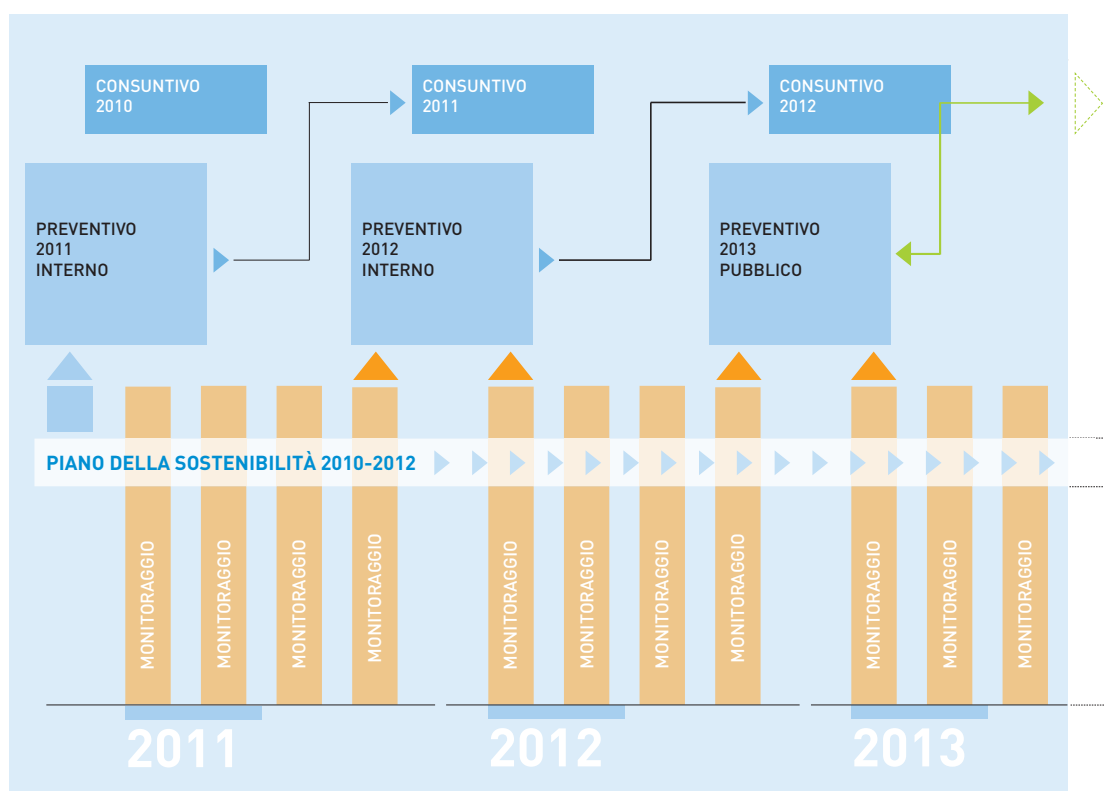
L'impegno per la sostenibilità di Unipol è garantito e presidiato in primo luogo dalla proprietà.

Il Consiglio d'Amministrazione esprime infatti un apposito **Comitato Consiliare** che ha la funzione di indirizzare e sostenere le politiche di responsabilità del Gruppo, fungendo contestualmente da Comitato Etico. Il Comitato Consiliare ha supportato quest'anno, in particolare, il percorso di definizione del Piano di Sostenibilità, la definizione di un apposito monitoraggio e la costruzione del primo Preventivo di Sostenibilità. Nel corso del 2011 lo stesso Comitato sarà ufficialmente rinominato Comitato per la Sostenibilità per rafforzare l'impegno del Gruppo nell'adozione di una vista maggiormente orientata alle generazioni future.

La **Funzione Responsabilità Sociale ed Etica** (d'ora innanzi Rse) è, alla stessa stregua dell'Audit, in staff al Presidente, che indirizza e stimola l'adozione di politiche di sostenibilità nella gestione.

La Funzione ha principalmente il compito di stimolare il cambiamento e presidiarne gli strumenti a supporto. Il Gruppo è dotato di una Carta Valori e di un Codice Etico, la cui implementazione e il cui presidio sono garantiti dal Responsabile Etico con il supporto della Commissione Etica. La Funzione Rse ha il compito di sviluppare e gestire gli strumenti di Accountability: il Bilancio di Sostenibilità a consuntivo, il Preventivo di Sostenibilità e il monitoraggio del Piano di Sostenibilità. Quest'ultimo, adottato la scorsa primavera con valenza triennale, da quest'anno viene monitorato con un sistema di indicatori di risultato, rilevati trimestralmente al fine di verificarne l'avanzamento e rafforzare la consapevolezza nel management. Gli indicatori sono stati individuati attraverso un lavoro di coinvolgimento capillare dei direttori e dei dirigenti direttamente coinvolti dagli impegni assunti nel Piano e fungeranno da base per preventivare indicatori di performance del Preventivo di Sostenibilità 2011.

IL PROCESSO DI ACCOUNTABILITY



Il 2011 è anche l'anno in cui per la prima volta Unipol si dota di un Preventivo di Sostenibilità, che individua le azioni (prodotti, processi, progetti) che caratterizzeranno l'esercizio, presentato e discusso in Consiglio d'Amministrazione. Nei prossimi anni gli impegni assunti con il Preventivo rappresenteranno un prezioso strumento di trasparenza e verifica verso gli stakeholder, incrociandosi con l'accountability a consuntivo. La stessa Funzione Rse stimola progetti di innovazione sostenibile nelle diverse Direzioni che si assumono direttamente la paternità e la responsabilità delle iniziative avviate nel corso della gestione ordinaria. Al fine di rafforzare, rendere più efficace e coerente tale processo, l'Amministratore Delegato stesso ha assunto la delega alla Sostenibilità per il management. Al fine di supportare lo sviluppo di riflessioni sul

tema e di stimolare il networking con altre imprese, Unipol è sempre stato partecipante attivo ad associazioni e network di scopo. È presente nel Direttivo e ne ha espresso la Presidenza fino a fine 2010 di Impronta Etica, associazione di imprese per la responsabilità sociale, organizzazione partner del Csr Europe. È membro del Forum per la Finanza Sostenibile, associazione multistakeholder per la promozione della Rsi nella pratica degli investimenti finanziari in Italia, e del Csr Manager Network, che riunisce i professionisti della responsabilità sociale in azienda e nelle società di consulenza per favorire il benchmarking e lo scambio di prassi. A livello internazionale partecipa attivamente ai gruppi di lavoro tematici delle associazioni a cui appartiene: Icmif, Amice ed Euresa, portando negli stessi le proprie esperienze e competenze.

LA PIANIFICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

NEL CORSO DEL 2010, IN PARALLELO CON LA DEFINIZIONE DEL PIANO INDUSTRIALE 2010-2012, L'AZIENDA SI È DOTATA DI UN PIANO DI SOSTENIBILITÀ TRIENNALE, COSTRUITO CON IL COINVOLGIMENTO DI TUTTI I DIRETTORI E DI MOLTI DIRIGENTI.

La correlazione tra i due Piani evidenzia un preciso approccio strategico volto ad integrare la sostenibilità nel business, rendendola driver dei processi decisionali e gestionali.

Il Piano di Sostenibilità, che il Consiglio di Amministrazione del 13 maggio 2010 ha fatto proprio, rappresenta la linea guida per lo sviluppo di progetti e prodotti innovativi, ma anche per il consolidamento di politiche già in atto.

Al fine di verificarne e garantirne l'attuazione è stato definito un sistema di monitoraggio trimestrale (nell'ambito dell'attività di gestione e verifica del Piano Industriale garantito dalle Direzioni competenti) per ciascun obiettivo declinato nei 25 ambiti di attività del Piano che si strutturerà in periodici report di direzione. Il sistema di monitoraggio, che sarà implementato nel 2011, rappresenterà contestualmente uno strumento prezioso per

il consolidamento progressivo della cultura della sostenibilità.

Le Direzioni interessate al monitoraggio sono legate al core business (commerciale, danni, vita, sinistri, sviluppo welfare e convenzioni nazionali), alle attività gestionali (risorse umane, finanza, acquisti, immobiliare, comunicazione, risk management, servizi informatici) e al business delle singole entità del Gruppo (Linear, UniSalute, UGF Banca, UGF Merchant, Fondazione Unipolis).

Il Piano di Sostenibilità è alla base della costruzione del Preventivo di Sostenibilità, che è stato redatto per la prima volta ad uso interno a fine 2010 per l'anno 2011 come strumento gestionale, ma che adotterà nel tempo anche una funzione di comunicazione e gestione del rapporto con gli stakeholder.

2.3 IL RAPPORTO ETICO

Relazione al Consiglio di Amministrazione sull'attività del Comitato Etico

Il Comitato Etico di Unipol Gruppo Finanziario nel corso del 2010 ha tenuto sei riunioni: due prima e quattro dopo il rinnovo della Cariche Sociali – avvenuto con l'Assemblea del 29 aprile – e, quindi, nella sua nuova composizione.

Il lavoro si è, peraltro, svolto in assoluta continuità, confermando le modalità operative, così come definite dal Codice Etico e dal Regolamento approvato dal Comitato Etico nella riunione del settembre 2009, successiva al proprio insediamento, a seguito della adozione del Codice stesso da parte del Consiglio di Amministrazione del Gruppo UGF in data 19 marzo 2009.

Da segnalare, anzitutto, per la sua rilevanza, la sottoscrizione, da parte di ciascuno dei Consiglieri di Amministrazione eletti nell'Assemblea dei soci di aprile, di una "Dichiarazione di impegno al rispetto dei principi del Codice Etico", così come proposto dal Comitato Etico e fatta propria dalla Presidenza del Gruppo. Si tratta di un atto che certifica e rafforza, in modo significativo, l'impegno degli Amministratori della Società ad essere protagonisti diretti, e punto di riferimento per l'insieme degli Stakeholder, nel promuovere la conoscenza, l'attuazione e il rispetto del Codice Etico e dei principi in esso affermati.

L'attività di informazione, diffusione e formazione

Anche nel corso del 2010 è proseguita l'attività volta ad accrescere la conoscenza del Codice Etico da parte di tutte le Società del Gruppo, le quali hanno, a loro volta, adottato il Codice. Ultima in ordine di tempo Arca, il Gruppo acquisito da Unipol Gruppo Finanziario a metà dello scorso anno che, in una seduta del proprio Consiglio di amministrazione nel mese di dicembre, ha fatto proprio il Codice Etico, insieme alla Carta dei Valori. Una scelta che conferma, una volta di più, la volontà del vertice e del gruppo dirigente di Unipol di far assumere al Codice Etico il ruolo di strumento in grado di orientare e guidare i comportamenti della

Società nel rapporto con i propri Stakeholder e nelle relazioni tra gli stessi.

In coerenza con questa scelta, il Comitato Etico nel corso del 2010 ha esaminato e discusso una proposta del Responsabile Etico per un percorso di conoscenza e sensibilizzazione dei Dipendenti e degli Agenti del Gruppo su quanto previsto dal Codice Etico e, più complessivamente, sui temi della Sostenibilità, quale opzione strategica assunta dal Gruppo per lo sviluppo della propria attività imprenditoriale. L'avvio del percorso è avvenuto nel corso di una importante riunione che ha coinvolto i principali dirigenti del Gruppo e delle società controllate, presenti il Presidente e l'Amministratore Delegato, oltre al Presidente del Comitato Etico e al Responsabile Etico.

Attraverso una approfondita e accurata preparazione – che ha visto impegnati in appositi *panel* di discussione gruppi di dipendenti e agenti – nel corso del 2011 verrà realizzato un progetto di sensibilizzazione delle persone, che si avvarrà di una attiva partecipazione dei responsabili delle varie funzioni aziendali e sfocerà in un programma di informazione e sensibilizzazione di tutti coloro che lavorano nel e per il Gruppo. Utilizzando la Piattaforma Web del Gruppo per la formazione a distanza, verranno proposte specifiche situazioni, con l'obiettivo di promuovere la conoscenza e i migliori comportamenti delle persone, a partire dai principi contenuti nel Codice Etico.

Come già nell'anno precedente, anche nel 2010 il Codice Etico è stato consegnato a tutti i nuovi assunti ed è stato illustrato dal responsabile Etico nel corso degli incontri di "Benvenuti nel Gruppo", appositamente dedicati alle persone che intraprendono l'attività lavorativa nelle diverse Società.

La gestione dei contatti e delle segnalazioni

Nel corso del 2010 al Responsabile Etico sono pervenute – tramite i canali di relazione previsti e messi a disposizione dei diversi Stakeholder: posta, posta elettronica, telefono – richieste di informazione, segnalazioni di comportamenti ritenuti non corrispondenti a quanto contenuto nel Codice Etico, nonché alcune segnalazioni

relative a presunte violazioni del Codice stesso. La relativa numerosità del numero complessivo dei contatti – trenta – registrati nell'anno, testimonia sia della buona conoscenza dell'esistenza del Codice Etico, che dell'acquisizione delle sue finalità da parte di coloro che, a vario titolo, hanno rapporti con il Gruppo.

Quanto alle tipologie di tali contatti, possono essere così configurate:

- richieste di informazioni: **quattro**;
- lettera di apprezzamento per l'importanza del codice: **una**;
- richiesta di copie del Codice Etico per un'iniziativa di conoscenza in un ambito territoriale: **una**;
- reclami e segnalazioni di disservizi da parte di clienti, sia nei confronti delle Compagnie assicurative che della Banca, nella gestione dei rapporti relativi a polizze, risarcimento di sinistri e conti correnti: **diciassette**;
- segnalazione di problematiche riconducibili a comportamenti ritenuti scorretti e presunte violazioni del Codice Etico: **sette**.

Esaudite le richieste di informazione, per quanto riguarda i reclami e i disservizi riconducibili all'attività gestionale, una volta verificato che essi non erano tali da configurare una effettiva violazione dei principi del Codice Etico, si è provveduto a inoltrarli alle funzioni interessate delle diverse Società. Con la raccomandazione di provvedere a risposte tempestive e puntuali per quanto riguarda il merito, anche per ridurre la negativa ricaduta di immagine e reputazione della Società.

Per quanto attiene le sette specifiche segnalazioni di presunte violazioni del Codice Etico, esse avevano caratteristiche diversificate per origine e rilevanza. Per tutte è stata effettuata una istruttoria accurata, tesa ad accertare l'effettiva sussistenza di elementi tali da configurare una effettiva violazione del Codice. Tali istruttorie sono state svolte nel rispetto della riservatezza prescritta dal Codice Etico e secondo le modalità stabilite nel Regolamento per la gestione delle segnalazioni, approvato dal Comitato Etico nel settembre del 2009.

Di seguito si riportano, sinteticamente, gli esiti delle singole attività istruttorie e delle determinazioni assunte dal Comitato Etico,

relativamente alle segnalazioni di presunte violazioni considerate di maggiore rilevanza.

- 1) La persona che ha effettuato la segnalazione, dopo un primo momento di confronto verbale, non ha dato seguito effettivo alla segnalazione.
- 2) La segnalazione, relativa alla modalità seguite nella fase di selezione per l'assunzione nell'ambito del Gruppo, si è rilevata palesemente infondata ed è stata chiarita direttamente con l'interessato, senza alcun seguito.
- 3) Segnalazione relativa al mancato rispetto di un diritto per un dipendente relativo all'avvicinamento alla sede di lavoro motivi familiari. La verifica effettuata ha permesso di accertare che la persona in questione aveva chiesto personalmente il trasferimento alla nuova sede di lavoro, anche in pendenza di gravi, e dalla stessa accettati, provvedimenti disciplinari a proprio carico. Per tale ragione la segnalazione di presunta violazione del Codice Etico è stata ritenuta non ricevibile.
- 4) Segnalazione relativa al mancato rispetto della dignità e del contributo professionale da parte di un dipendente. Nel caso in questione, si è proceduto ad una approfondita verifica con la persona che ha effettuato la segnalazione e con le funzioni interessate, che ha portato il dipendente a ritirare la segnalazione avendo ottenuto risposte soddisfacenti rispetto alla propria specifica situazione e collocazione lavorativa.
- 5) Due segnalazioni di presunta violazione del Codice hanno riguardato questioni relative al rapporto di lavoro in essere da parte di due dipendenti. Le presunte violazioni attenevano, secondo le segnalazioni, al mancato rispetto dei diritti, in quanto a contributo professionale e valorizzazione della propria professionalità nell'ambito lavorativo. La verifica ha accertato che in entrambi i casi le persone autrici della segnalazione avevano in essere un contenzioso, anche legale, con la Società. In relazione alla specifica situazione, il Comitato Etico – anche sulla base di quanto affermato dal Codice stesso allorché stabilisce che esso non ha "competenze interpretative e

applicative rispetto alle leggi dello Stato" (Codice Etico, parte terza paragrafo 2.2) e, più in generale, non ha competenze in materia di diritto del lavoro – ha deciso di non dare seguito alle segnalazioni presentati allorquando si è in presenza di contenzioni con l'Azienda. Il Comitato Etico, infatti, ritiene che, essendo chiaramente distinti – come ben specificato dal Codice Etico – i ruoli e le funzioni del Comitato Etico da quelli propri degli organismi amministrativi e giudiziari chiamati a presiedere la legislazione in materia di rapporti di lavoro, esso si riserva di valutare ed esprimersi su tali segnalazioni, solo a conclusione dei procedimenti in essere.

- 6) Segnalazione relativa ad una presunta violazione del Codice per quanto attiene al conflitto di interesse di un dipendente, peraltro collocato in un ruolo di responsabilità diretta, e l'Azienda. Il caso ha comportato, stante la rilevanza della segnalazione, una verifica approfondita ai vari livelli della Società per accertare la sussistenza del conflitto di interesse segnalato. L'istruttoria, effettuata con il massimo rigore e con la indispensabile attenzione alla riservatezza, ha permesso di stabilire con ragionevole certezza l'insussistenza di una situazione di conflitto di interesse, così come paventato dalla segnalazione. Pertanto, non si è determinata violazione di quanto stabilito dal Codice Etico. Tuttavia, sulla base di quanto emerso dall'istruttoria, il Comitato Etico ha evidenziato l'esistenza di alcuni limiti regolamentari relativi alla materia esaminata. Per tale ragione, il Comitato Etico ha perciò segnalato – con apposita lettera alle Direzioni aziendali interessate – da un lato i limiti emersi e, dall'altro, indicato ipotesi di modifiche ai regolamenti interni, al fine di realizzare maggiore chiarezza di comportamenti, evitare il determinarsi di possibili abusi o, comunque, anche il solo sospetto che possano generarsi situazioni di privilegio.

Il Comitato Etico ha, successivamente, preso atto con piena soddisfazione degli interventi effettuati dalle Direzioni aziendali interessate sulla questione oggetto di segnalazione, che hanno tenuto conto anche delle indicazioni fornite in proposito dallo stesso Comitato Etico.

Considerazioni finali

A conclusione del presente Rapporto – redatto dal Responsabile Etico in base a quanto previsto dal Codice Etico (parte terza paragrafo 2.1.2) – si rileva come il 2010 sia stato il primo anno di piena operatività del Codice Etico, a partire dalla sua effettiva diffusione negli ultimi mesi del 2009. Nell'arco di poco più di un anno si può rilevare come sia stata completata la fase di adozione da parte di tutte le società facenti capo al Gruppo Unipol. A loro volta, ai fornitori viene richiesta – al momento della loro iscrizione nell'apposito albo – l'adesione al Codice Etico. Il testo del Codice, insieme alla Carta dei Valori, è stato diffuso in modo capillare, in forma cartacea, a dipendenti e agenti, mentre esso è disponibile in formato elettronico in tutti i siti Internet delle Società e sulle Intranet di agenti e dipendenti.

Se è certamente prematuro esprimere valutazioni organiche sul livello di applicazione del Codice in tutte le aree aziendali, è tuttavia possibile compiere una considerazione complessiva a proposito del grado di adesione ai principi espressi nel Codice Etico. In particolare, occorre sottolineare come la elaborazione del Piano di Sostenibilità, realizzata a inizio 2010, contemporaneamente e in stretta commissione e integrazione con il Piano Industriale 2010-2012 del Gruppo Unipol, sia avvenuta in piena coerenza con l'impianto valoriale espresso dal Codice Etico e dalla Carta dei Valori. Oltre l'adesione ai principi, è utile richiamare l'importanza che assume l'avvio dell'attività di conoscenza e sensibilizzazione al Codice rivolta a dipendenti e agenti. Allo stesso tempo, il numero relativamente elevato di contatti e segnalazioni effettuate, indica come da parte dei diversi Stakeholder si reputi utile il ricorso al Responsabile Etico, sia per avere informazioni che per evidenziare presunte inadempienze al rispetto dei principi contenuti nel Codice. D'altra parte, assecondando lo spirito che è proprio del Codice Etico, il Comitato Etico e il Responsabile Etico, ispirano la loro azione principalmente verso la promozione di comportamenti positivi e virtuosi, tanto da parte delle persone come delle funzioni e dei responsabili aziendali, senza peraltro trascurare il ricorso a modalità sanzionatorie, laddove se ne ravvisi la necessità per far valere i principi contenuti nel Codice.

3. LA GOVERNANCE

3.1 LA STRUTTURA DELL'AZIONARIATO

Unipol Gruppo Finanziario Spa è controllato da Finsoe Spa, che a febbraio 2011 deteneva stabilmente il 50,75% del capitale ordinario (con una quota sul capitale totale del 31,40%).

La maggioranza del capitale di Finsoe Spa (76,5%) è detenuta da Holmo Spa, società di partecipazioni controllata da 41 aziende appartenenti al movimento cooperativo, tra cui le principali cooperative di consumo e dei settori di produzione e lavoro.

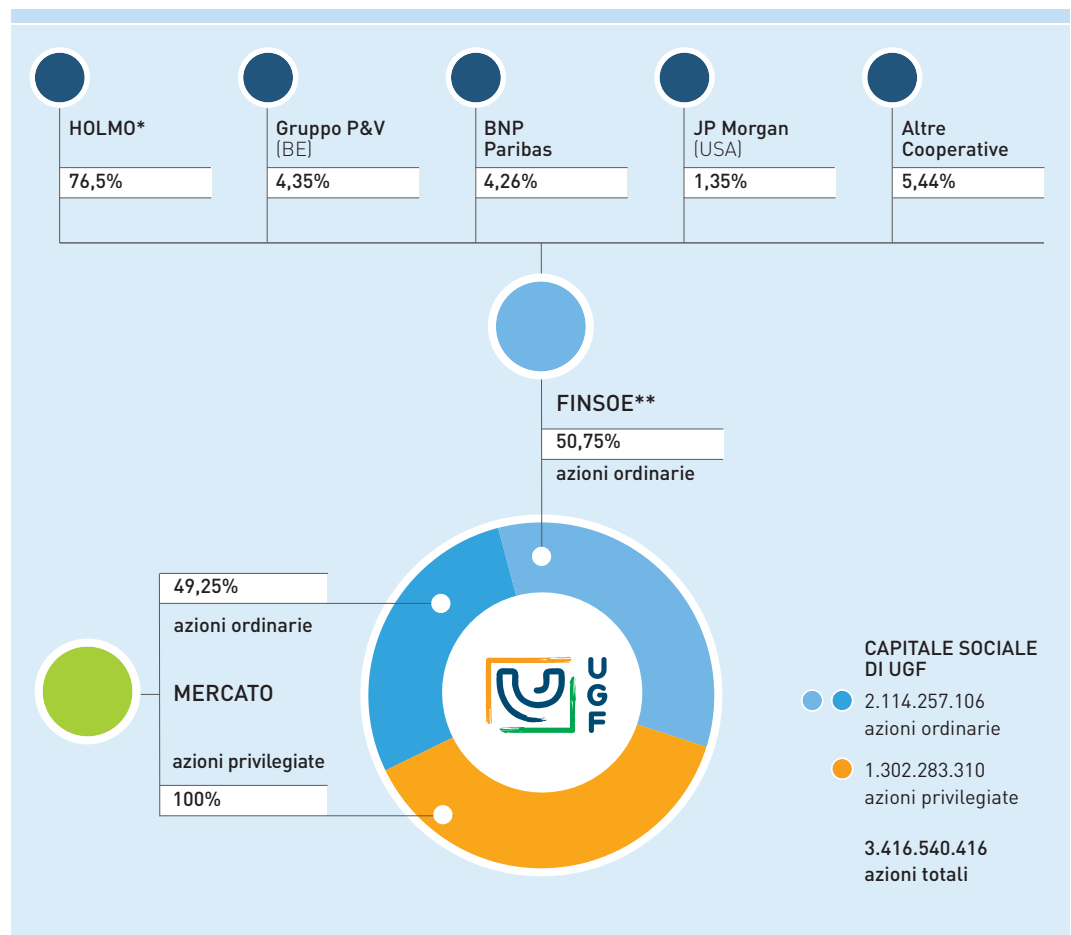
Il 49,25% delle azioni ordinarie di Unipol Gruppo Finanziario ed il 100% delle azioni privilegiate costituiscono capitale flottante, trattato sul mercato azionario di Borsa italiana (Gruppo London Stock Exchange).

Alla data del 9 febbraio 2011 gli azionisti rilevanti di Unipol Gruppo Finanziario erano, oltre a Finsoe, Lima Srl (con una quota del 3,08% sul capitale ordinario e del 3,12% sul capitale

votante) e P&V Assurances (con il 4,46% del capitale ordinario e il 2,79% del capitale votante). Al mese di maggio 2010 (secondo una rilevazione effettuata da una società esterna), oltre il 70% del capitale totale (compresa Finsoe) era in mano ad azionisti istituzionali e retail italiani, mentre l'11% circa era detenuto da azionisti stranieri (la restante quota del 15% circa è in mano ad investitori non identificati). La maggioranza dell'azionariato straniero era rappresentata da investitori istituzionali ubicati negli Stati Uniti e in Canada, quindi nel Regno Unito e in Irlanda e, a seguire, in altri paesi europei (Francia, Scandinavia, Benelux, Svizzera, Germania e Austria) e del mondo.

Il capitale sociale di Unipol Gruppo Finanziario al mese di febbraio 2011 era costituito da 3.416.540.416 azioni, di cui 2.114.257.106 ordinarie e 1.302.283.310 privilegiate.

LA STRUTTURA DELL'AZIONARIATO



* Holmo è una società finanziaria che raggruppa le principali imprese cooperative nazionali.
** detiene 8,11% del capitale di azioni proprie

3.2 IL SISTEMA DI GOVERNO

3.2.1 Le cariche sociali

L'Assemblea di Unipol Gruppo Finanziario Spa del 29 aprile 2010 ha provveduto al rinnovo del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale. La successiva riunione del Consiglio di Amministrazione ha poi confermato

Pierluigi Stefanini nella carica di Presidente e nominato Carlo Cimbri Amministratore Delegato e Direttore Generale del Gruppo. Di seguito, le cariche sociali e direttive del Gruppo.

	PRESIDENTE ONORARIO	Enea Mazzoli	
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	PRESIDENTE	Pierluigi Stefanini	
	VICE PRESIDENTE	Piero Collina	
	AMMINISTRATORE DELEGATO E DIRETTORE GENERALE	Carlo Cimbri	
	CONSIGLIERI	Francesco Berardini Sergio Betti Rocco Carannante Pier Luigi Celli Gilberto Coffari Sergio Costalli Ernesto Dalle Rive Jacques Forest Vanes Galanti Roger Iseli Claudio Levorato	Ivan Malavasi Massimo Masotti Enrico Migliavacca Pier Luigi Morara Milo Pacchioni Marco Pedroni Giuseppe Politi Francesco Vella Marco Giuseppe Venturi Luca Zaccherini Mario Zucchelli
	SEGRETARIO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	Roberto Giay	
COLLEGIO SINDACALE	PRESIDENTE	Roberto Chiusoli	
	SINDACI EFFETTIVI	Giorgio Picone	Domenico Livio Trombone
	SINDACI SUPPLENTI	Carlo Cassamagnaghi	Cristiano Cerchiai
DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI	Maurizio Castellina		
SOCIETÀ DI REVISIONE	KPMG Spa		

3.2.2 La Corporate Governance

Nel corso degli esercizi 2007, 2008 e 2009 il Gruppo UGF ha gradualmente realizzato un importante processo di integrazione e razionalizzazione, che ha portato alla ridefinizione, nei suoi aspetti fondamentali, dell'assetto societario e del modello organizzativo e funzionale interno. In seguito a tale processo, nella holding UGF Spa sono state accentrate le funzioni e le strutture di indirizzo strategico, di direzione, di coordinamento e controllo, ovvero di gestione di servizi trasversali ai due comparti, bancario e assicurativo, del Gruppo.

La definizione del ruolo di holding di UGF Spa non ha sostanzialmente modificato il modello di governo societario descritto dal **Codice di Corporate Governance**, adottato nel maggio 2007. UGF recepisce inoltre, sin dal marzo 2001, il Codice di Autodisciplina delle società quotate promosso da Borsa Italiana Spa. Nel 2010 la società ha adeguato lo Statuto ed il Regolamento Assembleare per recepire il decreto legislativo n. 27/2010 in vigore dal 20 marzo 2010 (in attuazione della direttiva comunitaria 2007/36/CE dell'11 luglio 2007). La nuova normativa rafforza i diritti degli azionisti in società quotate, in particolare per agevolare la partecipazione all'assemblea e l'esercizio transfrontaliero del diritto di voto.

UGF Spa adotta il "sistema tradizionale" di amministrazione e controllo, avendo quali organi principali: il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Assemblea dei Soci. Il controllo contabile è affidato ad una Società di Revisione esterna.

Consiglio di Amministrazione

L'Assemblea del 29 aprile 2010 ha rinnovato il Consiglio di Amministrazione della società, composto da 25 membri (il cui elenco nominativo è riportato a pag. 25), conferendo un mandato triennale, vale a dire fino all'Assemblea di approvazione del bilancio relativo all'esercizio 2012.

Il Consiglio di Amministrazione, che per Statuto si riunisce con periodicità almeno trimestrale, si è riunito undici volte nel corso del 2010, con un

tasso medio di partecipazione del 92%.

In conformità allo Statuto ed alle norme vigenti, la nomina degli Amministratori è avvenuta sulla base dell'unica lista presentata dal socio Finsoe Spa, corredata dalle dichiarazioni con le quali i singoli candidati hanno attestato sia l'inesistenza di cause di ineleggibilità e di incompatibilità, sia l'esistenza delle caratteristiche personali e professionali previste per l'assunzione delle rispettive cariche. È stata valutata la compatibilità tra gli incarichi ricoperti dagli Amministratori in altre imprese e l'efficace svolgimento delle loro funzioni consiliari ("cumulo degli incarichi").

Il Consiglio di Amministrazione è composto – con eccezione dell'Amministratore Delegato (unico amministratore esecutivo della società) – da Amministratori non esecutivi e indipendenti. In linea con le *best practice* internazionali, la società rivolge particolare attenzione al requisito dell'indipendenza sostanziale, interpretando in maniera estensiva le disposizioni contenute nel Codice di Autodisciplina e nel Testo Unico della Finanza, al fine di garantire la composizione degli interessi di tutti gli azionisti, sia di maggioranza che di minoranza.

Per quanto riguarda la remunerazione degli Amministratori, l'Assemblea degli Azionisti del 29 aprile 2010 ha confermato un compenso annuo pro capite di 50.000 euro, nonché un gettone di presenza di 1.500 euro per la partecipazione ad ogni riunione consiliare. Al momento, la remunerazione degli Amministratori non esecutivi non è legata ai risultati economici della società, né sono previsti piani di incentivazione basati su azioni o altri strumenti finanziari a favore dei componenti del Consiglio di Amministrazione. La Società non ha stipulato con i propri Amministratori accordi che prevedano il riconoscimento di indennità in caso di dimissioni, o revoca senza giusta causa, o cessazione del rapporto a seguito di un'offerta pubblica di acquisto.

Le attività annuali di autovalutazione su dimensione, composizione, e funzionamento del Consiglio di Amministrazione e dei Comitati consiliari, svolte dal Comitato Nomine e Corporate Governance con il supporto di un primario advisor esterno, si sono concluse con

la discussione di un rapporto sui principali risultati in occasione della riunione consiliare del 24 marzo 2011.

Da tali attività è emersa una diffusa valutazione positiva del livello di funzionamento e di efficienza del Consiglio di Amministrazione e dei suoi Comitati, in assenza di problematiche o di aspetti patologici o di significativa preoccupazione.

Nel corso del 2011 si lavorerà tuttavia su alcune specifiche aree di miglioramento.

Presidente e Vice Presidente

Il Presidente rappresenta la società nei limiti previsti dallo Statuto e ha il potere di impulso sull'operato del Consiglio di Amministrazione, garantendo la promozione della trasparenza nell'attività sociale e avendo cura di rappresentare tutti gli azionisti. Il Presidente non ha ricevuto deleghe gestionali, né riveste un ruolo specifico nell'elaborazione delle strategie aziendali.

Il Vice Presidente sostituisce con gli stessi poteri il Presidente, in caso di sua assenza o impedimento e, in tale funzione, può accedere a tutte le informazioni all'interno della struttura. Il Consiglio di Amministrazione del 29 aprile 2010 ha eletto al proprio interno il Presidente ed il Vice Presidente della società, confermando Pierluigi Stefanini nella carica di Presidente e nominando Piero Collina nella carica di Vice Presidente, con mandato triennale.

Amministratore Delegato e Direttore Generale

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. L'Amministratore Delegato, nella sua veste di Direttore Generale, svolge, in particolare, una funzione di presidio sulla gestione del business del Gruppo, coerentemente con il Piano Strategico.

Il Consiglio di Amministrazione del 29 aprile 2010 ha nominato Carlo Cimbri

Amministratore Delegato e Direttore Generale della società. L'Amministratore Delegato è l'unico Amministratore esecutivo della società, sulla base di un mandato triennale.

Sei comitati consiliari

Il Consiglio ha costituito al proprio interno, per una maggiore incisività ed efficienza, sei Comitati aventi funzioni consultive e propositive:

- il Comitato di Presidenza
- il Comitato Nomine e Corporate Governance,
- il Comitato Remunerazione
- il Comitato per il Controllo Interno,
- il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate
- il Comitato per la Responsabilità Sociale /Comitato Etico.

Il **Comitato di Presidenza** si occupa delle politiche di sviluppo e delle linee guida dei piani strategici ed operativi da sottoporre al Consiglio di Amministrazione. Nel 2010 si è riunito sei volte.

Il Comitato Nomine e Corporate Governance

propone o formula pareri in merito alle figure professionali da candidare alle cariche apicali della società o delle "aziende rilevanti" del Gruppo, oltre a esprimere pareri in merito al sistema di governo societario.

Nel 2010 non si è riunito.

Il Comitato Remunerazione

valuta le proposte di remunerazione delle cariche apicali della società o delle "aziende rilevanti" del Gruppo, nonché le proposte di trattamento economico di alcuni dirigenti della società (Preposto al controllo interno, Responsabili delle funzioni Audit, Compliance e Risk Management).

Nel 2010 si è riunito una volta.

Il Comitato per il Controllo Interno

svolge funzioni di istruttoria e di assistenza in merito al sistema dei controlli interni ed all'approvazione dei documenti contabili periodici, interfacciandosi con la Società di Revisione esterna, con il Collegio Sindacale, con le funzioni Audit, Compliance e Risk Management, con altre aree specifiche di business. Nel 2010 si è riunito sei volte.

Il Comitato per le Operazioni

con Parti Correlate è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione dell'11 novembre 2010 in conformità a quanto previsto dal Regolamento Consob 17221 del 12 marzo 2010. Si è riunito una sola volta nel 2010, approvando il proprio regolamento interno ed esprimendo un parere sulla "procedura per l'effettuazione

di operazioni con parti correlate” e sulle modalità di istituzione e formazione del Registro delle Parti Correlate.

Il **Comitato per la Responsabilità Sociale** si è riunito undici volte nel corso del 2010, di cui sei nella sua funzione di Comitato Etico. In occasione di tali riunioni il Comitato ha tra l'altro analizzato le modalità di elaborazione e redazione del Piano di Sostenibilità 2010-2012 (fatto proprio dal Consiglio di Amministrazione del 13 maggio 2010) e del Bilancio di Sostenibilità; ha inoltre discusso e condiviso le principali iniziative del Gruppo in ambito sociale ed ambientale. Nella sua funzione di Comitato Etico, ha esaminato le principali segnalazioni pervenute al Responsabile Etico, assumendo iniziative volte a promuovere il rispetto del Codice Etico (approvato dal Consiglio di Amministrazione il 19 marzo 2009); ha inoltre discusso e approvato le modalità per accrescere la conoscenza del Codice Etico e la sensibilizzazione ai principi in esso contenuti, da parte dei Dipendenti e degli Agenti del Gruppo.

Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale è un organo di controllo a cui sono demandati istituzionalmente compiti di vigilanza sull'adeguatezza dell'assetto amministrativo, organizzativo e contabile. I membri del Collegio Sindacale sono nominati sulla base di liste presentate dai Soci che al momento abbiano diritto di voto in Assemblea.

L'Assemblea del 29 aprile 2010 ha rinnovato il Collegio Sindacale, nominando tre sindaci effettivi e due supplenti, con un mandato della durata di tre esercizi, fino all'Assemblea di approvazione del bilancio relativo all'esercizio 2012. Tutti i Sindaci sono iscritti nel registro dei revisori contabili. Nel 2010 il Collegio Sindacale si è riunito diciotto volte.

3.2.3 La struttura organizzativa

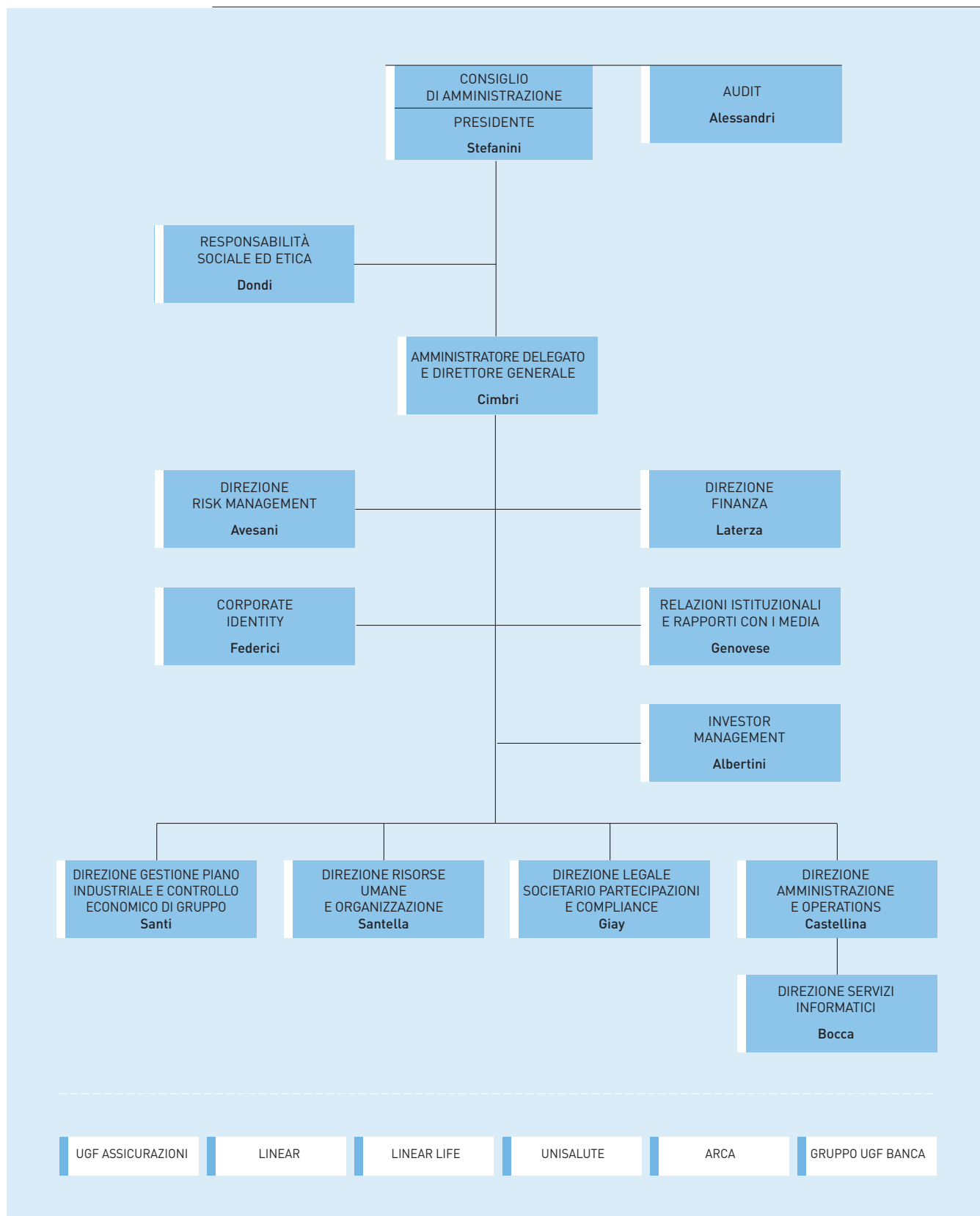
La struttura organizzativa di Unipol, intesa come holding di partecipazioni cui afferiscono le diverse società del Gruppo, tiene anzitutto conto della netta distinzione di funzioni tra indirizzo strategico e controllo, che fanno capo a Consiglio di Amministrazione e Presidenza, e funzioni gestionali che competono all'Amministratore Delegato e Direttore Generale. In secondo luogo, tale struttura è articolata sulla base di criteri che hanno l'obiettivo di realizzare una gestione funzionale ed efficiente, in grado di rendere sempre più integrato il ruolo strategico e di guida della holding e quello delle società operative controllate, sulla base dei tre ambiti di business sui quali si articola l'attività del Gruppo Unipol: assicurazione, banca e bancassicurazione.

Anche sulla base del Piano Industriale approvato nel maggio scorso, che ha fissato nuovi obiettivi e deciso un'ulteriore fase del riassetto societario e organizzativo, è stata definita una struttura manageriale del Gruppo più adeguata al raggiungimento dei target di Piano: all'AD riportano le funzioni più strategiche – i responsabili dei rami Danni e Vita, Risorse Umane, Finanza, Legale, Amministrazione, Gestione Piano industriale – oltre a quelle di Staff, Risk Management, Relazioni Istituzionali, Corporate Identity, Investor Management (si veda l'organigramma a pag.29).

Da evidenziare, inoltre, come, a conferma del ruolo trainante del business assicurativo del Gruppo, l'AD della holding è stato nominato anche Amministratore Delegato di UGF Assicurazioni. In questo modo UGF Assicurazioni, dopo il conferimento anche di Navale Assicurazioni (formalizzato a inizio 2011), si configura come unica compagnia generalista del Gruppo, cui si affiancano le due specializzate Linear e UniSalute, le quali peraltro hanno un unico Direttore Generale.

Per informazioni più dettagliate, si rimanda alla sezione "Corporate Governance" del sito www.unipolgf.it dove sono reperibili lo Statuto, il Regolamento Assembleare, il Codice di Corporate Governance, le Relazioni Annuali sul Governo Societario e la composizione degli organi societari. Il Codice di Autodisciplina è invece consultabile sul sito di Borsa Italiana Spa, www.borsaitaliana.it.

ORGANIGRAMMA



3.2.4 Il Modello Organizzativo di Gestione

Il processo di riorganizzazione societaria e funzionale del Gruppo ha comportato la revisione del Modello di Organizzazione e Gestione della capogruppo, al fine di accertare la coerenza tra le previsioni in esso contenute e il diverso ruolo assunto dalla società, nella continuità e piena salvaguardia dei principi e valori di riferimento del Modello stesso.

Con la revisione, che ha comportato **una nuova mappatura di rischi e controlli del Gruppo** e l'individuazione dei relativi processi sensibili, sono state inoltre recepite le nuove fattispecie di reato inserite nel decreto legislativo n.231/2001 (in particolare, reati informatici e reati contro la salute e la sicurezza sul lavoro). La versione aggiornata del Modello è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione il 17 dicembre 2009.

Si ricorda che il citato decreto legislativo prevede una presunzione di corresponsabilità delle imprese nella commissione di alcune tipologie di reato da parte di propri amministratori, dirigenti, dipendenti e/o collaboratori, con significative sanzioni amministrative e penali, a meno che le imprese stesse non abbiano adottato modelli di organizzazione e gestione

che consentano di prevenirli o di reagire tempestivamente per impedirne la reiterazione.

Il Mog è strutturato in una "parte generale" e in "parti speciali". La parte generale contiene un'introduzione normativa e le regole e i principi ispiratori del Modello. Le parti speciali trattano l'interpretazione delle norme rispetto alle varie categorie di reati, l'esemplificazione delle condotte rilevanti, le attività sensibili all'interno del Gruppo e i presidi e gli strumenti di controllo adottati dalla società.

Il decreto legislativo n.231/2001 prevede l'istituzione di un **Organismo di Vigilanza** composto da cinque membri che, giunti al termine del primo incarico biennale, sono stati confermati per i prossimi due esercizi dal Consiglio di Amministrazione del 24 giugno 2010. I componenti dell'Odv sono i tre membri del Comitato di Controllo Interno, il Responsabile della Direzione Legale, Societario e Compliance e il Responsabile della Funzione Audit.

A fine 2010 è stata avviata una seconda attività formativa dei dipendenti e degli agenti del Gruppo in modalità *e-learning* specificatamente indirizzata alle novità normative dell'attuazione del Mog.

3.2.5 Il sistema dei controlli interni e di gestione dei rischi

Il sistema dei controlli interni, comprendente regole, procedure e strutture organizzative, non si è modificato rispetto alle direttive emanate dal Consiglio di Amministrazione di Unipol Gruppo Finanziario nel dicembre 2008. Il sistema coinvolge tutte le strutture dell'azienda e ogni risorsa, ciascuna per il proprio livello di competenza e responsabilità. Tutte le Direzioni e Funzioni hanno un proprio ruolo nel verificare le operazioni poste in essere, secondo differenti livelli di responsabilità.

Il sistema dei controlli interni è articolato su tre livelli:

- **i controlli di linea** sono i controlli effettuati dalle strutture produttive o incorporati nelle procedure automatizzate, oppure eseguiti nell'ambito delle attività di back-office. Tali attività sono identificate come **controlli di primo livello**;
- le attività specifiche di **gestione dei rischi** sono affidate a strutture diverse da quelle operative e concorrono alla definizione delle metodologie di misurazione dei rischi, di verifica del rispetto dei limiti assegnati alle varie funzioni operative e di controllo della coerenza dell'operatività con gli obiettivi e i livelli di rischio definiti dai competenti organi aziendali. In particolare, fanno parte di questo livello i controlli sui rischi: assuntivi, di credito, patrimoniali e di investimento, operativi e reputazionali, nonché di non conformità alle norme. Le attività che appartengono a questa categoria sono svolte da funzioni ad hoc (Risk Management, Compliance, Dirigente Preposto, Controllo di Gestione) e sono identificate come **controlli di secondo livello**;
- la Funzione di **Internal Audit** svolge attività di verifica sulla completezza, funzionalità e adeguatezza del sistema dei controlli interni, inclusi i controlli di primo e secondo livello. Tali attività sono identificate come **controlli di terzo livello**.

MODELLO DI RISK AND CONTROL GOVERNANCE DEL GRUPPO UGF

Good Governance
Responsabilità legale degli amministratori (law compliance)
Responsabilità sociale
Principi etici
Responsabilità sul sistema dei controlli interni

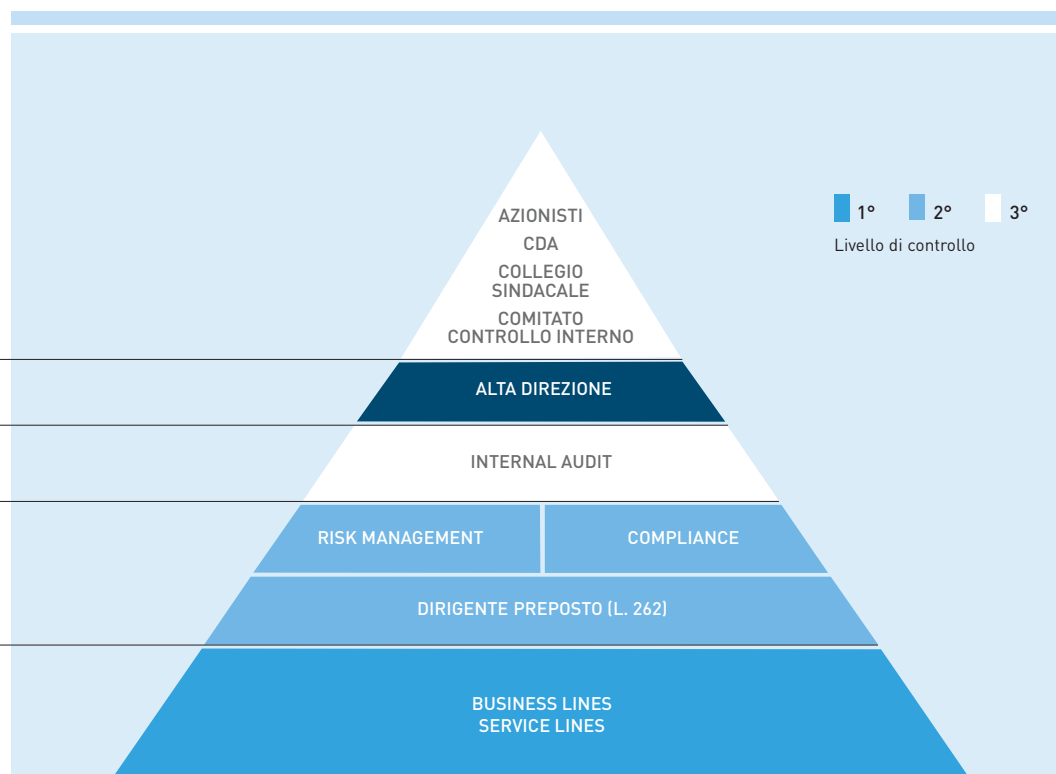
Verifica efficienza ed efficacia del sistema dei controlli interni (Controllo ex post)

Monitoraggio e controllo dei rischi quantificabili (Solvency 2-Basilea 2)
Gestione del rischio di conformità (attività ex ante)

Controllo dati contabili e comunicazione finanziaria

Acquisizione informazioni dalle linee e dal Gruppo e riorganizzazioni in viste logiche per esigenze di Governance

Controlli operativi sulle singole transazioni



Internal Audit

La struttura di Internal Audit è autonoma, anche gerarchicamente, rispetto a quelle operative e risponde al Presidente della capogruppo Unipol Gruppo Finanziario.

Il responsabile della Funzione è nominato dal Consiglio di Amministrazione, che ne fissa anche compiti, poteri, responsabilità e modalità di reportistica.

La Funzione di Internal Audit svolge la sua attività sulla capogruppo e sulle società del Gruppo. Opera nell'ambito dei compiti e delle responsabilità definite dalle specifiche direttive emanate dal Consiglio di Amministrazione, oltre che nel rispetto della normativa vigente in materia di controlli interni e gestione dei rischi.

Le attività del 2010 hanno riguardato le verifiche previste dal Piano di Audit presentato al Comitato per il Controllo Interno di UGF e di UGF Banca e ai Consigli di Amministrazione delle singole società, nonché altre attività progettuali e di consulenza.

Nel corso del 2010 sono state emesse 50 relazioni di audit sui processi delle varie società del Gruppo (23 nel 2009), di cui 8 su interventi svolti dalla Funzione Internal Audit di Arca, a cui si aggiungono le verifiche ispettive e di compliance sulle reti commerciali e liquidative: 235 sulla rete agenziale (161 nel 2009), di cui 68 a distanza (7 nel 2009), 135 sulla rete delle filiali bancarie (115 nel 2009), di cui 10 a distanza, 16 sui centri impresa, 6 su aree commerciali, 21 sulla rete dei promotori finanziari e 68 verifiche accentrate.

Rispetto alle **attività di audit** sviluppate nel 2009 è da segnalare che sono stati condotti 5 audit in più sui sistemi informativi, grazie all'incremento di organico con questa professionalità e si sono aggiunti 8 audit svolti dall'Internal Audit di Arca, che nel 2009 non faceva parte del gruppo UGF.

L'incremento delle **verifiche a distanza** sulla rete agenziale assicurativa è dovuto all'entrata pienamente a regime del progetto di ispezioni in remoto, con l'utilizzo di un applicativo dedicato. Applicativo che ha dato risultati positivi sia in termini di capacità predittiva degli indicatori, sia

in termini di una maggior copertura dei controlli che si modulano, a seconda della gravità degli indicatori, in controlli in loco (situazioni potenzialmente più a rischio) e controlli a distanza (situazioni con indicatori meno preoccupanti). Per quanto riguarda invece le filiali bancarie, le verifiche a distanza terminate sono 10, ma è stato utilizzato il sistema degli indicatori di anomalia per selezionare tutte le filiali sottoposte a verifica.

Le criticità emerse dagli interventi di audit sono state condivise con il management, il quale si è impegnato nella sistemazione delle stesse, indicando responsabili e scadenze. La Funzione di Internal Audit effettua periodicamente il monitoraggio dello stato delle sistemazioni e verifica l'effettiva implementazione delle azioni correttive tramite interventi di follow-up.

Degli esiti delle attività svolte e delle sistemazioni pianificate l'Internal Audit ha informato le Direzioni interessate e ha ragguagliato i vertici aziendali ed il Comitato per il Controllo Interno.

Le situazioni che hanno richiesto provvedimenti disciplinari sono state esaminate in sede di **Comitato per la Valutazione delle Situazioni Irregolari** (la cui composizione comprende l'Alta Direzione e il responsabile dell'Internal Audit), istituito per valutare i casi di irregolarità più significative o comportamenti fraudolenti, commessi sia dal personale dipendente che dagli agenti e promotori finanziari. Il Comitato è uno strumento trasparente e strutturato, che consente alla Direzione della Capogruppo di prendere in considerazione fatti e comportamenti che generano significativi rischi legali, economici e reputazionali in cui potrebbe incorrere il Gruppo.

Fra le attività progettuali della Funzione, si sottolinea in particolare il proseguimento dell'importante progetto di implementazione dell'**audit elettronico** finalizzato alla realizzazione di indicatori di potenziali anomalie per un'efficace ed efficiente azione di controllo sulle reti commerciali e liquidative del Gruppo e allo sviluppo di un software per l'automazione delle ispezioni in loco e a distanza. Il progetto per la parte agenzie e filiali bancarie è concluso

e l'applicativo viene correntemente utilizzato nelle ispezioni su tali reti, mentre è in fase di test per quanto riguarda la rete dei promotori finanziari e la rete delle strutture liquidative territoriali della Compagnia.

Risk Management

La Direzione Risk Management assicura il coordinamento delle attività svolte dalle diverse strutture aziendali legate alla gestione dei rischi, in linea con le *best practice* di mercato e nel rispetto della normativa imposta dagli organi di vigilanza.

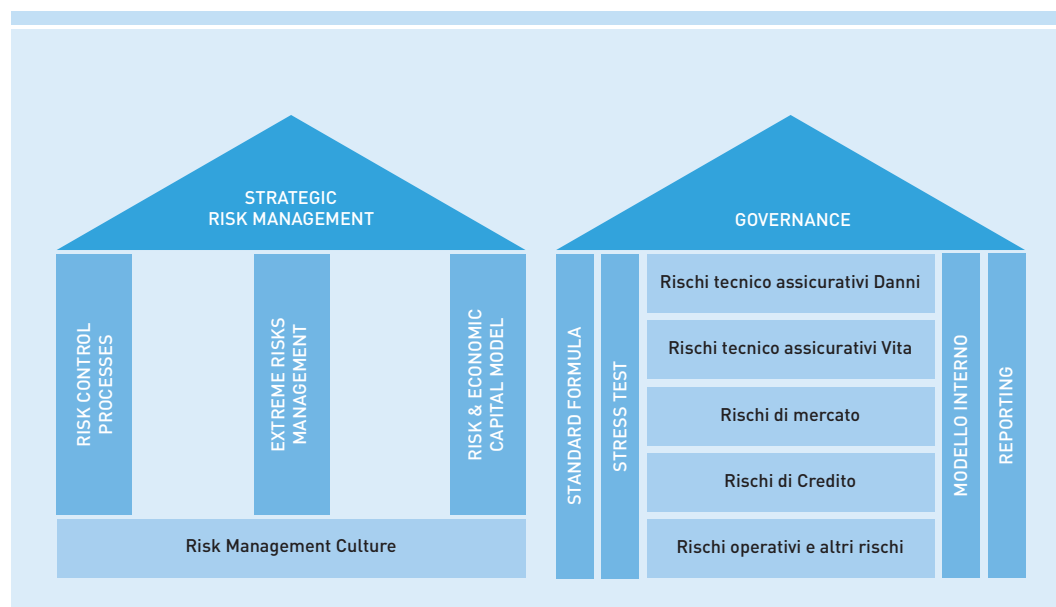
La Direzione è autonoma, anche gerarchicamente, rispetto alle strutture operative e a quelle di controllo; informa semestralmente del suo operato il Consiglio di Amministrazione e l'Alta Direzione; è responsabile della valutazione dell'efficacia del sistema di risk management e ne riporta le conclusioni al Consiglio di Amministrazione, evidenziando eventuali carenze e suggerendo le modalità con cui risolverle. Il Consiglio d'Amministrazione ha definito per il 2010 il livello di tolleranza al rischio sulla base delle evidenze di capitale economico complessivo, considerando il rischio Danni e Vita, il rischio

finanziario, quello di credito e quelli operativi. Con il duplice obiettivo di rafforzare il sistema di risk management all'interno del Gruppo e di coinvolgere, a livello di Gruppo, tutti i referenti in materia di rischio, sono stati istituiti specifici **Comitati Rischi**. I Comitati rappresentano, pertanto, momenti istituzionalizzati di interazione tra i principali organi dei processi di gestione dei rischi (*Own Risk Solvency Assessment* per il comparto assicurativo e *Internal Capital Adequacy Assessment* per il comparto bancario).

La **misurazione dei rischi**, che consiste nella loro valutazione e nell'identificazione dell'incidenza di un evento potenziale sul conseguimento degli obiettivi aziendali, avviene attraverso l'utilizzo congiunto di più metodologie: Solvency I, Stress test, Solvency II (per il settore assicurativo) e Basilea II per la misurazione del requisito di capitale (sette bancario).

Solvency I, il metodo regolamentare in vigore, prevede il requisito patrimoniale minimo (margine minimo di solvibilità) rapportato a indicatori quali premi e sinistri, riserve matematiche e capitali sotto rischio. Il regime registra lacune e non facilita un'allocazione ottimale del capitale.

RISK MANAGEMENT



Nell'ambito degli strumenti interni di gestione del rischio, gli **Stress test** sono tecniche quantitative con le quali le imprese valutano la propria vulnerabilità a eventi estremi, ma plausibili. Si valutano gli effetti sulle condizioni economiche, patrimoniali e finanziarie di eventi specifici o di movimenti congiunti di un insieme di variabili economico finanziarie, in ipotesi di scenari avversi. Tali tecniche consentono, quindi, di ottenere informazioni aggiuntive rispetto alla propria effettiva esposizione a diversi fattori di rischio, contribuendo a formare una più esaustiva valutazione dell'adeguatezza delle risorse patrimoniali, nonché a suggerire strategie e modalità di risposta. La Direzione Risk Management effettua le prove di stress per tutte le società operative del Gruppo.

Solvency II rappresenta invece una riforma radicale, che investe l'intero sistema di vigilanza prudenziale e comporta una sostanziale rivisitazione del modo di funzionamento delle principali strutture operative aziendali. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di perseguire la strada del **modello interno** per la determinazione del requisito di solvibilità, che la Direzione Risk Management ha iniziato a sviluppare per la valutazione e misurazione dei rischi individuati, poi integrati per ottenere una valutazione olistica dei rischi aziendali. Il modello interno utilizza sofisticati strumenti di analisi finanziaria ed attuariale, sulla base della quale la Direzione Risk Management determina il capitale allocato e assorbito dalle diverse aree di business del Gruppo, valutandone l'efficienza e l'efficacia nella produzione di ritorni aggiustati per il rischio.

Per quanto riguarda **Basilea II**, il Gruppo UGF Banca rientra nella categoria delle banche di classe 2 ("Gruppi bancari e banche che utilizzano metodologie standardizzate, con attivo, rispettivamente, consolidato o individuale superiore a 3.5 miliardi di euro"). Il Gruppo Bancario ha ritenuto opportuno attenersi alle indicazioni fornite dalla Circolare della Banca d'Italia n. 263 del 27 dicembre 2006 e successive integrazioni, adottando le soluzioni metodologiche di più facile determinazione consentite agli intermediari per la propria classe di riferimento,

operando scelte allineate con le prassi regolamentari, in modo da favorire al massimo il dialogo con l'Organo di Vigilanza.

È iniziata nel 2010 la realizzazione del nuovo sistema informatico per la gestione delle attività di adeguamento alla regolamentazione Solvency II che prevede lo sviluppo di una piattaforma per il calcolo dei requisiti di capitale di rischio secondo la formula standard e il modello interno, secondo la più recente evoluzione della normativa.

Il **controllo** si articola nella redazione di un sistema di reporting, che prevede la redazione di report strutturati per livello di responsabilità e per tipologia di rischio, e nell'eventuale individuazione di azioni correttive. In caso di livelli di rischio presenti o prospettici non in linea con quelli definiti vengono adottate attività di mitigazione.

La versione integrale del Risk Report è reperibile nella sezione Corporate Governance del sito www.unipolgf.it.

Compliance

La Funzione Compliance ha la responsabilità di valutare l'adeguatezza e l'efficacia delle procedure, dei processi, e dell'organizzazione interna al fine di prevenire il rischio di non conformità, definito come il rischio di incorrere in sanzioni, perdite patrimoniali o danni alla reputazione o all'immagine derivanti dalla violazione di normative esterne (leggi, regolamenti, provvedimenti delle Autorità di Vigilanza) e di autoregolamentazione (es. statuti, codici di condotta, codici di autodisciplina).

Tale rischio risulta diffuso a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale; pertanto la sua corretta gestione rappresenta un tema estremamente rilevante e profondamente connesso con l'operatività corrente, con particolare riferimento ai rapporti con la clientela.

Il compito di valutare che l'organizzazione e le procedure interne dell'impresa siano adeguate al raggiungimento dell'obiettivo di prevenire tale rischio è attribuito ad una funzione appositamente costituita, che deve possedere i requisiti stabiliti dalla normativa di vigilanza. Come indicato nella *Compliance Policy*, la Funzione Compliance informa l'organo amministrativo con periodicità semestrale. Anche il Comitato di Controllo Interno della società richiede ad ogni riunione l'aggiornamento delle attività svolte da parte del responsabile della Funzione Compliance.

La Funzione Compliance opera attraverso:

- l'identificazione in via continuativa delle norme applicabili e la valutazione del loro impatto sull'intera catena del valore (prodotti, processi, procedure aziendali);
- la valutazione dei rischi di non conformità, l'analisi dei presidi esistenti, e l'identificazione di eventuali interventi correttivi che garantiscano la corretta applicazione delle norme;
- il monitoraggio della corretta attuazione e dell'efficacia degli adeguamenti organizzativi proposti, effettuato anche in collaborazione con le altre strutture che integrano il più generale sistema dei controlli interni, in particolare con Audit e Risk Management;
- la predisposizione di flussi informativi diretti agli organi sociali, e alle altre funzioni coinvolte nella gestione dei rischi.

A tale scopo la metodologia utilizzata prevede differenti fasi operative e di lavoro che possono essere distinte in:

- attività ex ante: parte dell'operatività della funzione Compliance che si pone come obiettivo la valutazione di conformità alle norme di nuovi prodotti/progetti/processi, ovvero dell'organizzazione aziendale in relazione all'entrata in vigore di nuove normative. Assumono particolare rilevanza in tale attività le fasi di "analisi della normativa", "valutazione dei rischi" e "identificazione degli adeguamenti" illustrate nella *Compliance Policy*;

- attività ex post: attività che attengono più propriamente alla fase del monitoraggio ossia alla valutazione dello stato di conformità dei processi aziendali rispetto alle norme, cui si perviene attraverso la valutazione dei presidi esistenti e dello stato di attuazione degli interventi pianificati.

Dirigente preposto

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. 262/2005, "Disposizioni per la tutela del risparmio e la disciplina dei mercati finanziari".

Al Dirigente Preposto è affidata la responsabilità di attestare la corrispondenza alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili degli atti e delle comunicazioni diffuse dalla società al mercato e relativi all'informativa contabile, anche infrannuale.

Il Gruppo Unipol ha nominato il Dirigente Preposto a partire dall'esercizio 2007 ed ha approvato le linee guida in merito all'attività dello stesso, conferendogli adeguati poteri e mezzi per l'esercizio dei compiti attribuiti dalla normativa. Al Dirigente Preposto è affidata la gestione dei rischi di non conformità ai postulati di bilancio nell'ambito delle procedure amministrative contabili e dei relativi controlli chiave.

Il Gruppo ha inoltre implementato un modello 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 al CoSo Framework (Internal Control-Integrated Framework emesso dal Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commission), unanimemente riconosciuto come standard di riferimento per l'implementazione e la valutazione di sistemi di controllo interno.

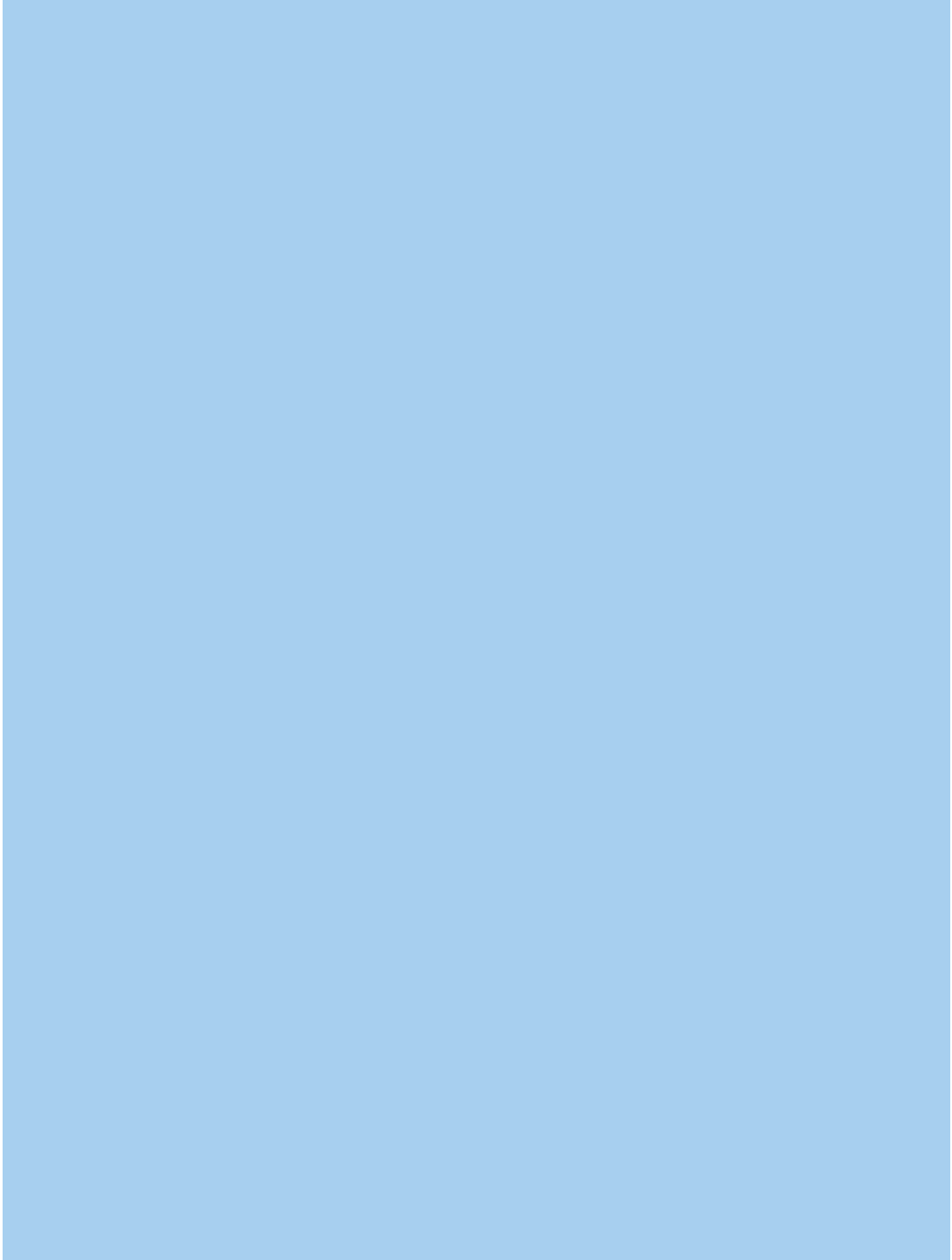
Un'apposita funzione di staff supporta il Dirigente Preposto nell'espletamento dei propri compiti e si coordina con le altre funzioni aziendali per ottemperare alle disposizioni normative.

3.2.6 La protezione dei dati personali

Al fine di garantire che la custodia delle informazioni personali avvenga nel rispetto delle disposizioni previste dal Codice in materia di protezione dei dati personali, la tutela dei dati della clientela, dei dipendenti e, in generale, di tutti coloro che entrano in contatto con il Gruppo, è assicurata da una struttura apposita, la Funzione Privacy, all'interno dell'area Affari Legali. La Funzione, oltre a stabilire una politica comune al Gruppo, definisce le 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: informative, notifica dei trattamenti al Garante, aggiornamento annuale del Documento Programmatico sulla Sicurezza e di quello – pur non obbligatorio – sulla Videosorveglianza. Nel 2010 l'articolazione organizzativa interna della Funzione Privacy è stata sdoppiata, con la costituzione di due distinti uffici, uno per il settore assicurativo e l'altro per il comparto bancario e finanziario, con l'obiettivo di rendere maggiormente coerenti le scelte, le politiche e le attività in tema di tutela dei dati personali. In coerenza con quanto effettuato nel comparto assicurativo, nel 2010 è stata sviluppata l'attività nel comparto bancario del Gruppo, con la definizione e la messa a punto di ruoli e responsabilità. Ogni società del Gruppo ha inoltre proceduto all'aggiornamento del Documento Programmatico sulla Sicurezza, che illustra la politica aziendale in tema di misure di sicurezza (informatiche, fisiche ed organizzative). I siti web di ciascuna società del Gruppo sono

stati impostati nel rispetto di linee guida, contenuti e veste grafica comuni volti a garantire, oltre alla fruibilità ed alla conoscibilità delle informazioni essenziali sugli aspetti della privacy, anche la massima tutela dei dati per quanti (clienti, danneggiati o semplici visitatori) accedano al sito.

Nel **comparto assicurativo** è proseguita l'attività di formazione nei confronti del personale e della rete agenziale. È stata inoltre emanata un'importante comunicazione, con la quale si è assicurata l'adozione da parte delle Agenzie del Gruppo di misure ed accorgimenti in relazione ai trattamenti effettuati con strumenti elettronici da parte degli "amministratori di sistema", in ottemperanza a quanto richiesto dal provvedimento del Garante del 27 novembre 2008. È proseguita l'attività di riscontro alle domande di coloro che hanno richiesto informazioni in merito ai dati in possesso delle società del Gruppo ed ai trattamenti effettuati, ovvero copia di documentazione, oppure formalizzata istanza di cancellazione o di rettifica dei dati personali: nei 420 casi pervenuti (+ 50% sul 2009), il termine di 15 giorni imposto dalla legge per dare riscontro è stato sempre rispettato, attestandosi in media a 11 giorni (-15% rispetto al 2009). Per il **comparto bancario e finanziario** nel 2010 è stato predisposto e reso disponibile un percorso formativo specifico. Sono state riviste le informative contrattuali, anche nell'ottica di una loro maggiore facilità di comprensione per l'utenza. È stata emanata un'importante comunicazione riguardante il corretto utilizzo dei dispositivi di sicurezza nelle filiali bancarie tramite rilevazione dei dati biometrici.



LA PERFORMANCE ECONOMICA



4. LO SCENARIO DI RIFERIMENTO

4.1 GLI ANDAMENTI ECONOMICI IN EUROPA

Il fenomeno più rilevante del 2010 è stata la tempesta che ha investito i debiti pubblici delle economie più deboli dell'Unione Europea: prima la Grecia, nella tarda primavera e poi l'Irlanda, a fine novembre. Nel quarto trimestre, la crisi si è estesa ai debiti del Belgio e della stessa Italia, che fino a quel momento erano stati coinvolti in misura marginale. I mercati finanziari hanno reagito con scetticismo alle politiche economiche adottate ed ai pacchetti di salvataggio orchestrati dall'Unione Europea (European Financial Stability Facility-Efsf) e dal Fondo Monetario Internazionale per garantire la solvibilità di singoli Paesi, ritenuti scarsamente credibili o efficaci. Nell'ultimo trimestre, si è assistito alla prosecuzione dell'allargamento dei differenziali di rendimento tra titoli di Stato tedeschi ed i corrispettivi titoli emessi dai Paesi periferici dell'Unione Europea.

Il disavanzo dello Stato italiano nel 2010 è stato pari al 4,6% del prodotto interno lordo, e lo stock del debito pubblico italiano si è attestato al 119% del Pil. Alla luce delle apprensioni del mondo finanziario, oggi incentrate sulla sostenibilità dei deficit pubblici, il sistema produttivo italiano difficilmente potrà contare su sostanziosi interventi governativi di stimolo congiunturale.

Le economie emergenti hanno confermato tassi di crescita del Pil nettamente superiori a quelli sperimentati dai Paesi sviluppati. Rispetto alla Cina (+10,3%), agli Stati Uniti (+2,8%) ed al Giappone (+3,9%), l'area dell'euro ha registrato nel suo complesso un +1,8% in termini di crescita del Pil. Al suo interno spicca la performance della Germania, cresciuta del 3,6% grazie al traino della domanda estera proveniente dai Paesi emergenti, mentre l'Italia occupa uno dei posti di fondo, con un +1,3%. L'inflazione media nell'Unione Europea è salita, nel dicembre 2010, al 2,2%, con prospettive

di ulteriore rialzo nel 2011.

Un ulteriore fattore di apprensione per l'Italia è dato dall'andamento dei conti con l'estero. Nel 2010, le esportazioni sono cresciute del 15,7% rispetto all'anno precedente, ma le importazioni hanno registrato un +22,6%: ne è risultato un disavanzo nella bilancia commerciale di 27,3 miliardi di euro, contro i 5,9 miliardi del 2009. Ciò è avvenuto, peraltro, in un contesto in cui la domanda interna, soprattutto per quanto riguarda i consumi, è rimasta in sostanziale stagnazione a causa anche della riduzione del reddito disponibile delle famiglie.

L'occupazione rimane una delle variabili più critiche del momento. A dicembre 2010 il numero di occupati era invariato rispetto ai dodici mesi precedenti, mentre il tasso di disoccupazione giovanile ha toccato il 29%. Nel 2010 sono state autorizzate dall'Inps oltre 1,2 miliardi di ore di cassa integrazione, di cui soltanto la metà utilizzate nei primi dieci mesi. La formazione di nuovo risparmio si è ridotta nel corso del 2010, a causa della contrazione del reddito disponibile delle famiglie, fattore, quest'ultimo, alla base anche dell'aumento della propensione al consumo. Il tasso di indebitamento dei nuclei familiari italiani è cresciuto di oltre due punti percentuali, portandosi al 65% del reddito disponibile. Le turbolenze che hanno interessato i debiti sovrani hanno inciso profondamente sui comportamenti dei risparmiatori, determinando un consistente aumento della quota di ricchezza finanziaria allocata in attività liquide, che ha raggiunto il 30,5% del totale. Il contesto ha favorito un ritorno di interesse verso i prodotti di risparmio gestito. Dal lato dell'offerta, la ricerca di redditività ha fatto sì che gli operatori bancari si attivassero proponendo ai loro clienti strumenti come i fondi comuni di investimento e, soprattutto, le polizze vita.

4.2 IL SETTORE ASSICURATIVO

Le imprese di assicurazione operanti in Italia (cfr. tabella 4.1) si sono trovate a fronteggiare gli effetti del ciclo recessivo, manifestati con una riduzione dei volumi assicurabili e con una stagnazione della raccolta premi. Sul fronte dei sinistri, si è assistito sia a comportamenti fraudolenti, favoriti da tensioni sociali determinate dalla crisi, sia a fenomeni di evasione assicurativa.

La fase che si è aperta con la crisi dei debiti sovrani ha comportato l'insorgere di ulteriori problemi per l'industria assicurativa.

La riduzione del valore dei titoli pubblici emessi dalle economie più deboli dell'eurozona si è riflessa nei portafogli delle compagnie, tradizionalmente ben provvisti di tali strumenti finanziari.

TABELLA 4.1
NUMERO DI IMPRESE
DI ASSICURAZIONE
OPERANTI IN ITALIA
RIPARTITE SECONDO
LA NATURA GIURIDICA

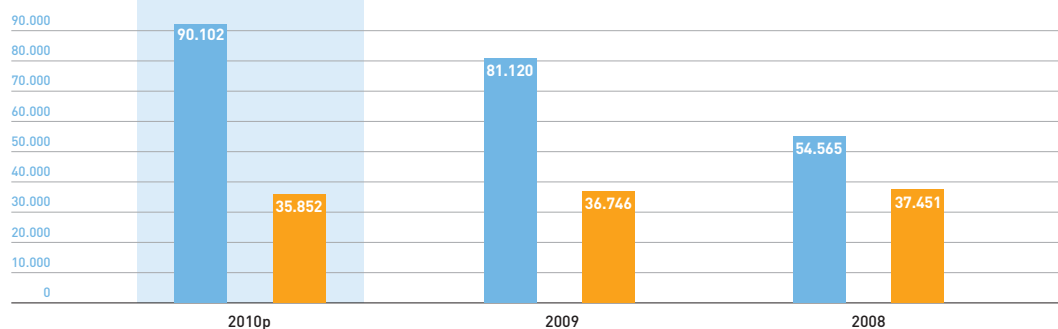
	Rami Vita	Rami Danni	Multi-rami	Riassicuratori profess.	Totale
Totale imprese con sede in Italia	64	78	14		156
- di cui Società per azioni	64	76	12		152
- di cui Società cooperative			1		1
- di cui mutue		2	1		3
Rappresentanze Estere	16	52	10	7	85
- di cui con sede in paesi UE	16	49	10	7	82
Totale Imprese	80	130	24	7	241

Fonte: Ania. Situazione al 31/12/2009

GRAFICO 4.1
RACCOLTA PREMI LAVORO
DIRETTO ITALIANO
E SUA COMPOSIZIONE

Valori in milioni di euro

Vita
Danni



Fonte ISVAP - premi lordi contabilizzati a tutto il 4° trimestre 2010

TABELLA 4.2
SVILUPPO DEL MERCATO
ASSICURATIVO IN ITALIA

Valori in milioni di euro

	2010		2009	2008
	Premi	var.% 10/09	Premi	Premi
Raccolta Danni				
Auto	19.958	- 1,1	20.179	20.844
Non Auto	15.895	- 4,1	16.567	16.607
Totale Danni	35.852	- 2,4	36.746	37.451
Raccolta Vita				
Ramo I - Vita Umana	67.834	4,8	64.746	31.429
Ramo III - Polizze Linked	15.408	58,3	9.732	18.558
Ramo V - Capitalizzazione	5.153	1,5	5.078	3.196
Altri rami	1.707	9,1	1.564	1.381
Totale Vita	90.102	11,1	81.120	54.564
Raccolta totale Danni + Vita	125.954	6,9	117.866	92.015

Nel solo comparto danni, la variazione 2010/2009 suindicata è influenzata in modo significativo dall'uscita dal portafoglio diretto italiano di una Impresa nazionale e di una Rappresentanza in Italia di impresa extra SEE, i cui portafogli sono stati totalmente assegnati a due Rappresentanze in Italia di imprese SEE. La medesima variazione rideterminata in modo omogeneo (escludendo dai dati relativi al 2009 la raccolta premi delle due imprese uscite nel 2010 dal portafoglio diretto italiano danni), evidenzierebbe, per le imprese nazionali e le Rappresentanze in Italia di imprese extra SEE, un incremento della raccolta complessiva (vita e danni) e dei soli rami danni pari, rispettivamente, all'8,3% ed all'1,9%.

Fonte ISVAP - Premi lordi contabilizzati a tutto il 4° trimestre 2010

A livello mondiale, l'ultimo dato disponibile, al 2009, evidenzia una frenata in termini reali della raccolta assicurativa (-2%), risultante da una flessione del 2,8% nei Paesi industrializzati e da un incremento del 4,2% nelle economie emergenti. I primi rappresentano ancora poco meno dell'87% del mercato planetario, con una raccolta media pro capite di 3.533 dollari, contro i 533 dollari medi pro capite del resto del mondo.

Nel difficile contesto economico globale gli assicuratori italiani si sono adoperati per riportare in equilibrio il principale ramo Danni, la **R.C.Auto**, mediante interventi di maggior selettività assuntiva e adeguamenti tariffari giunti, peraltro, dopo anni in cui il clima competitivo aveva spinto al ribasso il premio medio del comparto. Diversa si presenta la situazione relativa alle

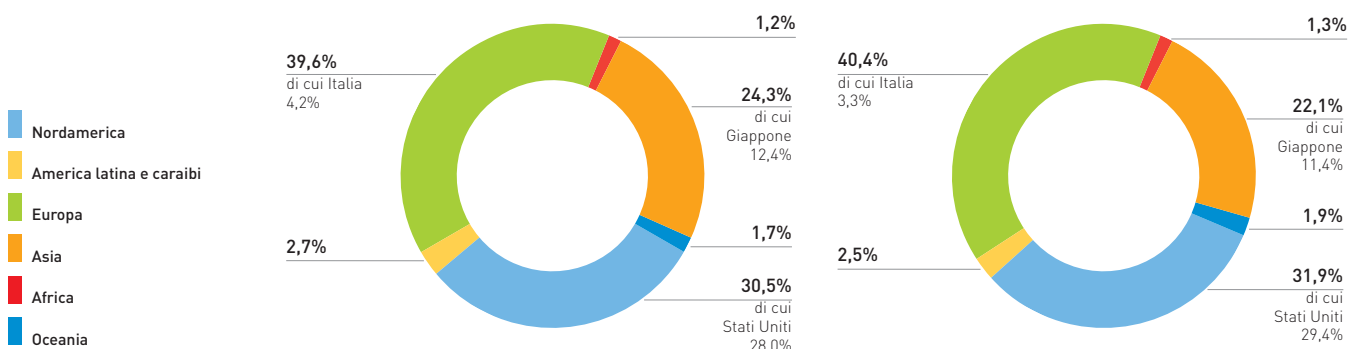
TABELLA 4.3
IL MERCATO ASSICURATIVO
NEL MONDO - RACCOLTA
PREMI 2009

Valori in miliardi di Usd

	Vita			Danni			Totale		var. % al netto inflazione	
	al netto inflazione	var. %	in % sul Pil	Premi pro-capite in Usd	al netto inflazione	var. %	in % sul Pil	Premi pro-capite in Usd		
Nordamerica	536,0	-13,5	3,4	1.572,8	702,6	-1,5	4,5	2.061,7	1.238,6	-7,1
- di cui Stati Uniti	492,3	-14,6	3,5	1.602,6	647,4	-1,8	4,5	2.107,3	1.139,7	-7,8
America Latina e Caraibi	43,6	7,8	1,1	75,6	67,3	4,3	1,7	116,6	110,9	5,8
Europa	953,5	3,5	4,5	1.111,0	657,1	1,2	3,1	750,6	1.610,6	1,8
- di cui Italia	115,3	46,1	5,3	1.878,3	54,1	-2,5	2,4	850,8	169,4	26,1
Asia	732,3	1,8	4,5	180,3	257,2	5,6	1,6	62,8	989,5	2,8
- di cui Giappone	399,1	-0,8	7,8	3.138,7	106,9	-2,0	2,1	840,4	506,0	-1,1
Africa	32,6	-15,0	2,2	32,3	16,7	0,4	1,1	16,6	49,3	-11,1
Oceania	33,6	-19,4	3,1	930,7	33,6	2,9	3,1	932,2	67,2	-9,6
Totale	2.331,6	-2,0	4,0	341,2	1.734,5	-0,1	3,0	253,9	4.066,1	-1,1
- Paesi industrializzati	2.047,0	-2,8			1.485,8	-2,8			3.532,7	1,8
- Paesi emergenti	284,6	4,2			248,8	4,2			533,4	3,5

Fonte: Swiss Re, Sigma n. 2/2010 - World insurance in 2009

GRAFICO 4.2
QUOTE DI MERCATO
MONDIALE



Quota di Mkt 2009

Quota di Mkt 2008

coperture dei Corpi di Veicoli Terrestri: il deludente andamento del mercato dell'auto nel 2010 (-9,5% rispetto al 2009) pesa sulla raccolta del ramo.

Nei rami Danni non auto l'attività assicurativa nel **segmento aziende** è in buona parte dipendente dal ciclo economico. I modesti progressi registrati nell'attività produttiva durante il 2010 si sono solo parzialmente riflessi nel giro d'affari degli assicuratori, anche a causa dell'estrema attenzione ai costi, compresi quelli assicurativi, che contraddistingue le imprese in questa complessa fase congiunturale.

Le imprese hanno anche limitato l'ammontare delle risorse destinate a finanziare i fondi sanitari integrativi.

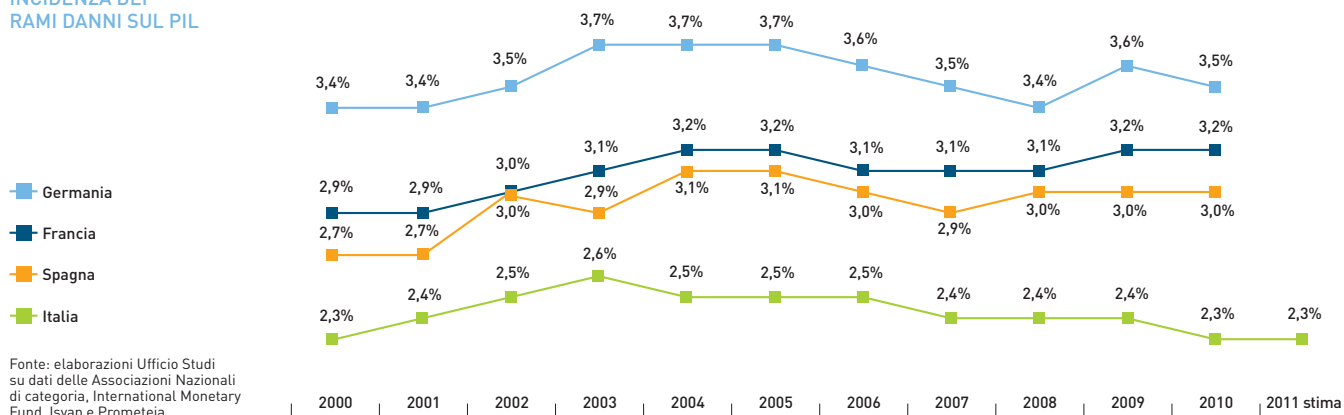
Nel **segmento persone**, l'insicurezza legata ai rischi occupazionali e la contrazione del reddito

disponibile delle famiglie hanno indotto le famiglie a contenere i consumi, riducendo ancor di più la già ridotta attitudine ad assicurarsi degli italiani e quindi la propensione a sottoscrivere polizze danni, percepite come spese non indispensabili.

Il risultato dei fenomeni sopra descritti si è tradotto nella cristallizzazione dello stato di sottoassicurazione che caratterizza il nostro Paese, ben testimoniato dall'incidenza della spesa assicurativa Danni non auto sul Pil, che sembra essersi stabilizzata su un livello di gran lunga inferiore a quello dei nostri partner europei.

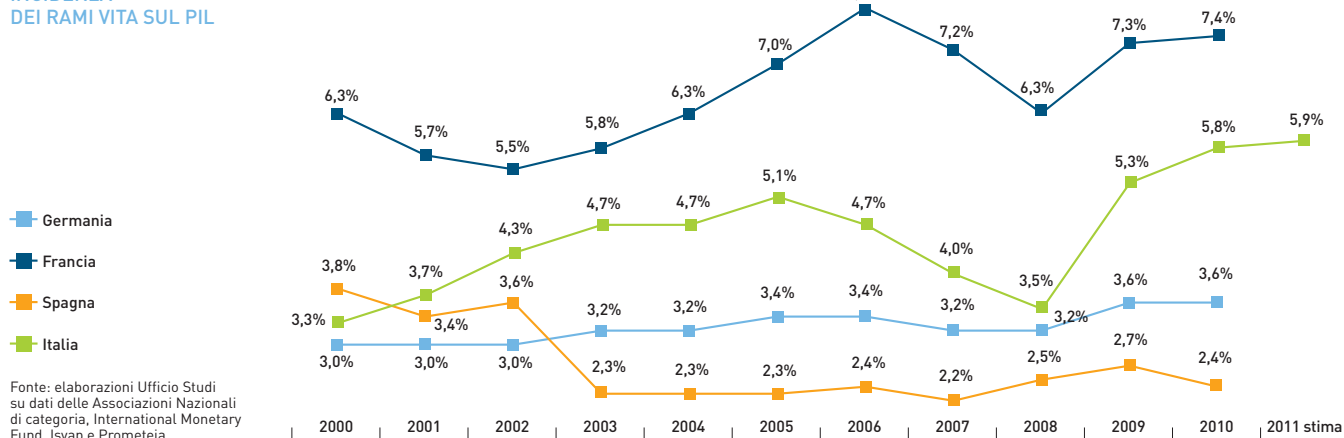
Di tutt'altro tenore l'andamento della **raccolta Vita** che, nel 2010, ha manifestato un ulteriore progresso rispetto all'eccezionalità del 2009.

GRAFICO 4.3
INCIDENZA DEI
RAMI DANNI SUL PIL



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi su dati delle Associazioni Nazionali di categoria, International Monetary Fund, Isvap e Prometeia

GRAFICO 4.4
INCIDENZA
DEI RAMI VITA SUL PIL



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi su dati delle Associazioni Nazionali di categoria, International Monetary Fund, Isvap e Prometeia

I risparmiatori hanno ricercato, infatti, investimenti caratterizzati da un rischio contenuto e da rendimenti superiori a quelli dei titoli di Stato. L'approccio ai prodotti Vita che prevale tra gli italiani risulta tuttora strettamente connesso con una politica di allocazione del risparmio finanziario e ha poco a che vedere con finalità previdenziali.

Nel 2010 il mercato delle **forme pensionistiche complementari** (fondi negoziali, fondi aperti e piani pensionistici individuali o Pip) ha denotato una situazione di sostanziale stallo. Gli iscritti a tutte le forme di previdenza complementare sono cresciuti di appena 270.000 unità (+5,4% rispetto al dicembre 2009, di cui il 60% ascrivibile ai Pip). La leggera flessione delle adesioni ai fondi negoziali (-1,4%) è imputabile essenzialmente alle ricadute negative sull'occupazione del rallentamento del ciclo economico.

Si sta rafforzando, negli attori a diverso titolo coinvolti, la convinzione che per ridare slancio alle adesioni alle forme pensionistiche complementari sia necessario intervenire nuovamente con un'apposita regolamentazione di sostegno, magari rivedendo uno dei cardini

su cui poggia l'attuale sistema, la volontarietà dell'adesione, per far spazio a modalità di partecipazione "obbligatorie" che facciano leva su un contributo, sia pure di ridotte dimensioni, esclusivamente a carico dei datori di lavoro. Il settore assicurativo italiano necessita di provvedimenti volti a valorizzare la sua funzione all'interno della società e del sistema economico nazionale. Occorre intervenire, ad esempio, sul quadro normativo del ramo R.C.Auto, dove si registrano anomalie rispetto agli altri Paesi (si pensi alla diversa incidenza dei danni alle persone tra l'Italia e il resto dell'Europa), la mancanza di strumenti antifrode a livello di mercato, l'eterogeneità dei risarcimenti decisi dai diversi Tribunali e il diffondersi di forme di evasione dell'obbligo assicurativo.

Altri terreni di intervento sono quelli della previdenza e dell'assistenza sanitaria integrativa, dove il know how delle imprese di assicurazione permetterebbe di offrire un contributo importante, in quanto il trend demografico di invecchiamento della popolazione troverà la finanza pubblica sempre più in difficoltà nel reperire le risorse necessarie a soddisfare i bisogni emergenti.

4.3 IL SETTORE BANCARIO

Per quanto riguarda il settore bancario, nell'estate del 2010 sono stati svolti con esiti lusinghieri gli Stress test sulle principali banche europee. Tuttavia, pochi mesi dopo, il governo irlandese è dovuto intervenire nuovamente a favore del sistema creditizio nazionale, gravato da un rilevante volume di finanziamenti deteriorati. È stato rilevato che le banche europee, per rispettare i **requisiti patrimoniali** previsti dalla nuova normativa di **Basilea 3**, dovrebbero aumentare il loro capitale per circa 275 miliardi di euro.

Il sistema creditizio italiano non è immune dal problema. Una simulazione evidenzia come, in assenza di ricapitalizzazioni da parte degli azionisti, le banche italiane, al fine di soddisfare i criteri della nuova normativa, si troverebbero nella condizione di dover limitare significativamente la crescita dei finanziamenti all'economia.

Il deterioramento degli **impieghi**, tipico delle fasi recessive, ha riguardato un po' tutto lo spettro dei segmenti di clientela: società finanziarie, famiglie consumatrici e imprese del settore dei servizi. L'esposizione delle banche verso debitori indicati per la prima volta in sofferenza è aumentata nel bimestre luglio-agosto 2010 rispetto allo stesso periodo del 2009.

Per i finanziamenti ad imprese non finanziarie, anche le altre forme di credito deteriorato (esposizioni incagliate, ristrutturate, scadute o sconfinanti) hanno evidenziato elevati livelli di incidenza (7,8% dei prestiti erogati in agosto). Il confronto tra i dati di dicembre 2010 e quelli di fine 2009 risulta influenzato dalla discontinuità

nei criteri di rilevazione degli aggregati patrimoniali introdotta nel giugno 2010. Il dato saliente rimane, comunque, lo sforzo posto in essere dal sistema bancario volto ad allargare la provvista da clientela nella forma tecnica dei depositi. Dal lato delle erogazioni, le banche italiane hanno trovato terreno fertile nel segmento delle famiglie, la cui richiesta di mutui immobiliari si è mantenuta vivace per tutto il 2010. I finanziamenti ad imprese non finanziarie hanno evidenziato una ripresa negli ultimi mesi dell'anno, in coincidenza con i primi segnali di rilancio dell'attività produttiva.

Le relazioni consolidate dei primi cinque gruppi bancari italiani mostrano come, nei primi sei mesi del 2010, la **redditività** si sia ulteriormente contratta. Il rendimento, misurato sul capitale e sulle riserve (Roe), su base annua, è sceso al 4%, circa un punto percentuale in meno rispetto all'anno precedente.

La prevista crescita degli altri ricavi netti non è stata sufficiente a compensare la riduzione del margine di interesse, cosicché, secondo le stime preliminari dell'Abi, il margine d'intermediazione fletterebbe dello 0,3% rispetto al 2009.

Il contenimento dei costi operativi (-0,9%) permetterebbe un leggero incremento del risultato lordo di gestione (+0,6%), ma l'incremento delle rettifiche a fronte del deterioramento dei crediti (+2,8%) comporterebbe una sostanziale invarianza a livello di utile netto (-0,3%). Il Roe per il sistema bancario italiano è atteso al 2,4%, lo stesso livello toccato nel 2009.

TABELLA 4.4
IL MERCATO BANCARIO
IN ITALIA

Valori in milioni di euro

	2010		2009	2008
	Volumi	var.% 10/09	Volumi	Volumi
Depositi clientela residente	1.387.205	28,0	1.083.431	967.901
Pronti contro termine	155.664	82,6	85.230	116.217
Obbligazioni	797.319	- 1,7	811.161	729.482
Raccolta diretta	2.340.188	18,2	1.979.822	1.813.600
Prestiti a breve termine	644.595	5,0	613.692	610.639
Prestiti a medio e lungo termine	1.297.208	9,4	1.186.072	1.150.989
Totale impieghi	1.941.803	7,9	1.799.764	1.761.628

Fonte dati di mercato: Supplementi al Bollettino Statistico - Indicatori monetari e finanziari - Moneta e Banca - Banca d'Italia

I dati della raccolta includono la raccolta effettuata dalla Cassa Depositi e Prestiti.

5. LE LINEE STRATEGICHE

Le linee strategiche del 2010 sono state definite accuratamente nel Piano Industriale 2010-2012: redditività, mercati di riferimento, efficienza operativa, solidità patrimoniale, sostenibilità.

In merito alla **redditività** l'azienda si pone l'obiettivo di recuperare una marginalità "strutturale" nel comparto Danni, di incrementare il margine del ramo Vita, e di consolidare quello del comparto Bancario.

Nel corso dell'esercizio 2010 sono stati raggiunti i seguenti risultati:

- nel **comparto Danni**, per UGF Assicurazioni è stato riqualificato il portafoglio e sono stati revisionati i processi assuntivi, rafforzandone il controllo del rischio, in particolare per le polizze cumulative e gli enti pubblici. Contestualmente, nell'area dei sinistri, sono stati potenziati i processi di controllo dei costi e di prevenzione delle frodi. Con l'obiettivo di concentrare la gestione del canale agenziale all'interno di un'unica compagnia, si è proceduto all'incorporazione di Navale Assicurazioni in UGF Assicurazioni. Relativamente alle società specialistiche, in UniSalute è stata realizzata una più puntuale segmentazione dei fornitori ai fini del contenimento del costo della prestazione in rete, mentre in Linear sono stati rivisti i processi, riorganizzati i call center ed innovata la piattaforma web;
- nel **comparto Vita**, in UGF Assicurazioni sono state riviste le strutture tariffarie e di garanzia dei prodotti esistenti, sono stati predisposti nuovi prodotti a completamento della gamma di offerta ed è stato potenziato il servizio di consulenza alle agenzie sui prodotti vita. Si è inoltre rafforzata la strategia di

posizionamento sui fondi pensione.

Significativa l'acquisizione della maggioranza di Arca e delle sue consociate, importante operatore italiano nella bancassurance, mentre si è lavorato all'avvio del canale web tramite il lancio di Linear Life, avvenuto nel corso del primo trimestre 2011;

- per quanto riguarda il **canale agenziale** è stata avviata su tutte le compagnie (UGF Assicurazioni, Navale e Arca Assicurazioni) un'attività di risanamento, attraverso la revisione della presenza sul territorio, per le agenzie con contributo negativo strutturale ai conti economici. Contestualmente, è stata avviata una rivisitazione del canale agenziale con la definizione di "modelli di agenzia", su cui fare convergere la rete distributiva, che si caratterizzeranno per una differenziazione nell'offerta commerciale e nel servizio erogato da parte delle strutture della Compagnia (Direzione Commerciale, Tecnica Danni, Tecnica Vita e Sinistri);
- per il **comparto bancario** si è operato per sviluppare il modello di business integrato Banca-Assicurazione, e contestualmente sono stati incrementati gli standard di produttività ed efficienza della rete, rivedendo anche in parte la presenza sul territorio delle filiali. È stato anche profondamente rivisto il modello distributivo basato sulla segmentazione della clientela retail al fine del raggiungimento di una maggiore efficacia commerciale.

In termini commerciali, il Gruppo ribadisce con forza l'orientamento verso i segmenti retail e piccole e medie imprese, con focalizzazione sui **mercati di riferimento**, ovvero le organizzazioni del lavoro dipendente, autonomo e della cooperazione.

A tal fine, già nel 2010 si è lavorato per aumentare la penetrazione sulle attuali convenzioni, rivedendo la logica di offerta, da "leva prezzo" a "offerta dedicata"; contestualmente, si è iniziato ad operare per svilupparne di nuove con nuovi settori dell'associazionismo.

Per garantire la redditività in modo strutturato, Unipol Gruppo Finanziario si pone l'obiettivo di recuperare **efficienza operativa**, semplificando l'assetto organizzativo, ma anche facendo evolvere la piattaforma It con focus sulla distribuzione ed efficienza del servizio al cliente (è stato implementato un sistema di Crm) e razionalizzando e controllando meglio i costi di funzionamento.

In particolare nel 2010 sono stati ridefiniti i sistemi incentivanti, legandoli alle performance reddituali, di Borsa e agli indicatori di solidità patrimoniale; si è investito nell'innovazione dei sistemi informativi e si è operato per razionalizzare tutte le voci di spesa, contenendo in particolare quelle discrezionali.

La **solidità patrimoniale** è posta dal management come condizione prioritaria nel rapporto con gli azionisti, considerando una base patrimoniale solida come elemento

necessario per sostenere lo sviluppo del business e rispondere ai necessari requisiti di capitale. A questo scopo le decisioni operative verranno assunte sulla base del capitale assorbito, operando per ottimizzare il rapporto rischio-rendimento, a garanzia della costanza dei redditi in un orizzonte temporale pluriennale.

A tal fine il Gruppo, nell'ambito del processo di adeguamento alla normativa **Solvency II**, ha deciso di sviluppare un proprio modello interno di calcolo dei requisiti di capitale, attualmente in fase di avanzato sviluppo. Tale modello consentirà al management di avere indicazioni più precise e tempestive a supporto delle decisioni.

Infine, l'approccio strategico alla sostenibilità funge per l'Impresa da leva per valorizzare l'identità e la specificità del Gruppo quali fattori determinanti del proprio posizionamento competitivo.

Il risultati del Piano Industriale sono verificati dalla Direzione Gestione Piano Industriale e Controllo Economico di Gruppo attraverso un monitoraggio del continuo delle azioni di piano maggiormente rilevanti ed un processo di reporting periodico per un'autovalutazione del loro avanzamento qualitativo e quantitativo. Inoltre, in fase di predisposizione dei budget, viene assicurata la coerenza fra gli obiettivi annuali e quelli di Piano Industriale.

6. IL BILANCIO CONSOLIDATO

Il Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2010 è costituito dall'integrazione, linea per linea, dei dati della Capogruppo UGF con quelli delle società controllate, direttamente o indirettamente. Sono escluse dal consolidamento integrale le società collegate (con quote che variano dal 20% al 50%) e le società controllate che, per le loro dimensioni, sono considerate non significative. Queste ultime sono consolidate con il metodo del patrimonio netto. Il prospetto relativo all'area di consolidamento, pubblicato a pag.11, elenca le partecipazioni consolidate integralmente.

L'esercizio 2010 è stato caratterizzato da numerose ed importanti novità:

- l'elaborazione del Piano Industriale 2010-2012;
- l'acquisizione da parte di UGF delle compagnie del Gruppo Arca e il perfezionamento di un accordo per lo sviluppo di una partnership strategica, di durata decennale, nei comparti Vita e Danni; le compagnie del Gruppo Arca sono state consolidate a partire dal primo luglio 2010;
- l'effettuazione, nel mese di luglio, di un aumento di capitale per un importo complessivo di 500 milioni di euro (400 milioni di euro in azioni e 100 milioni in *warrant* 2010-2013), al fine di mantenere una solida struttura patrimoniale ed una elevata flessibilità finanziaria;

- la conclusione dell'integrazione delle attività di Navale Assicurazioni con quelle di UGF Assicurazioni. Dal primo gennaio 2011, quindi, Navale è entrata a far parte di UGF Assicurazioni, diventandone la terza Divisione operativa, dopo Unipol e Aurora.

Nel primo anno di applicazione del Piano Industriale 2010-2012, seppure in un contesto di incertezze e forti tensioni sui mercati domestici e internazionali, il Gruppo è riuscito a migliorare considerevolmente il risultato della gestione industriale. Ciò è avvenuto grazie all'attenta azione di risanamento del portafoglio Danni, alla più efficace gestione dei sinistri ed all'uscita da settori non profittevoli.

Il Gruppo è ritornato pertanto in utile e il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2010 ha chiuso con un **risultato economico positivo per 71 milioni di euro**.

Per quanto riguarda l'andamento del business assicurativo nel 2010, nel comparto **Danni** la politica assuntiva, fortemente selettiva, ha determinato una prevista diminuzione del portafoglio contratti, con una lieve contrazione della raccolta diretta (-0,4%). È continuata invece, come programmata, la crescita delle compagnie Linear (+6,6%) e UniSalute (+14%): quest'ultima, in particolare, ha confermato un trend di crescita annuale a doppia cifra nei 15 anni dalla sua fondazione.

TABELLA 6.1
SINTESI DEI DATI PIÙ
SIGNIFICATIVI DEL GRUPPO

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Raccolta assicurativa diretta	8.976	9.501	7.876
Raccolta bancaria diretta	9.298	9.540	8.728
Premi netti	8.798	9.420	7.591
Commissioni nette	97	79	67
Redditi netti degli investimenti	1.138	147	651
Oneri netti relativi ai sinistri	-8.418	-9.173	-6.786
Spese nette di gestione	-1.364	-1.366	-1.290
Risultato prima delle imposte	170	-973	134
Risultato consolidato	71	-769	107
Utile netto di Gruppo	32	-772	93
Risultato economico complessivo	-212	218	-559
Investimenti e disponibilità	34.654	40.531	36.285
Riserve tecniche e passività finanziarie	34.899	40.485	36.193
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	3.648	3.585	3.433

Nel comparto **Vita** la raccolta assicurativa diretta ha registrato un calo rispetto al 2009 (-9,7%). Gli ottimi risultati di Arca Vita e Arca Vita International (+86% nei dodici mesi del 2010, ma consolidati soltanto per il secondo semestre) sono stati controbilanciati dalla flessione nella raccolta di Bnl Vita (-18,9%) di cui è prevista l'uscita dal perimetro di Gruppo nel 2011. È migliorata la redditività del comparto: il margine della nuova produzione (Bnl esclusa) è passato infatti dal 19,3% del 2009 al 21,6% del 2010.

Nel **comparto bancario**, il Gruppo UGF Banca ha registrato una raccolta diretta pari a 9.298 milioni di euro. A livello di risultati economici, nonostante un contesto di settore ancora difficile a causa della crisi economica e dei contenuti tassi di interesse che penalizzano il margine finanziario, il Gruppo Bancario ha segnato un ritorno all'utile con 6,1 milioni di euro (-24 milioni di euro nel 2009).

Le **spese di gestione**, al netto delle commissioni ricevute dai riassicuratori, sono ammontate a 1.364 milioni di euro (1.366 milioni nel 2009), di cui 926 milioni nei rami Danni e 153 milioni nei rami Vita.

Gli **oneri netti relativi ai sinistri pagati**, al netto delle cessioni in riassicurazione, ammontano a

8.418 milioni di euro, di cui 3.379 milioni nei rami Danni (3.671 milioni al 31/12/2009) e 5.038 milioni nei rami Vita (5.502 milioni al 31/12/2009), inclusi 55 milioni di proventi netti su attività e passività finanziarie designate a *fair value*.

Gli accantonamenti effettuati a fronte dei sinistri o delle polizze Vita (**riserve tecniche**) e le **passività finanziarie** ammontano a 34.899 milioni di euro a fine 2010 (40.485 milioni di euro al 31/12/2009).

Al 31 dicembre 2010 la consistenza degli **investimenti** e delle **disponibilità liquide** del Gruppo ha raggiunto complessivamente 34.654 milioni di euro (40.531 milioni di euro nel 2009): a parità di area di consolidamento, la voce ammonta a 42.169 milioni di euro (+4%).

Nel corso dell'esercizio le politiche di investimento del Gruppo hanno cercato di mantenere nel comparto **obbligazionario** un adeguato equilibrio tra rischio e rendimento e non si registrano nella composizione dei portafogli significative variazioni rispetto all'anno precedente, sotto il profilo quantitativo e qualitativo.

La gestione dei portafogli **azionari** ha visto prevalere politiche difensive, che hanno portato

GRAFICO 6.1
RACCOLTA ASSICURATIVA

Valori in milioni di euro

Danni
Vita e prodotti da investimento

Fonte: Bilancio Consolidato 2010

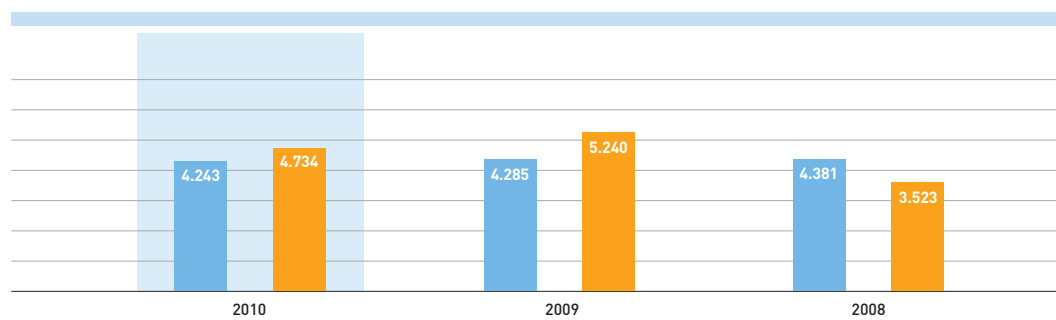
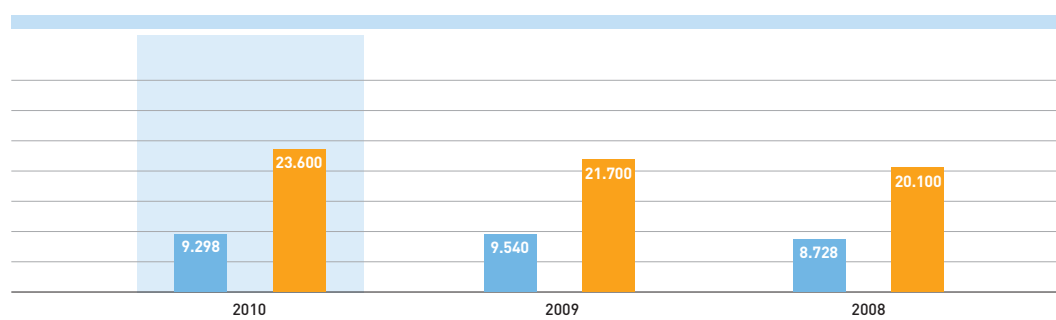


GRAFICO 6.2
RACCOLTA BANCARIA

Valori in milioni di euro

Raccolta diretta
Raccolta indiretta

Fonte: Bilancio Consolidato 2010



ad una loro contrazione.

La gestione finanziaria nel suo complesso ha ottenuto una redditività lorda a conto economico superiore al 4%, nonostante effetti negativi per 81 milioni di euro relativi a perdita di valore (*impairment*) di titoli azionari.

Il **patrimonio netto** di pertinenza del Gruppo, comprensivo del risultato di periodo, ammonta al 31 dicembre 2010 a 3.648 milioni di euro (3.585 milioni di euro al 31/12/2009).

La situazione di **solvibilità consolidata**, pur influenzata da svalutazioni del portafoglio

obbligazionario dei titoli di debito sovrani che hanno interessato l'ultima parte del 2010, si è attestata a 1,3 volte i requisiti regolamentari.

Il **risultato civilistico** di Unipol Gruppo Finanziario Spa riflette invece le tensioni sui mercati finanziari, che hanno comportato svalutazioni sui titoli, prevalentemente obbligazionari, presenti nei portafogli delle società del Gruppo. Tale circostanza non ha consentito di far affluire dividendi da queste alla Capogruppo, che pertanto evidenzia un risultato **negativo di 63,7 milioni di euro**.

6.1 IL SETTORE ASSICURATIVO

Occorre ribadire che nel corso del 2010 si è modificata l'area di consolidamento, con l'ingresso nel secondo semestre delle compagnie del Gruppo Arca. Per un confronto puntuale in termini di valori omogenei, si rimanda al Bilancio Consolidato, reperibile nella sezione Investor Relations del sito www.unipolgf.it.

Si riportano invece qui di seguito i valori assoluti più significativi.

Al 31 dicembre 2010 il volume complessivo dei premi (diretti, indiretti e prodotti di investimento) ammonta a 9.004 milioni di euro, con un decremento del 5,5% rispetto al 31 dicembre 2009.

La contrazione ha caratterizzato il comparto Danni (-0,4%), il comparto Vita (-9,7%) e le

accettazioni in riassicurazione (-4,2%).

La composizione della raccolta è la seguente:

- 47,4% premi Danni (45% nel 2009);
- 51,7% premi Vita (54,8% nel 2009);
- 0,9% prodotti di investimento Vita (0,2% nel 2009); questi ultimi sono relativi ai rami III (*polizze unit e index-linked*) e VI (fondi pensione).

Le polizze emesse sono state sottoscritte quasi interamente in Italia.

Complessivamente, l'attività assicurativa del Gruppo chiude con un risultato ante imposte positivo per 208 milioni di euro (negativo per 867 milioni di euro nel 2009). In particolare, i rami Vita hanno chiuso con un risultato positivo (228 milioni di euro), mentre i rami Danni hanno chiuso con una perdita di 21 milioni di euro.

TABELLA 6.2
RIPARTIZIONE
DELLA RACCOLTA

Valori in milioni di euro

	2010			2009			2008	
	Totale	comp.%	var.%	Totale	comp.%	var.%	Totale	comp.%
LAVORO DIRETTO ITALIANO								
Premi rami Danni	4.243	47,4	-0,4	4.260	45	-2,2	4.357	55,4
Premi rami Vita	4.655	51,7	-10,8	5.221	54,8	49,2	3.499	44,3
Prodotti di investimento Vita	78	0,9	310,5	19	0,2	-5,0	20	0,3
Totale raccolta diretta	8.976	100	-5,5	9.500	100	20,6	7.876	100
LAVORO INDIRETTO								
Premi rami Danni	24	88,7	-4	25	87,2	4,2	24	84,7
Premi rami Vita	3	11,3	-25	4	12,8	0	4	15,3
Totale premi indiretti	27	100	-6,9	29	100	3,6	28	100
RACCOLTA ASSICURATIVA CONSOLIDATA	9.003			9.529			7.904	

Fonte: Bilancio Consolidato 2010

6.1.1 Il comparto Danni

I premi complessivi del portafoglio Danni al 31 dicembre 2010 ammontano a 4.267 milioni di euro (-0,4% rispetto al 2009), di cui 4.243 milioni di euro (-0,4%) per il solo lavoro diretto e 24 milioni (-2,6%) per il lavoro indiretto (premi acquisiti in riassicurazione da altre compagnie).

In incremento il ramo R.C.Auto (1,8%), mentre cala del 3,2% il ramo Corpi Veicoli Terrestri: tra gli altri rami Non Auto, si segnala la flessione dei rami Incendio e Altri Danni ai Beni (-1,4%) e R.C.Generale (-11%). Pressoché stabili i rami Infortuni e Malattia.

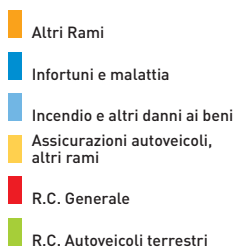
Analizzando l'evoluzione della sinistralità, nel corso del 2010 il comparto Danni ha registrato gli effetti positivi delle numerose azioni messe in campo per contrastare l'erosione del margine

industriale, segnato negli scorsi esercizi da un contesto di settore fortemente negativo. In particolare nel comparto Auto il miglioramento registrato è legato alle azioni di ricomposizione del portafoglio avviate nel corso del 2009, che hanno avuto importanti riflessi in termini di maggior marginalità reddituale. Sono inoltre proseguite le azioni di riforma/storno di contratti ad andamento tecnico non positivo, in particolare nel settore delle flotte.

Il complesso di tali iniziative ha determinato una decisa inversione di tendenza dei **sinistri denunciati** che, nel ramo R.C.Auto, hanno segnato una flessione – a perimetro omogeneo – del 14%, comportando una significativa diminuzione del 9,4% nella frequenza.

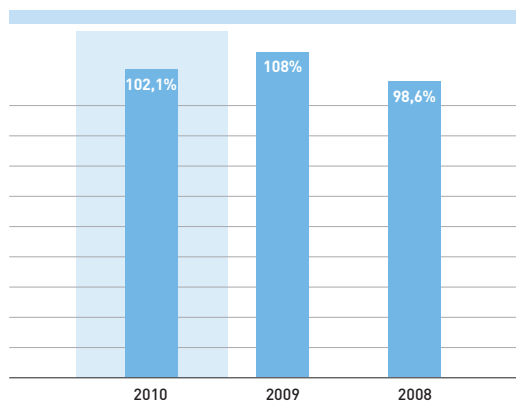
Nei rami Non Auto i benefici connessi alle azioni di dismissione di contratti ad andamento negativo e di selettività della politica assuntiva in taluni segmenti di mercato si sono sommati alla minor frequenza, rispetto all'esercizio precedente, di sinistri provocati da eventi atmosferici e calamità naturali e di sinistri caratterizzati da importo unitario elevato. Nel complesso, il Gruppo registra un rapporto sinistri/premi (**loss ratio**) del lavoro diretto dell'80% contro l'86% di fine 2009, con un miglioramento di 6 punti. L'**expense ratio** del lavoro diretto, nonostante la minore raccolta premi, si mantiene al **22,1%**, in linea con l'anno precedente (22%), grazie alla continua attenzione e razionalizzazione dei costi generali. Pertanto il Gruppo presenta a fine 2010 un **combined ratio** (lavoro diretto) del **102,1%** contro il 108% di fine 2009.

GRAFICO 6.3
PREMI DIRETTI DANNI



Fonte: Bilancio Consolidato 2010

GRAFICO 6.4
COMBINED RATIO*



* Indicatore che misura l'equilibrio della gestione tecnica Danni ed è costituito dalla somma di *expense ratio* (rapporto tra le spese di gestione complessive ed i premi diretti contabilizzati) e *loss ratio* (rapporto fra il costo dei sinistri diretti di competenza ed i premi diretti di competenza).

Fonte: Bilancio Consolidato 2010

La compagnia multiramo **UGF Assicurazioni** ha realizzato una raccolta diretta pari a 3.538 milioni di euro, con una flessione complessiva del 3,8%.

Si conferma la contrazione dei rami Auto (R.C.Auto -2%, Corpi Veicoli Terrestri -6,1%) dovuta alla riduzione del portafoglio clienti. La politica di risanamento nel settore flotte e le azioni intraprese sulle polizze singole hanno determinato effetti evidenti nel recupero della frequenza sinistri del ramo.

Anche gli altri rami sono in calo rispetto al 2009, con percentuali variabili dal 3,3% (Altri Danni ai Beni) al 9% (R.C.Generale). La contrazione registrata è il risultato atteso sia delle azioni di recupero dei margini di redditività (come dimostra il miglioramento dei risultati tecnici) sia della contrazione nei fatturati delle aziende, per effetto della crisi economica.

Le due compagnie Danni del Gruppo Arca (**Arca Assicurazioni e Isi Insurance**) hanno realizzato al 31 dicembre 2010 una raccolta diretta per 225 milioni di euro (+30,7%), di cui 107 milioni di euro nel secondo semestre di pertinenza del Gruppo UGF. A due cifre gli incrementi di tutti i rami: R.C.Auto +28,4%, Corpi Veicoli Terrestri +30,9%, altri rami +34,9%.

Nel 2010 le **compagnie specializzate** (UniSalute, Linear e Navale Assicurazioni) hanno acquisito complessivamente premi diretti per 598 milioni di euro (+2,5%).

UniSalute ha realizzato una raccolta diretta premi di 177 milioni di euro, in incremento del 14,1% rispetto al 2009. Prima società assicurativa specializzata nel ramo Malattia, con i suoi oltre 2 milioni di clienti, una quota di mercato intorno al 7,5% (6,8% nel 2009) e la gestione di importanti Fondi sanitari integrativi di categoria, conferma il suo punto di forza in un modello di business unico nel mercato. Grazie ad esso, la Compagnia riesce a essere al tempo stesso centrale di acquisto e controllore della qualità delle prestazioni sanitarie presso le oltre 6.200 strutture convenzionate.

I risultati di **Linear** evidenziano il contemporaneo miglioramento nella crescita dei premi – 171 milioni di euro, +6,6% per effetto dell'incremento sia del portafoglio clienti (+5%) che del premio medio – e nella redditività *combined ratio* al 95,7%, in calo dell'1,4% rispetto al 2009).

Le due compagnie specialistiche del Gruppo Unipol hanno iniziato anche una proficua collaborazione basata sui rispettivi punti di forza, con l'obiettivo di proporre soluzioni innovative sul mercato: in caso di sinistro con danni alla persona, agli assicurati Linear viene messo a disposizione il supporto consulenziale e specialistico delle strutture convenzionate con UniSalute.

Per quanto riguarda **Navale Assicurazioni**, che nel 2010 ha realizzato premi diretti pari a 250 milioni di euro, in diminuzione del 6,6% rispetto all'anno precedente, si ribadisce che, con decorrenza 1 gennaio 2011, il ramo d'azienda assicurativo di Navale è stato conferito ad UGF Assicurazioni, diventandone la terza Divisione operativa dopo Unipol ed Aurora.

6.1.2 Il comparto Vita

Nel comparto Vita, la raccolta assicurativa diretta è risultata pari a 4.734 milioni di euro, in calo del 9,7% sul 2009. Gli ottimi risultati di **Arca Vita** e **Arca Vita International** che, nei dodici mesi del 2010, hanno realizzato una raccolta premi Vita pari a 888 milioni di euro (+86%) – di cui 350 milioni di euro relativi al secondo semestre e quindi consolidati dal Gruppo Unipol – sono stati controbilanciati dalla flessione nella raccolta di UGF Assicurazioni e di Bnl Vita, di cui peraltro è prevista l'uscita dal perimetro di Gruppo nel 2011.

Sono risultati in incremento i rami III (polizze *unit* e *index-linked*, +19,8%) e VI (fondi pensione +2,4%), mentre sono risultati in flessione i rami I (polizze tradizionali, -12,4%) e V (polizze di capitalizzazione, -19,3%).

Ancor più che nel comparto Danni, nel comparto Vita ha inciso profondamente la modifica dell'area di consolidamento intervenuta nel corso del 2010, con l'ingresso nel secondo semestre delle compagnie del Gruppo Arca. Per un confronto puntuale in termini di valori omogenei, si rimanda al Bilancio Consolidato, reperibile nella sezione Investor Relations del sito www.unipolgf.it.

La compagnia tradizionale multiramo **UGF Assicurazioni** ha realizzato una raccolta diretta Vita per 1.907 milioni di euro, con un decremento del 12,8% fortemente condizionato da un contratto collettivo di capitalizzazione (ramo V) stipulato nel 2009 e non ripetibile: escludendo tale contratto il decremento risulta pari al 3,9%. Si rileva che al 31 dicembre 2010 la produzione di polizze Vita intermediata da sportelli bancari di UGF Banca è stata di 210 milioni di euro (+7,3% rispetto ai 195 milioni di euro del 2009).

La compagnia di *bancassurance* **Bnl Vita** si è attestata a 2.475 milioni di euro (-18,9%), in particolare per la flessione del ramo I (polizze tradizionali, -22,6%), mentre ha registrato un incremento nella produzione nei rami III (polizze *unit* e *index-linked* +3,8%), V (polizze di capitalizzazione +24%) e VI (Fondi Pensione +7,7%).

6.2 IL SETTORE BANCARIO

Il settore bancario è costituito dal Gruppo Bancario UGF Banca. L'andamento della gestione nel 2010, in un contesto di mercato macroeconomico ancora fortemente critico soprattutto sotto il profilo del rischio creditizio, si è caratterizzato per l'intensa attività commerciale della capogruppo UGF Banca, mentre le altre società del Gruppo, UGF Merchant nel settore *merchant banking*, Unipol Fondi e Nettuno Fiduciaria, nel comparto del risparmio gestito, Unicard e UGF Leasing hanno proseguito nella propria attività.

Per quanto riguarda UGF Banca, l'erogazione del credito è stata rivolta principalmente alle famiglie per finanziare l'acquisto dell'abitazione e nei confronti della piccola-media impresa per finanziare attività di sviluppo o in genere l'operatività ordinaria. UGF Banca, oltre a continuare a proporre prodotti di impiego alle famiglie, ha rivisto la propria politica creditizia definendo chiaramente settori e tipologie di finanziamenti accordabili: prevalentemente rivolta alla piccola-media impresa, con forme tecniche preferibilmente a breve termine e non di tipo finanziario.

Per quanto riguarda UGF Merchant, l'attività di finanziamento si è invece rivolta alle aziende di più rilevanti dimensioni con lo scopo principalmente di finanziare investimenti industriali.

L'analisi della distribuzione degli **impieghi** totali del Gruppo Bancario verso la clientela indica

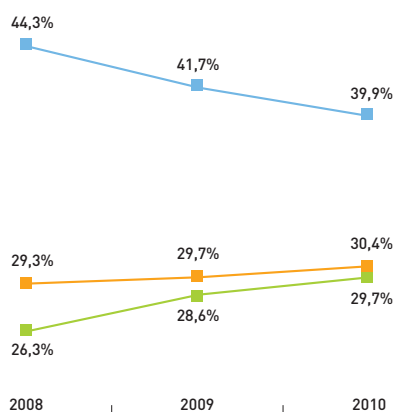
una concentrazione pari al 39,9% presso le imprese che operano nei primi due rami (edilizia ed opere pubbliche, servizi ausiliari settore finanziario), mentre le imprese operanti in tutti gli altri rami economici coprono il 29,7% del portafoglio crediti. Le famiglie consumatrici assorbono la restante quota dei finanziamenti pari al 30,4%. In coerenza con quanto predisposto dalla *Credit Policy*, che disciplina le attività di assunzione e monitoraggio del rischio di credito all'interno delle società facenti parte del Gruppo, la concentrazione degli impieghi sui primi due rami di attività economica sul portafoglio da dicembre 2008 è andata progressivamente riducendosi di 4,4 punti percentuali e di 1,8 punti percentuali da dicembre 2009.

La **raccolta diretta** da clientela è diminuita del 2,5%, pari a 243 milioni di euro, attestandosi a circa 9,3 miliardi di euro. La contrazione è da ricondursi esclusivamente alla contrazione delle giacenze detenute dalle società del Gruppo UGF, solo in parte compensata dall'incremento avvenuto sulla clientela esterna al Gruppo. Valutando la crescita della raccolta riconducibile alla clientela ordinaria, quindi escludendo le masse delle società del Gruppo UGF, l'esercizio 2010 si chiude con una crescita del 3%. Tale risultato è frutto soprattutto dell'azione posta in essere dalla capogruppo bancaria, che ha avviato diverse iniziative volte ad acquisire dalla propria clientela e dal mercato esterno importanti quote di mercato attraverso un'offerta di prodotti, sia a breve che a medio-lungo termine.

L'analisi del conto economico evidenzia un **marginale finanziario** in contrazione del 8,4%, dovuto prevalentemente alla forte riduzione dei tassi interbancari, da cui una flessione degli interessi attivi incassati dalla clientela. Il **marginale di intermediazione** ha raggiunto 340,5 milioni di euro, in decremento del 2,3% rispetto all'esercizio precedente. Tale risultato è stato possibile grazie alla dinamica delle **commissioni nette** (+18,6%) che hanno visto un incremento delle commissioni attive del 17,9% a fronte di incremento delle commissioni passive che si è limitato ad un +12,4%.

GRAFICO 6.5
TREND DI CONCENTRAZIONE
DEGLI IMPIEGHI
PER MACRO-RAMO
DI ATTIVITÀ ECONOMICA

■ Edilizia e Serv. Ausil.
■ Privati
■ Altri rami imprese



Il miglioramento rispetto all'esercizio precedente è da ricondursi prevalentemente alla controllata UGF Merchant, che nell'esercizio 2009 aveva effettuato importanti rettifiche in conseguenza del degenerato contesto macroeconomico.

Pertanto l'**utile** dell'operatività corrente, al lordo delle imposte, è risultato pari a 20,9 milioni di euro in inversione rispetto alla perdita di 16 milioni di euro contabilizzata a fine esercizio 2009.

GRAFICO 6.6
RISPARMIO GESTITO E
RACCOLTA AMMINISTRATA

Valori in miliardi di euro

■ Risparmio gestito
■ Raccolta amministrata

Fonte: Bilancio Consolidato 2010

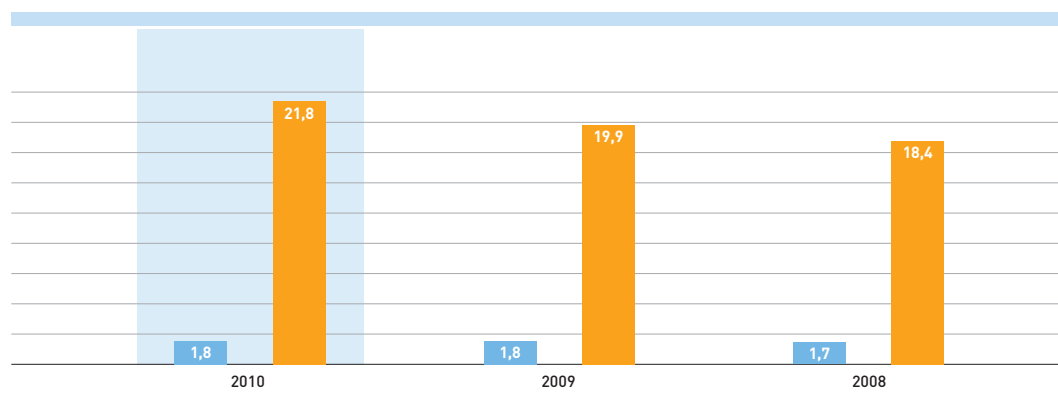
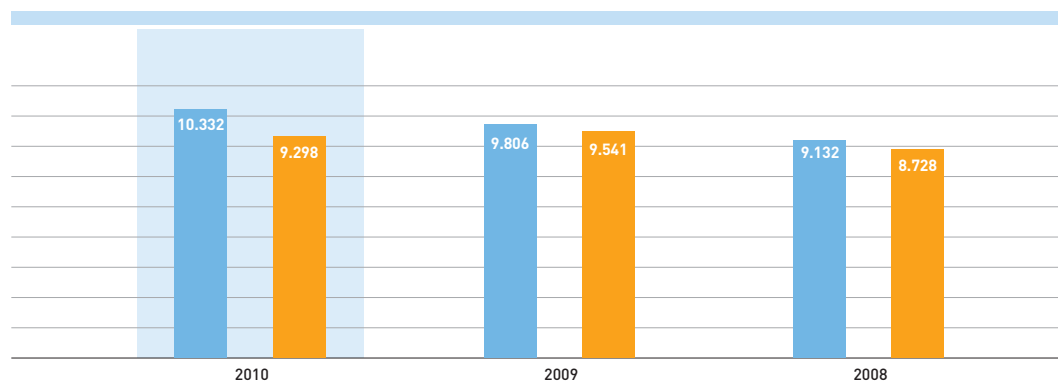


GRAFICO 6.7
IMPIEGHI VERSO LA
CLIENTELA E RACCOLTA
DIRETTA

Valori in milioni di euro

■ Impieghi
■ Raccolta diretta

Fonte: Bilancio Consolidato 2010



6.3 I SISTEMI INFORMATIVI

I sistemi informativi rappresentano una leva strategica di innovazione del servizio bancario/assicurativo, di recupero di efficienza, di razionalizzazione dei costi nel medio periodo. Per questo hanno rappresentato, nel 2010, un'area di investimento importante. Nell'ambito delle iniziative previste nel Piano Industriale 2010-2012, gli interventi dei Servizi Informatici si sono sviluppati secondo due direttrici di intervento principali:

- azioni It a supporto della realizzazione delle iniziative delle business lines previste nel Piano Industriale;

- azioni a supporto dell'evoluzione dei sistemi informatici di Gruppo e della gestione dell'innovazione tecnologica.

Tali azioni trovano declinazione, in particolare, attraverso lo sviluppo di nuove soluzioni e tecnologie volte a migliorare l'efficacia operativa a supporto del business e ad aumentare la disponibilità e la qualità dei servizi alla clientela la prosecuzione del processo di rinnovamento e razionalizzazione delle infrastrutture e delle applicazioni, con l'obiettivo di mantenere il passo dell'evoluzione tecnologica e perseguire, nel contempo, un'efficace gestione della spesa.

Nel **settore assicurativo** tra i principali interventi informatici effettuati nel corso del 2010, a supporto delle iniziative di piano delle *business lines*, si evidenziano “nell’area Danni” le attività per lo sviluppo di nuovi **prodotti “unificati”** per le reti Unipol ed Aurora, la razionalizzazione dei processi emissivi e l’introduzione di nuove funzionalità di preventivazione, basate su nuove modalità di codifica orientate al miglioramento dei processi di costruzione dei nuovi prodotti.

Nell’area Vita è proseguito lo sviluppo del **nuovo sistema Vita di Gruppo**, in tecnologia web e in parte già attivo per l’emissione di nuovi prodotti nell’ambito delle polizze collettive e individuali.

Nell’area Commerciale è stato rilasciato il **nuovo sistema di Crm** (*Customer Relationship Management*) di Gruppo; nell’area Sinistri, oltre allo sviluppo di nuove funzionalità che hanno consentito di migliorare il controllo sui processi di liquidazione, è stata effettuata l’analisi delle soluzioni e delle tecnologie disponibili per impostare il progetto di realizzazione del Nuovo Sistema Sinistri di Gruppo.

Infine, lo scorso anno è iniziata la realizzazione del nuovo sistema informatico per la gestione delle **attività di adeguamento alla regolamentazione Solvency II**, che prevede lo sviluppo di una piattaforma per il calcolo dei requisiti di capitale di rischio, secondo la formula standard e il modello interno, sulla base della più recente evoluzione della normativa.

Nell’ambito degli interventi di evoluzione dei sistemi informatici di Gruppo, volti ad aumentare la disponibilità e la qualità dei servizi è stato completato, ad aprile, il progetto di rifacimento delle infrastrutture di tutti i Contact Center del Gruppo; è stata collaudata la nuova infrastruttura di *disaster recovery* delle società assicurative del Gruppo, ed è stata ulteriormente ampliata nelle sue funzionalità ed estesa ad altri servizi di business, la nuova infrastruttura di monitoraggio dei principali servizi di business erogati.

Nel **settore bancario**, il primo semestre 2010 ha visto il consolidamento della migrazione del Sistema Informativo sulla nuova **piattaforma Cedacri** con l’impegno di tutti i comparti della Banca sia dal punto di vista organizzativo che informatico. Sono poi state realizzate una serie di attività imprescindibili, sia dal punto di vista normativo che commerciale.

Il primo marzo è entrato in vigore il decreto legislativo 11/2010 con il quale anche l’Italia ha recepito le prescrizioni della **Direttiva europea sui servizi di pagamento**, che ha completamente rivoluzionato il comparto dei pagamenti telematici. Ciò ha richiesto notevoli interventi sul Sistema Informativo, sui processi e sulla contrattualistica, relativamente alla trasparenza nei rapporti tra Banca e Cliente.

Nel primo semestre sono stati estesi a tutta la Rete gli applicativi relativi al **monitoraggio dei crediti** (problematici ed *in bonis*) ed al Crm (*Customer Relationship Management*).

Il primo intervento, ha visto la ridefinizione del processo di gestione del credito con particolare focus sulla fase di monitoraggio mandamentale, fornendo uno strumento di supporto automatizzato all’attività di controllo creditizio della clientela *in bonis*. La Banca può così definire in modo personalizzato, sulla base e con il supporto delle procedure di valutazione automatica (Crs, Seac...), quali clienti porre sotto monitoraggio e quale percorso di controllo (iter) assegnare ad ogni tipologia di anomalia individuata.

Il **progetto Crm** è consistito nella messa a regime di un sistema, integrato e completo, per favorire e potenziare le attività di marketing della Banca, ponendo il cliente come punto di riferimento, connettendo tra di loro le funzionalità dei diversi sistemi in uso. Nel mese di dicembre sono state poi condotte le verifiche annuali di *disaster recovery* e continuità operativa previste dalla normativa. In particolare, i test effettuati hanno permesso di verificare le capacità di governo dell’emergenza, l’efficacia del processo di gestione della crisi ed i relativi tempi di risposta della Banca.

7. IL VALORE AGGIUNTO

7.1 LA DETERMINAZIONE E LA DISTRIBUZIONE

Il prospetto di determinazione e distribuzione del valore aggiunto rappresenta il collegamento tra il Bilancio Consolidato e il Bilancio di Sostenibilità, in quanto riclassifica il valore distribuito in funzione degli Stakeholder, integrando le informazioni ed i dati espressi nella Performance Sociale e confermando le politiche enunciate nell'Identità.

Il modello di riferimento adottato in questo bilancio per la determinazione e distribuzione del valore aggiunto è quello definito dai "Principi di redazione del Bilancio Sociale" emanati dal "Gruppo di studio per il Bilancio Sociale", seppur adattato alle specificità di un Gruppo assicurativo, bancario e finanziario e ai principi contabili internazionali Ias/Ifrs.

Nello specifico, il valore aggiunto determinato esprime la ricchezza prodotta dal Gruppo nell'esercizio come differenza tra il valore della produzione e i costi relativi alle prestazioni assicurative e bancarie e all'acquisizione di beni e servizi.

Per quanto riguarda l'esercizio 2010, il valore aggiunto globale netto è stato di **1.852,6** milioni di euro (tabella 7.1), ritornando sui valori caratteristici degli anni precedenti, dopo la flessione dello scorso anno, dovuta alla svalutazione a conto economico effettuata sui titoli classificati come "disponibili per la vendita" sulla base dei criteri Ifrs.

La destinazione del valore aggiunto rappresenta, viceversa, le risorse che l'azienda ridistribuisce ai suoi Stakeholder, consentendo di ottenere una valutazione "oggettiva" dell'impatto prodotto dalle attività del Gruppo.

Alcune di queste sono dimensioni date, cioè predefinite in maniera significativa a priori, altre risentono significativamente del valore prodotto. Nel 2010 anche per la distribuzione (tabella 7.2) si registrano valori omogenei agli anni precedenti (ad esclusione del 2009), con il solo incremento dell'incidenza relativa ai finanziatori, che passano da un *range* tra il 2 e il 3% ad una percentuale del 7%. Il dato è spiegabile fra l'altro con il ricorso effettuato nel 2009 a due prestiti obbligazionari, con scadenza 2012 e 2017 e tassi di interesse rispettivamente del 5,25% e del 5%, per un importo complessivo di 925 milioni di euro.

La percentuale più significativa del valore aggiunto viene conferita agli Agenti e agli altri distributori, che rappresentano un anello fondamentale nella catena di produzione del valore, strumento di connessione tra l'impresa e il cliente. In termini assoluti, il dato è sostanzialmente omogeneo agli anni precedenti, trattandosi di un valore, proporzionale alla raccolta, ma determinato ex ante nelle variabili significative. La stessa situazione caratterizza il

TABELLA 7.1
DETERMINAZIONE
DEL VALORE AGGIUNTO

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Premi netti	8.798,1	9.420,4	7.590,9
Commissioni attive	125,0	106,9	101,4
Proventi finanziari netti	1.294,0	514,3	486,9
Altri ricavi	128,9	139,7	123,7
Oneri netti relativi ai sinistri	-8.150,2	-9.185,2	-6.349,3
Commissioni passive	-28,3	-27,6	-34,1
Spese di gestione e altri costi	-314,8	-98,8	-183,7
Valore aggiunto netto consolidato	1.852,6	869,7	1.735,8

Fonte: Direzione Amministrazione e Operations

7. IL VALORE AGGIUNTO

rapporto con i Collaboratori fiduciari. In termini assoluti, continua il significativo trend di crescita del valore conferito ai Dipendenti, pari a +11% sul 2009 e a +19% rispetto al 2008, dovuto principalmente alla crescita degli occupati e all'estensione dei sistemi premianti. Anche in termini di percentuale, cresce, rispetto agli anni precedenti, il peso dei dipendenti di circa 5 punti percentuali medi.

Significativo, rispetto l'anno precedente, il capovolgimento della situazione tra Sistema

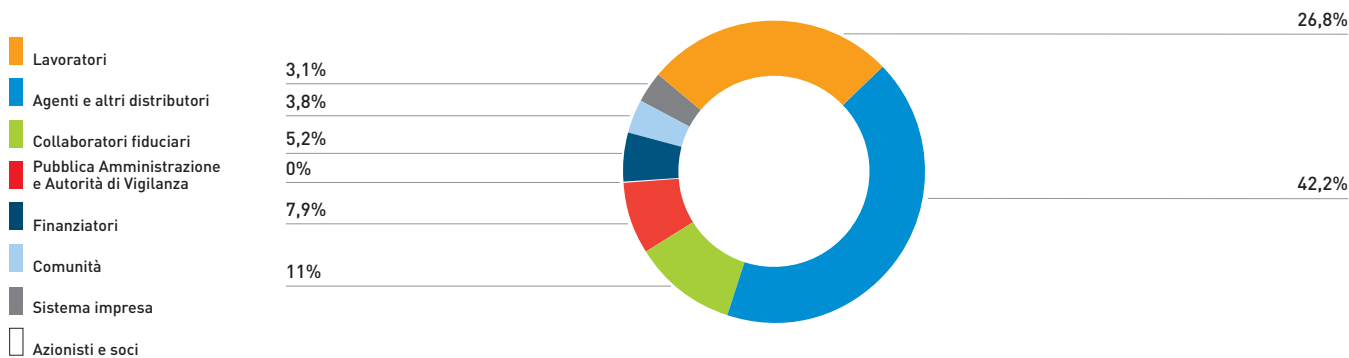
Impresa e Azionisti e Soci. A fronte della decisione dello scorso anno di distribuire gli utili, la scelta di quest'anno di rafforzare il capitale sociale, fa sì che il 3,8% del valore vada al Sistema Impresa mentre solo lo 0,1% vada ad Azionisti e Soci.

Infine, si conferma stabile, sia in termini assoluti che percentuali, il valore conferito alla Comunità, nel quale sono inclusi anche i contributi obbligatori (come ad esempio i contributi per il "Fondo vittime della strada").

TABELLA 7.2
DISTRIBUZIONE

Valori in milioni di euro	2010	2009	2008	Var.% 2010/2009
Lavoratori	496,7	446,9	415,1	11,1
Agenti e altri distributori	780,9	744,4	799,5	4,9
Collaboratori fiduciari	203,5	200,6	193,8	1,5
Pubblica Amministrazione e Autorità di Vigilanza	147,3	128,3	95,7	14,8
Finanziatori	95,8	62,4	63,8	53,4
Azionisti e soci	0,1	100,5	0,6	-99,9
Sistema impresa	71,0	-869,1	106,7	108
Comunità	57,3	55,8	60,4	2,6
Valore aggiunto netto consolidato	1.852,6	869,7	1.735,8	113,0

Fonte: Direzione Amministrazione e Operations

GRAFICO 7.1
DISTRIBUZIONE % DEL
VALORE AGGIUNTO 2010

Fonte: Direzione Amministrazione e Operations



LA PERFORMANCE SOCIALE



8. LE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

8.1 I PORTATORI DI INTERESSE

Il Gruppo Unipol considera le aspettative legittime delle diverse categorie di Stakeholder che, a vario titolo, interagiscono con l'Azienda nella definizione delle proprie politiche e nella gestione delle proprie attività ordinarie e straordinarie.

Già negli anni Sessanta, Unipol Assicurazioni si è sviluppata come struttura multistakeholder, avendo nella proprietà, oltre che le imprese cooperative, importanti rappresentanti di più categorie di portatori di interesse: le organizzazioni sindacali confederali, alcune associazioni di rappresentanza del lavoro autonomo e della piccola e media impresa. E ciò, proprio con l'obiettivo di caratterizzarsi in modo originale nel settore, orientata principalmente a soddisfare i bisogni di soggetti emergenti della società e delle attività produttive. Negli anni ha poi sviluppato un'attitudine al dialogo e al coinvolgimento dei diversi portatori di interesse, per esempio attraverso la costituzione dei Cru (Consigli Regionali Unipol, appositamente descritti a pag.97), promuovendo un rapporto strutturato con le imprese e i soggetti dell'economia sociale, contraddistinti da una tradizione di partecipazione attiva.

Durante il processo di definizione della Carta dei Valori e del Codice Etico si è proceduto ad un'ulteriore riflessione e aggiornamento relativamente alle categorie di Stakeholder rilevanti per il Gruppo Unipol, sulla loro composizione e sulle tematiche più rilevanti per ciascuna di esse.

La valutazione effettuata sulla base del grado di influenza che ciascuna categoria ha sulle decisioni aziendali e dell'interesse per le attività dell'azienda, ha portato ad individuare come Stakeholder prioritari quelli indicati di seguito, e rispetto ai quali l'azienda ha ritenuto opportuno rendere conto.

Gli **Azionisti** sono coloro che, a vario titolo, hanno investito i loro capitali all'interno del Gruppo. Possono essere ulteriormente segmentabili in due gruppi: gli azionisti di riferimento, che detengono la maggioranza del capitale ordinario e sono sostanzialmente costanti nel tempo, e l'azionariato diffuso (cap.9 pag. 64).

I **Dipendenti** sono coloro che prestano la loro attività lavorativa garantendo, con impegno e

professionalità, la realizzazione della Missione del Gruppo (cap.10 pag.72).

I **Clienti** sono persone singole, famiglie o aziende, per lo più appartenenti all'universo delle piccole e medie imprese e della cooperazione, che fruiscono dei servizi del Gruppo e a cui il Gruppo si rivolge al fine di soddisfarne i bisogni finanziari e di sicurezza (cap.11 pag.94).

Gli **Agenti** costituiscono la rete distributiva in ambito assicurativo; sono quindi, l'interfaccia tra le Compagnie e la clientela: la rappresentano presso gli assicurati ed, al contempo, sono per loro soggetto di garanzia verso l'impresa (cap.12 pag.118).

I **Fornitori** sono tutti i partner commerciali che concorrono, attraverso la fornitura di beni, servizi, prestazioni e risorse, in modo diretto o indiretto, al processo di erogazione dei servizi del Gruppo (cap.13 pag.126).

La **Comunità Civile** comprende le diverse scuole, università, enti culturali, organizzazioni sociali e non profit con le quali il Gruppo collabora attivamente, per sviluppare obiettivi di crescita sociale e civile (cap.14 pag.132). Alla stessa categoria appartengono anche la pubblica amministrazione, gli organismi istituzionali e di rappresentanza: si è scelto di rendicontare a parte – nel paragrafo seguente – il rapporto con tali soggetti per tenere conto della specificità e particolarità della relazione.

La tutela dell'**Ambiente** (cap.15 e cap.16 pagg.142 e 149) è un impegno importante per il Gruppo, sia per l'impatto che genera direttamente che per quello che genera indirettamente. I beneficiari di tale impegno sono in particolare le Comunità locali e le **Generazioni Future**. Quest'ultime sono costituite da tutti coloro a cui il Gruppo si riferisce, in un'ottica di equità intergenerazionale e di visione di lungo periodo, quando si impegna ad assicurare la sostenibilità economica, ambientale e sociale del proprio operato.

All'interno del Bilancio, oltre che nella sezione ambientale, sono trattate nella misura in cui vengono delineate linee di intervento volte ad assicurare un equilibrio delle proprie attività tra la dimensione economica, sociale e ambientale. Le iniziative di dialogo e di coinvolgimento sono trattate all'interno delle diverse sezioni dedicate agli Stakeholder.

8.2 LE RELAZIONI ISTITUZIONALI

Un'interlocuzione continua, positiva, trasparente e collaborativa con le Istituzioni è, per un grande gruppo assicurativo e bancario come Unipol, un elemento di particolare rilievo. Operare nel campo della gestione dei rischi assicurativi, della tutela della salute, della previdenza e del risparmio per i cittadini presenta – rispetto ad altri settori industriali – un *surplus* di responsabilità da parte degli operatori.

Tale responsabilità è stata correttamente riconosciuta dal sistema, che ha previsto da tempo un assetto di controllo affidato ad Autorità di Vigilanza per i settori assicurativo e creditizio, che si aggiunge e si interseca con l'attività di vigilanza trasversale rivolta, ad esempio, alla tutela della concorrenza, della privacy o del corretto funzionamento delle società quotate in borsa.

Come ogni altra attività economica e d'impresa, inoltre, il business assicurativo e bancario è soggetto alla legislazione, di fonte nazionale o derivata, frutto della funzione di sintesi e rappresentanza degli interessi collettivi operata dalle forze politiche. A questo quadro istituzionale di riferimento si aggiunge, nel particolare caso di questo Gruppo, il fitto intreccio di rapporti con la società civile, con le rappresentanze e i "corpi intermedi" espressione del mondo del lavoro dipendente e imprenditoriale che in Unipol si riconoscono e trovano un'interlocuzione costante.

Mentre riafferma la sua natura apolitica e apartitica, propria di un'impresa che opera sul mercato, il Gruppo Unipol riconosce nella relazione fluida, dialogante e trasparente con le Istituzioni un tratto peculiare della sua tradizione e, soprattutto, un elemento distintivo rispetto ad altre realtà economiche aziendali. Le modalità nelle quali si esplicita la costante relazione con il mondo istituzionale sono varie: vi sono forme di interlocuzione diretta e formale, come le audizioni parlamentari o le comunicazioni alle Autorità di vigilanza e controllo, altre occasioni pubbliche,

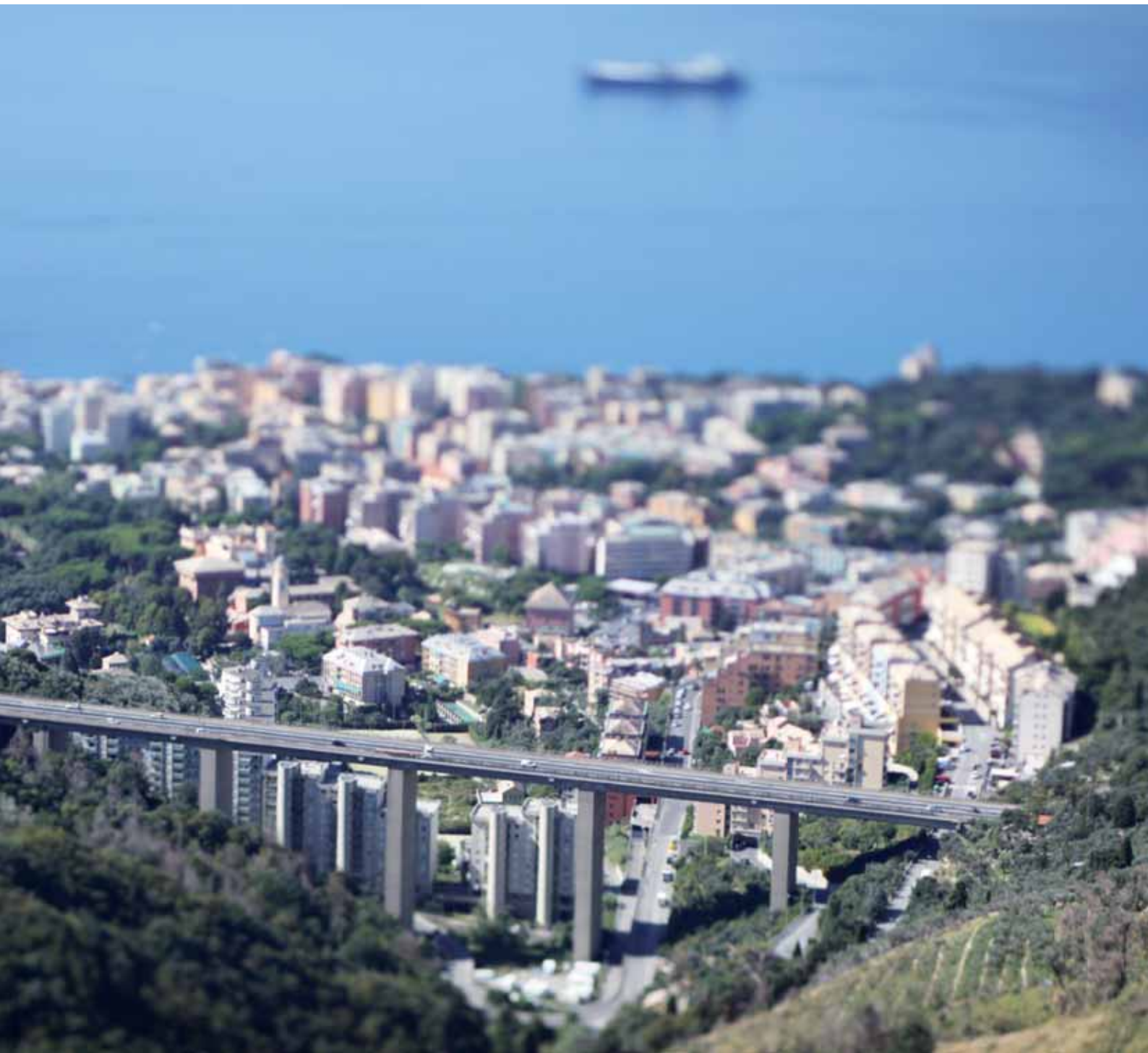
come gli incontri e convegni pubblici cui rappresentanti di Unipol partecipano. Altre forme di interlocuzione istituzionale hanno un carattere più mediato e passano da altri importanti pilastri della società: il sistema dei Media (stampa, radio-tv, internet) e il sistema delle associazioni di rappresentanza degli interessi di settore di cui Unipol è membro.

La consapevolezza del proprio ruolo economico e sociale, spinge quindi il Gruppo a mettere le proprie risorse professionali e le proprie competenze a disposizione delle principali Istituzioni politiche ed amministrative – principalmente il Parlamento, il Governo, le Autorità indipendenti – fiducioso che possano offrire un contributo importante per un costante progresso del sistema normativo e sociale.

La partecipazione in Ania, in Abi, in Assonime, in Assogestioni, consente inoltre ad Unipol di contribuire alla rappresentazione, alla tutela ed alla promozione degli interessi delle categorie rappresentate – al cui interno il Gruppo è tra i principali attori – coniugandoli con gli interessi generali del Paese. Importante è l'attività svolta all'interno della "Fondazione Ania per la sicurezza stradale", costituita dalle compagnie di assicurazione nel 2004, per contribuire ad affrontare l'emergenza rappresentata dagli incidenti stradali. Merita, inoltre, di essere segnalata la partecipazione del Gruppo Unipol, in qualità di Socio Sostenitore, alle attività di Aspen Institute Italia, un'associazione privata, indipendente, di respiro internazionale, apartitica, caratterizzata da una forte attenzione verso i problemi e le sfide più attuali della politica, dell'economia, della cultura e della società. Un significativo rapporto sviluppato con il Censis ha consentito infine di avviare nel 2010 un importante progetto denominato "Welfare, Italia – Laboratorio per le nuove politiche sociali" ampiamente descritto nella scheda informativa presente nel capitolo clienti (pag.101).



GLI AZIONISTI



9. GLI AZIONISTI

9.1 IL CAPITALE SOCIALE

Il Capitale Sociale di Unipol Gruppo Finanziario è costituito da 3.416.540.416 azioni nominative, prive di valore nominale, di cui 2.114.257.106 azioni ordinarie, che danno diritto di voto sia nel corso delle Assemblee ordinarie che in quelle straordinarie, e 1.302.283.310 azioni privilegiate, che danno diritto di voto nel corso delle sole Assemblee straordinarie.

Tale situazione è quella risultante al termine dell'aumento di capitale, effettuato nel corso del 2010, per 400 milioni di euro complessivi e nell'ambito del quale sono state emesse 634.236.765 azioni ordinarie e 390.660.192 azioni privilegiate, a cui si aggiungono 100 milioni di *warrant* convertibili in azioni. Tale aumento, deliberato dall'Assemblea straordinaria dei soci, si è concluso con pieno successo, con l'integrale sottoscrizione a pagamento delle azioni ordinarie e privilegiate offerte in opzione agli azionisti, nonostante il difficile contesto

economico finanziario.

A fine 2010, il Gruppo era il secondo operatore assicurativo per capitalizzazione di borsa tra quelli quotati sul mercato italiano: 1.444 milioni di euro (di cui 976 relativi alle azioni ordinarie e 468 alle azioni privilegiate).

Al 31 dicembre 2010 il prezzo ufficiale dell'azione Unipol ordinaria era di 0,462 euro, quello della Unipol privilegiata era di 0,359 euro. Dopo gli andamenti negativi del 2010, su cui ha impattato anche l'aumento di capitale sopra ricordato, le azioni Unipol hanno manifestato una positiva inversione di tendenza nel 2011 (al 16 febbraio le azioni Unipol ordinarie e quelle Unipol privilegiate facevano registrare una performance positiva del +13% da inizio anno). Nel 2010 il controvalore medio giornaliero degli scambi è stato pari a 6.643 migliaia di euro per le azioni ordinarie e 2.456 migliaia di euro per le azioni privilegiate.

TABELLA 9.1
PREZZI UFFICIALI
A FINE ANNO*

Valori in euro

	2010	2009	2008
Unipol ordinarie	0,462	0,959	1,100
Unipol privilegiate	0,359	0,621	0,764

* I prezzi sono stati rettificati da Datastream secondo i coefficienti di Borsa Italiana

Fonte: Datastream

TABELLA 9.2
CONTROVALORE MEDIO
GIORNALIERO DEGLI SCAMBI

Valori in migliaia di euro

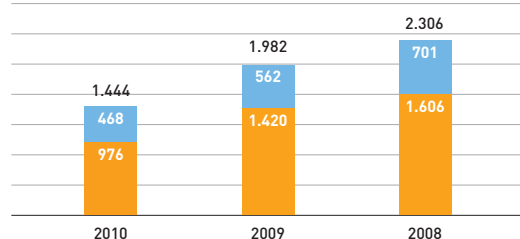
	2010	2009	2008
Unipol ordinarie	6.643	7.192	12.317
Unipol privilegiate	2.456	3.857	9.204

Fonte: Datastream

GRAFICO 9.1
CAPITALIZZAZIONE DI BORSA

Valori in milioni di euro

■ Unipol privilegiate
■ Unipol ordinarie



Fonte: Datastream

PERFORMANCE TITOLO UNIPOL IN BORSA NEL 2010

Azione Unipol ordinaria	-45,58%
Azione Unipol privilegiata	-35,04%

PERFORMANCE DEGLI INDICI DI BORSA NEL 2010

FTSEMIB FTSE MIB INDEX	-13,23%
FITASHE FTSE ITALIA ALL SHARE	-11,49%
FIT2INE FTSE ITALIA ALL-SHR INSURANCE	-25,72%
M2URI2E MSCI EUROPE INSURANCE E	0,66%
DJES50I EURO STOXX 50	-5,81%

PERFORMANCE DELLE PRINCIPALI AZIONI
ASSICURATIVE ITALIANE NEL 2010*

Cattolica	-19,78%
Generali ord.	-24,28%
Mediolanum	-29,10%
Milano Ass. ord.	-41,86%
Fondiarria-Sai ord.	-43,05%

* Sono state incluse le performance delle azioni di società assicurative trattate sull'Mta e con capitalizzazione superiore a 300 milioni di euro.

Fonti: Datastream

Il risultato di esercizio di Unipol Gruppo Finanziario Spa ha riflettuto le tensioni sui mercati finanziari, che hanno comportato svalutazioni sui titoli – prevalentemente obbligazionari – presenti nei portafogli delle società del Gruppo. Tale circostanza non ha consentito di far affluire dividendi da queste

alla capogruppo, che pertanto ha evidenziato un risultato negativo di 63,7 milioni di euro. In tale contesto, anche al fine di mantenere e rafforzare la situazione patrimoniale del Gruppo, il Cda tenutosi il 24 marzo 2010 ha deciso di proporre all'Assemblea degli Azionisti di non distribuire dividendi.

RATING DA MOODY'S*

Rating assegnato ad UGF

"Baa2" come emittente di lungo termine
outlook negativo
"Baa2" sui prestiti senior-outlook negativo

Rating assegnato ad UGF Assicurazioni S.p.A.

"A2" di solidità finanziaria assicurativa (*insurance financial strength*)-outlook negativo
"Baa1" sui due prestiti subordinati con scadenza 2021 e 2023-outlook negativo

Rating assegnato ad UGF Banca

"Baa2" di capacità di credito a lungo termine
outlook negativo
"Prime-2" di capacità di credito a breve termine
outlook stabile
"D+" di solidità finanziaria (*bank financial strength*)
outlook stabile

* Aggiornamento MOODY'S 6 Dicembre 2010

RATING DA STANDARD & POOR'S*

Rating assegnato ad UGF

"BBB" di rischio di controparte-outlook negativo
"BBB" sui prestiti senior

Rating assegnato ad UGF Assicurazioni S.p.A.

"A-" di rischio di controparte
outlook negativo
"A-" di solidità finanziaria assicurativa (*insurance financial strength*)
outlook negativo
"BBB" sui due prestiti subordinati con scadenza 2021 e 2023

Rating assegnato ad UGF Banca

"BB+" di capacità di credito a lungo termine
outlook negativo
"B" di capacità di credito a breve termine
outlook negativo

* Aggiornamento Standard & Poor's 30 Novembre 2010

9.2 LA RELAZIONE CON GLI INVESTITORI

La mission della attività di *Investor Relations* nel Gruppo è di fornire una comunicazione adeguata e puntuale al mercato dei dati economico finanziari relativi alla Società, nel rispetto di quanto predisposto dalla vigente regolamentazione in materia. L'obiettivo principale è il miglioramento della visibilità e dell'attrattività del Gruppo verso gli investitori, per garantire loro una diffusione paritaria e continuativa delle informazioni e agevolare una corretta valutazione dei propri strumenti finanziari in circolazione. Nel contempo, vengono incentivati il monitoraggio dei trend di settore e le

performance dei competitor, il confronto costante con gli analisti finanziari e il dialogo proattivo con gli azionisti e i potenziali investitori. Nello svolgimento delle proprie attività, l'Ufficio *Investor Relations* si avvale della collaborazione e del contributo delle varie aree aziendali e può altresì contare sulla presenza del management in occasione degli incontri con la comunità finanziaria.

Nel corso del 2010 il dialogo con la comunità finanziaria si è mantenuto costante, come si evince dal numero degli incontri e dei roadshow effettuati nel corso dell'anno.

Dei 67 investitori incontrati, 23 erano esponenti di società con sede in Inghilterra, 25 in Italia, 13 negli Usa e 6 in altri stati europei. Dei 7 roadshow indicati, 2 si sono svolti in Italia, 2 in Inghilterra, 1 in Irlanda, 1 negli Usa e 1 in Svezia.

L'interesse dei mercati finanziari nei confronti di Unipol Gruppo Finanziario è testimoniata anche dal notevole numero di studi e note giornalieri pubblicate da analisti: 15 sono quelli che hanno effettuato almeno uno studio su Unipol per un totale di 184 report nel 2010.

Alla fine dell'anno, 3 analisti avevano espresso una raccomandazione positiva sulle azioni Unipol ordinarie (*Buy, Accumulate o Add*), 5 una raccomandazione neutrale (*Hold, Neutral o Market Perform*), 4 una raccomandazione moderatamente negativa (*Underweight, Underperform*), mentre non si segnalavano raccomandazioni negative (*Sell*). Tale situazione risulta essere in netto miglioramento rispetto a quella precedente alla divulgazione del Piano Industriale (avvenuta nel maggio 2010), che vedeva 8 giudizi negativi e 4 neutrali.

TABELLA 9.3
ATTIVITÀ INVESTOR
RELATIONS

	2010	2009	2008
ROADSHOW			
Numero roadshow effettuati	7	8	8
<i>di cui: Italia</i>	2	2	2
<i>di cui: UK</i>	2	2	2
<i>di cui: Irlanda</i>	1	0	0
<i>di cui: Francia</i>	0	2	1
<i>di cui: Germania</i>	0	0	1
<i>di cui: USA</i>	1	1	2
<i>di cui: altro</i>	1	0	0
INVESTITORI			
Numero incontri/conference call	43	60	73
Numero società incontrate/conference call	67	75	114
<i>di cui: Italiane</i>	37	12	32
<i>di cui: USA</i>	19	27	24
<i>di cui: UK</i>	34	40	23
<i>di cui: Altro Europa</i>	9	21	22
Numero persone incontrate/conference call	75	95	137
ANALISTI			
Numero società incontrate/conference call	8	27	13
Numero analisti che seguono il titolo Unipol	20	20	20
CONFERENZE PUBBLICHE			
Numero conference pubbliche	8	7	7

Fonte: Investor Relations & Staff D.G.

Relativamente alle sole azioni privilegiate, a fine 2010 erano presenti 5 raccomandazioni neutrali e 1 positiva.

L'attività di *Investor Relations* è stata anche rivolta verso gli azionisti retail ed obbligazionisti (in coordinazione con l'Ufficio Soci e Partecipazioni e con la Direzione Finanza), Università ed Enti di Ricerca.

Al fine di garantire una costante comunicazione finanziaria verso il mercato, anche nel corso del 2010 il team *Investor Relations* ha organizzato le presentazioni alla comunità finanziaria italiana ed internazionale dei risultati annuali ed infra-annuali di Gruppo.

Si tratta di quattro appuntamenti ricorrenti, distribuiti nell'arco dell'anno, in cui il management illustra i dati consolidati di bilancio, semestrali e trimestrali, e risponde alle eventuali domande poste dagli analisti finanziari. Mentre gli eventi relativi alle relazioni infrannuali si svolgono esclusivamente in forma remota, via telefono (conference call) o attraverso il sito internet della Società (webcast), la presentazione dei risultati di bilancio contempla anche la presenza in sala di analisti e investitori istituzionali. A presentazione conclusa, inoltre, viene inviato ai partecipanti un questionario di valutazione sui contenuti e sulle modalità di organizzazione dell'evento: ciò consente di individuare eventuali mancanze o punti deboli e perfezionare, di conseguenza, l'informativa resa alle controparti.

Quest'anno, alle attività ordinarie si è aggiunto il 14 maggio 2010 la presentazione da parte dell'Amministratore Delegato del nuovo Piano Industriale 2010-2012 alla comunità finanziaria. L'evento, svoltosi a Milano e trasmesso anche in streaming in doppia lingua (italiano e inglese) sul sito internet della Società, ha visto la

partecipazione di oltre un centinaio di analisti finanziari e investitori istituzionali e retail italiani e stranieri. Un'importante occasione per far conoscere al mercato gli obiettivi strategici del Gruppo e avere un dettaglio delle attività programmate per ottimizzare l'andamento delle diverse aree di business.

Alla presentazione plenaria è seguita una sessione in cui l'Amministratore Delegato ha risposto alle domande poste dalla platea di analisti finanziari ed investitori istituzionali e, successivamente, a quella degli azionisti privati e alle interviste dei rappresentanti della stampa.

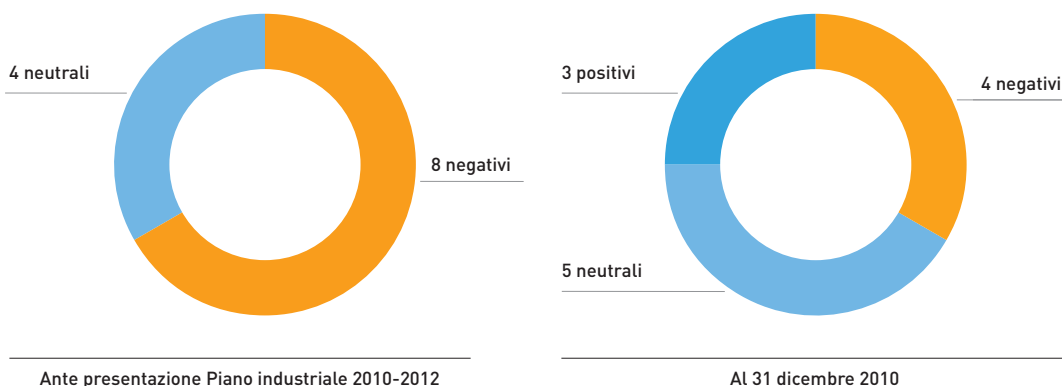
Nel corso del 2010 sono stati pubblicati 23 comunicati stampa *price sensitive*, sia in lingua italiana che inglese.

L'Ufficio *Investor Relations* contribuisce, inoltre, all'aggiornamento dei dati presenti nella sezione di pertinenza del sito istituzionale della società www.unipolgf.it.

SOCIETÀ CHE HANNO EFFETTUATO STUDI FINANZIARI SU TITOLI UNIPOL NEL 2010

Banca Akros
Banca IMI
Banca Leonardo
Cai Cheuvreux
Credit Suisse
Deutsche Bank
Equita SIM
Exane BNP Paribas
Goldman Sachs
Intermonte
Jp Morgan
Keefe, Bruyette & Woods
Mediobanca
Nomura International Unicredit

GRAFICO 9.2
RACCOMANDAZIONI
SU AZIONI UNIPOL



9.3 LE POLITICHE DI INVESTIMENTO

Le linee guida della gestione finanziaria del 2010 hanno privilegiato gli investimenti in titoli di debito, perseguendo un equilibrio tra rischi e rendimenti in un'ottica di medio termine.

Nell'allocazione del rischio di portafoglio si sono privilegiati, con un approccio selettivo, investimenti in titoli di emittenti corporate e, in misura maggiore, in titoli governativi dell'area Euro.

Nel portafoglio azionario si registra una ricomposizione qualitativa, realizzata attraverso vendite di titoli ritenuti scarsamente appetibili, sotto il profilo fondamentale, e reinvestimento in titoli caratterizzati da buona visibilità sui risultati attesi, forte generazione di *cash flow* e quindi capacità di mantenere nel tempo dividendi importanti.

La **composizione del portafoglio** mostra una preponderante componente di investimenti in liquidità e in titoli di Stato. L'attività di *trading* sul mercato obbligazionario ed azionario è stata complementare al raggiungimento degli obiettivi di redditività.

L'attività di gestione finanziaria è stata svolta in ottemperanza a quanto deliberato dai Consigli di Amministrazione in materia di *Investment Policy* di Gruppo, ovvero ai criteri alla base della politica d'investimento, alle tipologie di attività in cui si ritiene corretto investire, alla composizione del portafoglio investimenti di medio-lungo periodo (Asset Allocation Strategica); i limiti fissati agli investimenti in termini di Asset Allocation e di rischio finanziario sono stati sostanzialmente rispettati.

La Politica di Investimenti di Gruppo è in fase di aggiornamento anche al fine di tenere conto di quanto prescritto dal Regolamento Isvap n.36 del 31 gennaio 2011.

In merito agli **investimenti etici** anche nel 2010 è stato operativo **Unipol Etico Fund**, uno dei dieci comparti di Unipol Funds, fondo multi comparto di diritto irlandese promosso e gestito dalla società di Gruppo Unipol Sgr.

Il fondo investe in un portafoglio diversificato di strumenti azionari e obbligazionari internazionali i cui asset gestiti ammontano a circa 3 milioni di euro.

L'*Advisor* Etico per il comparto è Axia, che fornisce quotidianamente la composizione sia del benchmark di riferimento che dell'universo investibile, entrambi ottenuti utilizzando metodi quali-quantitativi, tramite l'ausilio di specifici indicatori su quanto le aziende fanno per migliorare i rapporti con i loro diversi Stakeholders (politiche per il personale, attività per l'ambiente, rapporti con i clienti e con i fornitori, sistemi di corporate governance ecc.). Si conferma inoltre il comparto **Etica**, uno dei cinque del **Fondo Pensione Aperto Unipol Insieme**, promosso e gestito da UGF Assicurazioni. L'obiettivo di questo comparto è quello di realizzare un equilibrio armonico tra la logica sociale e la logica economica, privilegiando titoli di Paesi e società che si caratterizzano per comportamenti ed attività socialmente responsabili.

Il Gruppo Unipol, inoltre, tramite **UGF Merchant**, società specializzata in project financing a favore di investitori privati, ed in partnership con Meliorbanca e Centrobanca, ha contribuito alla realizzazione di 13 centrali per la produzione di energia elettrica in Puglia. Dodici centrali fotovoltaiche a terra, con una potenza nominale di circa 1 MWp ciascuna e una centrale di 5 MWp, per una potenza complessivamente pari a 17 MWp 23,8 sono i milioni di KWh di energia verde prodotta all'anno, sufficiente ad alimentare i bisogni energetici di circa 7mila famiglie per un investimento complessivo di circa 70 milioni di euro.

I lavori sono stati seguiti da Enerray – società attiva nel settore fotovoltaico dal 2007 – dalla progettazione all'installazione, fino alla gestione di tutte le pratiche necessarie all'entrata in esercizio degli impianti e al loro accesso al Conto Energia.

Per quanto riguarda **UGF Banca**, l'operatività svolta in relazione al portafoglio di sua proprietà, nel corso del 2010 si è svolta in coerenza con le linee guida definite dalla Politica di Investimento e con i principi di prudenza e sostenibilità alla base di ogni forma di investimento.

In rispetto della normativa Mifid e conformemente ad un'informazione finanziaria corretta della propria clientela, la Banca di propria iniziativa rilascia raccomandazioni personalizzate d'investimento, selezionando almeno due prodotti compresi nel proprio "Listino" che corrispondano agli obiettivi di investimento del cliente e siano di natura tale per cui questi possieda la necessaria esperienza e conoscenza per comprenderne i rischi (art. 40 del Regolamento Intermediari).

Alla luce dell'incertezza che ha interessato l'andamento dei mercati finanziari nel corso del 2010 e tenuto conto di criteri sociali ed etici,

UGF Banca, nella selezione dei prodotti finanziari da inserire nel proprio "Listino", ha privilegiato prodotti di risparmio amministrato con strutture semplici, comprensibili e con un orizzonte temporale prevalentemente di breve/medio termine, oltre a prodotti di risparmio gestito di alcune tra le principali Case di investimento mondiali.

Per coloro che dispongono di un patrimonio superiore a 25.000 euro la Banca offre 14 linee di gestione in grado di offrire soluzioni di investimento personalizzate ai bisogni e alle necessità della clientela. In tal senso, l'investimento in Pronti Contro Termine è risultato la soluzione più raccomandata, a conferma dell'approccio prudenziale perseguito dall'Istituto, volto alla difesa del patrimonio dei propri clienti in un contesto di mercato incerto e volatile.

LA QUOTAZIONE DEL GRUPPO EDITORIALE VITA

IL GRUPPO UNIPOL, ATTRAVERSO LA PROPRIA SOCIETÀ UGF MERCHANT, HA COORDINATO E GUIDATO LA COLLOCAZIONE IN BORSA DEL GRUPPO EDITORIALE VITA. SI TRATTA DI UN'OPERAZIONE PRESSOCHÉ UNICA NEL SUO GENERE IN QUANTO LA SOCIETÀ NON DISTRIBUIRÀ DIVIDENDI. A DIMOSTRAZIONE DELLA BONTÀ DELL'INTERVENTO IL PRIMO GIORNO SONO STATE COLLOCATE QUASI TUTTE LE AZIONI OFFERTE SUL MERCATO.

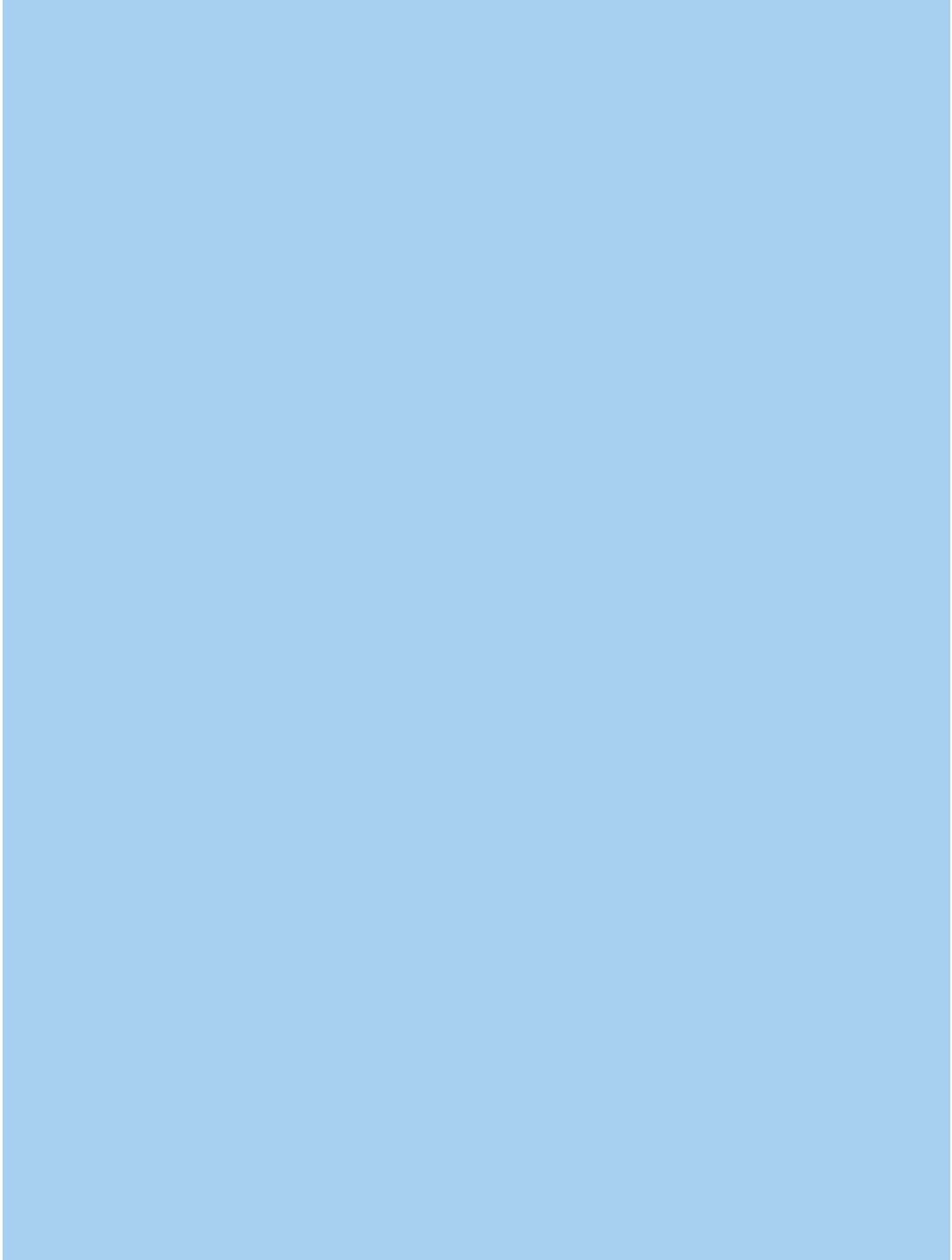
Vita opera nel settore della comunicazione, dell'informazione e della consulenza (sul mondo non profit, sulla responsabilità sociale d'impresa e sulla sostenibilità ambientale) e si rivolge ad un pubblico composito e diversificato tra i quali volontari, addetti e responsabili del settore non profit, aziende e manager attenti alla responsabilità sociale d'impresa, responsabili del welfare locale e nazionale e, più in generale, tutti i soggetti attenti ai comportamenti responsabili. Nata dal basso, promossa dai gruppi sociali intermedi e dalle libere aggregazioni di cittadini, rappresenta la società di riferimento del Terzo Settore italiano e delle aziende che investono in responsabilità sociale d'impresa. Attiva da sedici anni e oggi controllata da 24 soci, sviluppa la sua attività attraverso un magazine settimanale, Vita non profit, una piattaforma web internazionale (Vita Europe e Afronline) e una società di consulenza in Csr (Vita Consulting). Dal 22 ottobre 2010 è stata ammessa a negoziare le

proprie azioni ordinarie (8.700.000) su Aim Italia, il sistema multilaterale di negoziazione organizzato e gestito da Borsa Italiana Spa. UGF Merchant ha svolto il ruolo di *Nominated Advisor* e ha agito anche quale *Global Coordinator*, coordinando l'intera operazione e fornendo il supporto informativo necessario a comprendere ogni aspetto dell'offerta, nonché operando quale intermediario incaricato dall'Emittente ai fini del collocamento riservato.

Si tratta della prima quotazione di una società con il 50,2% del capitale in mano a enti non profit e che per statuto non distribuisce dividendi. Un'esperienza importante per la valorizzazione del Terzo Settore nel mercato tradizionale come soggetto in grado di produrre valore.

L'eventuale guadagno dell'azionista, trattandosi comunque di un soggetto non profit, non deriverà quindi dai dividendi annuali, ma dalla crescita di valore dell'azienda.

Il valore del titolo, che nel giorno della quotazione era salito significativamente, si è poi riassetato ed è oggi compreso nella fascia di prezzo tra 0,80 e 1 euro.



I DIPENDENTI



10. I DIPENDENTI

10.1 LE LINEE PROGETTUALI

Come meglio illustrato nel capitolo 5 di questo Bilancio di Sostenibilità, il 2010 è stato un anno caratterizzato da una marcata impostazione progettuale. Tra i quindici cantieri del Piano Industriale, infatti, uno specifico cantiere, articolato in numerose "azioni di progetto", ha riguardato le Risorse Umane. I progetti previsti rappresentano le linee di sviluppo delle attività dei prossimi anni e riguardano:

- un **incremento qualitativo** nei rapporti con le Organizzazioni Sindacali;
- lo sviluppo di nuove **flessibilità del lavoro**;
- l'individuazione di **spazi di osmosi/modularità** tra comparto assicurativo e bancario;
- la definizione di una strategia finalizzata a **valorizzare** tutte le sedi del Gruppo;
- lo sviluppo di **percorsi formativi non generalisti**;
- lo sviluppo di **percorsi di carriera**;
- una revisione del sistema di **incentivazione**;

- una maggiore focalizzazione sulla **qualità del personale** negli inserimenti;
- un più ampio supporto nelle **attività di revisione organizzativa**;
- il completamento operativo della **fusione Unipol-Aurora e Navale**;
- il supporto organizzativo all'**integrazione Arca**;
- l'ottimizzazione dei **costi delle trasferte**;
- la definizione di un **piano di comunicazione interna**;
- il miglioramento del **benessere organizzativo** dei dipendenti;
- il mantenimento e sviluppo di nuovi ambiti nella **Certificazione di Qualità**.

Queste azioni di progetto integrano in modo armonico e coerente i temi su cui il Gruppo ha investito in modo rilevante già negli anni precedenti.

10.2 UN'AZIENDA CHE CREA OCCUPAZIONE

Anche nel 2010 il Gruppo ha continuato ad investire in nuova occupazione, nonostante la crisi economica e le conseguenti incertezze che ne derivano. In linea con il suo onere verso le generazioni future, sono diverse le azioni che hanno coinvolto numerosi giovani e portato a nuove assunzioni.

10.2.1 Il rapporto con le Università

Il progetto **UGF Corporate University**, avviato nel 2009, si è ulteriormente sviluppato nel 2010, predisponendo nuove basi per il suo consolidamento e per la realizzazione di crescenti iniziative nel prossimo triennio.

UGF considera importante il rapporto permanente con il mondo accademico, non solo come bacino privilegiato da cui selezionare giovani talenti, ma anche come opportunità di valorizzazione del proprio patrimonio professionale, tramite la promozione di progetti di alta formazione e di ricerca.

Ampio risalto è stato riservato alla formazione tecnico-specialistica, rivolta a famiglie professionali mirate, quali la liquidazione sinistri, i rami tecnici Danni e Vita, i servizi informatici e il mondo bancario; quest'ultimo con particolare riguardo alla formazione prevista dalle normative Isvap.

Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo 10.4.6.

Delle azioni formative realizzate nel corso del 2010, rivolte alla popolazione aziendale a diversi livelli, alcune sono state progettate e realizzate con specifici contributi di prestigiosi enti universitari.

Segnalazione particolare merita la III edizione del Master Executive UGF in Business Administration, specificamente sviluppato per il Gruppo, la cui realizzazione è stata effettuata insieme alla Luiss Business School di Roma. Nell'edizione iniziata nel 2010 hanno partecipato 15 tra Funzionari e Quadri Direttivi del Gruppo. Si è poi concluso un percorso formativo specifico per coloro che nel Gruppo si occupano di Formazione. Il progetto, dal titolo "Train The

Trainer”, ha costituito l’occasione per inaugurare ufficialmente le aule di UGF Corporate University a Bologna, presso la nuova sede di Porta Europa. Uno dei focus del 2010 è stato il progetto Solvency II, alla cui realizzazione partecipano vari enti universitari. La prossima entrata in vigore di tale normativa ha reso necessaria la progettazione di un piano formativo ad hoc, destinato a coinvolgere fasce sempre più ampie di popolazione aziendale.

Nel 2010 è stato anche realizzato un percorso formativo in materia di Previdenza Complementare, finalizzato all’acquisizione dei requisiti di professionalità stabiliti dal Decreto Ministeriale Lavoro 15 maggio 2007 n. 79 e dedicato ai soggetti che svolgono funzioni di amministrazione, direzione e controllo delle forme pensionistiche complementari presenti nel Gruppo, sia appartenenti alle Organizzazioni Sindacali, sia come persone segnalate direttamente dall’Azienda.

Tra le convenzioni in essere con enti universitari, finalizzate alla progettazione di percorsi di alta formazione o alla compartecipazione a progetti di ricerca, emergono quelle con l’Università di Bologna e la Fondazione Alma Mater; con esse, in particolare, la Fondazione Unipolis (Fondazione d’impresa del Gruppo) supporta i progetti di ricerca dell’ateneo bolognese realizzati da giovani ricercatori su ambiti di comune interesse; altre iniziative sono svolte in collaborazione con l’Alma Mater Graduate School e la Business School Mib di Trieste. Nell’ambito delle trattative per il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale, è stato presentato un accordo aperto con l’Università Telematica Guglielmo Marconi, prima università online in Italia, che prevede per i dipendenti del Gruppo e per i loro familiari la possibilità di accedere, a condizioni economiche particolarmente favorevoli, a corsi di laurea in discipline economico-giuridiche. Tali corsi, possono essere seguiti a distanza, ottimizzando quindi i tempi dedicati allo studio, mentre gli esami di profitto possono essere sostenuti in una delle città in cui sono ubicate le sedi dell’Ateneo.

10.2.2 L’inserimento dei giovani

Prosegue l’esperienza di **Progetto Vivaio**, un’iniziativa che caratterizza ormai da tre anni il Gruppo. Nato nel 2008, Progetto Vivaio si pone la finalità di inserire neo laureati o dotati di Master, con un buon livello di potenziale e con il possesso di specifiche caratteristiche personali, quali adattabilità, affidabilità, disponibilità e attitudine alla relazione. Le persone coinvolte, dopo un attento processo selettivo, sono inserite inizialmente con un contratto di stage della durata di 6 o 12 mesi, a seconda delle posizioni organizzative in cui vengono inserite e successivamente valutate per un contratto di assunzione a tempo indeterminato. Il Gruppo, attraverso questo progetto, mira a curare il percorso professionale dei giovani attraverso momenti formativi e di sviluppo. Nel 2010 sono stati attivati 27 percorsi Vivaio, che portano a 69 il totale delle attivazioni nel triennio.

Si è riconfermato l’interesse del Gruppo verso l’istituto del **tirocinio formativo** (stage), ritenuto importante occasione di focalizzazione sulle competenze richieste dalle varie posizioni aziendali, rinforzata anche attraverso opportuni *assessment*, con costituzione di bacini di candidature sia interne che esterne.

Anche nel 2010 sono state attivate convenzioni di stage con diverse importanti Università:

- Università di Bologna;
- Cattolica Milano;
- Bocconi Milano;
- Luiss Roma;
- La Sapienza Roma;
- Università Federico II di Napoli;
- Università di Firenze;
- Università di Pisa;
- Università di Ferrara;
- Università di Modena e Reggio Emilia;
- Università di Perugia;
- Università di Macerata;
- Università di Palermo.

Inoltre, sono attive anche le convenzioni con il Mib di Trieste, l’Inforcoop, lo Sportello Stage ed Enaip a Milano, il Cuoa di Vicenza e l’Isida di Palermo.

TABELLA 10.1
PROGETTO VIVAIO

	2010	2009	2008	Totale
Donne	13	12	9	34
Uomini	14	16	5	35
Totale	27	28	14	69

Complessivamente, nel Gruppo sono state offerte 46 possibilità di stage, di cui 29 nel comparto assicurativo e 17 in quello bancario.

Anche nel 2010 il Gruppo ha partecipato a due iniziative di incontro tra i giovani neolaureati e il mondo del lavoro: il "Career Day", promosso dall'Università di Bologna e "I giovani e il lavoro", organizzato dalla Luiss di Roma. Questi eventi rappresentano un'occasione per far conoscere la propria realtà d'impresa e per entrare in contatto con i giovani che si affacciano al mondo del lavoro: nelle manifestazioni citate sono stati raccolti, complessivamente, circa 800 curricula.

10.2.3 L'occupazione e il ricambio generazionale

Al 31 dicembre 2010 i dipendenti delle Società del Gruppo erano 7.474, di cui 5.109 nel comparto assicurativo e 2.365 in quello bancario.

L'organico totale, al netto dell'ingresso di Arca e delle sue associate, nel triennio considerato, è cresciuto di 232 unità, corrispondenti a un incremento del 3,4%*. Si può osservare, in controtendenza rispetto all'andamento complessivo del mercato (nel triennio 2007-2009 secondo fonte Ania gli occupati decrescono dello

* Escluse Bnl vita e le società Arca

TABELLA 10.2
DIPENDENTI PER SOCIETÀ

	2010				Totale	2009	2008
	Uomini	inc.%	Donne	inc.%		Totale	Totale
UGF	150	54	130	46	280	417	2.603
UGF Assicurazioni*	1.614	46	1.930	54	3.544	3.357	1.082
Linear	95	25	291	75	386	375	377
UniSalute	103	25	316	75	419	393	365
Navale + Navale Vita	44	47	49	53	93	132	136
Bnl Vita	47	52	44	48	91	87	86
Sgr	2	100	-	0	2	2	4
Arca Assicurazioni**	40	29	96	71	136	-	-
Arca Vita***	38	48	42	53	80	-	-
Arca InLinea	5	10	43	90	48	-	-
Arca Sistemi	22	88	3	12	25	-	-
ISI Insurance	2	40	3	60	5	-	-
Totale comparto assicurativo	2.162	42	2.947	58	5.109	4.763	4.653
UGF Banca	1.412	62	875	38	2.287	2.273	2.215
UGF Merchant	29	56	23	44	52	52	50
UGF Leasing	8	53	7	47	15	12	12
Nettuno Fiduciaria	1	100	-	0	1	1	1
Unicard	7	70	3	30	10	10	10
Totale comparto bancario****	1.457	62	908	38	2.365	2.348	2.288
TOTALE GRUPPO	3.619	48	3.855	52	7.474	7.111	6.941

* A seguito della riorganizzazione e della costituzione di UGF Assicurazioni, avvenuta per incorporazione di Aurora Assicurazioni in Unipol Assicurazioni e successiva modifica di ragione sociale in data primo febbraio 2009, il numero dei lavoratori ha subito variazioni sia per quanto riguarda la holding sia per quanto riguarda la Compagnia stessa. I valori del 2008 costituiscono la somma dei dipendenti delle Società Unipol Assicurazioni e Aurora Assicurazioni.

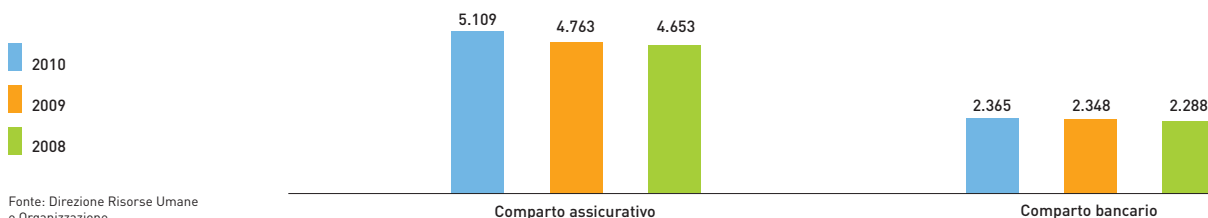
** Le Società Arca Assicurazioni, Arca Vita, Arca Vita International, Arca InLinea, Arca Direct, Arca Sistemi e Isi Insurance sono entrate a far parte del Gruppo il 22 giugno 2010 quando UGF ha acquisito il controllo diretto su Arca Vita e, di conseguenza, quello indiretto sulle altre Società Arca.

*** I dati includono anche Arca Vita International.

**** Il Comparto Bancario include anche la Società Unipol Private Equity Sgr, non indicata in tabella in quanto priva di dipendenti.

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

GRAFICO 10.1
EVOLUZIONE ORGANICI



Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

0,7%), una tendenza alla crescita degli occupati nel Gruppo, lievemente più accentuata nel comparto assicurativo (+ 3,80%) rispetto al comparto bancario (+ 3,37%).

L'analisi del turnover evidenzia lo sforzo compiuto dal Gruppo per assicurare un adeguato sostegno ai propri dipendenti e conferma la rilevanza, sia quantitativa che qualitativa, delle opportunità professionali offerte al mercato. Come si è già rilevato in premessa, si tratta di dati in evidente controtendenza rispetto ai decrementi registrati nelle politiche occupazionali, sia dei mercati assicurativi e bancari, che dell'intero sistema economico e sociale nazionale.

Mobilità e Selezione

Il turnover nel Gruppo, costituito anche da numerose possibilità di sperimentare percorsi professionali diversi anche tra le Società del Gruppo, favorisce concrete prospettive di crescita professionale. In quest'ottica, la mobilità interna viene considerata anche come opportunità di valorizzazione concreta delle competenze interne.

Per quanto attiene alla selezione, nel corso del 2010 il Gruppo ha ricevuto oltre 39.000 curricula e sono stati effettuati 1.504 colloqui, integrati da 48 sessioni di *assessment* (di cui 32 nel comparto assicurativo).

TABELLA 10.3
IL TURNOVER
DEL PERSONALE*

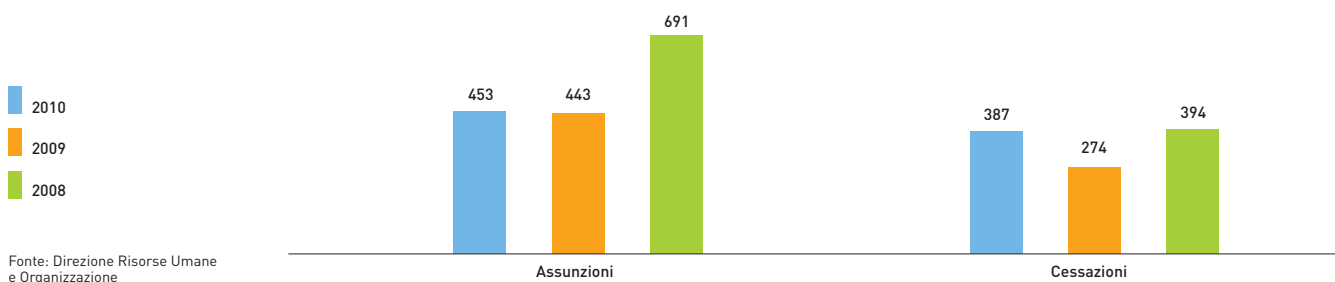
	Totale Gruppo			Comparto assicurativo			Comparto bancario		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Assunzioni	453	443	691	275	247	245	178	196	446
Cessazioni	387	274	394	226	136	267	161	138	127
Differenza	65	169	297	48	111	-22	17	58	319
Indice Turnover**	11,8%	10,2%	15,8%	10,6%	8,2%	11,2%	14,3%	14,2%	25,0%

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

* Al lordo dei passaggi infragruppo

** Esprime il rapporto tra la somma delle assunzioni e delle cessazioni e il totale dell'organico

GRAFICO 10.2
IL TURNOVER



Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

TABELLA 10.4
LA MOBILITÀ
INFRAGRUPPO

	2010	2009	2008
Comparto assicurativo	731	256	328
Comparto bancario	502	456	506
Mobilità infragruppo	262	98	229
Totale	1.495	810	1.063

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

10.3 IL RAPPORTO CON LE ORGANIZZAZIONI SINDACALI

Nel solco della tradizione del Gruppo, particolare attenzione viene da sempre riservata alle relazioni sindacali, nell'intento di favorire un dialogo sociale costruttivo e partecipato. Le Organizzazioni Sindacali costituiscono, per il Gruppo, l'interlocutore di riferimento con cui mantenere aperto un continuo confronto che favorisca, nel rispetto dei reciproci ruoli, la costante ricerca delle migliori condizioni di lavoro per tutti i dipendenti.

Il 2010 è stato l'anno in cui contestualmente si sono avviate le discussioni per il rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale e di quello Integrativo Aziendale. A giugno, infatti, le Organizzazioni Sindacali aziendali hanno presentato la **piattaforma** per il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale del comparto assicurativo, mentre quello Collettivo Nazionale è scaduto il 31 dicembre 2009. Nella seconda parte del 2010 sono quindi stati avviati i **confronti sindacali** a tutti e due i livelli di contrattazione, aziendale **Cia** (comparto assicurativo e bancario), e nazionale **Ccnl**.

Sono in atto anche le attività necessarie a realizzare, entro il primo semestre del 2011, un unico **Fondo Pensione, per il comparto assicurativo e per quello bancario, prevedendo**

altresì di realizzare, in concomitanza con il rinnovo del Cia per il comparto assicurativo e per il comparto bancario, un'unica **Cassa di Assistenza**.

L'azienda ha, inoltre, fornito alle Organizzazioni Sindacali tutte le informazioni opportune nei tempi stabiliti. Nel corso del 2010 si sono tenuti 87 incontri sindacali, che hanno riguardato principalmente:

- informazione sul Piano Industriale 2010-2012 e conseguente confronto sui cambiamenti organizzativi nelle varie Direzioni;
- accordo per il conferimento di Navale in UGF Assicurazioni;
- avvio delle trattative per la definizione di un unico Contratto Integrativo Aziendale comparto Assicurativo;
- avvio del confronto per armonizzare progressivamente le condizioni contrattuali delle imprese Arca con quelle delle altre compagnie assicurative del Gruppo;
- trattativa per il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale Banca;
- confronto sulla razionalizzazione della rete filiali bancarie;
- accordi per il finanziamento Fondo Fba di iniziative in termini di formazione e pari opportunità.

TABELLA 10.5
ADESIONE AL SINDACATO

	2010	2009
UGF	22,9%	41,4%
UGF Assicurazioni	69,8%	71,0%
Linear	52,1%	52,4%
UniSalute	57,8%	57,7%
Navale+Navale Vita	57,0%	57,1%
UGF Banca	80,8%	76,8%
UGF Merchant	40,4%	32,1%
UGF Leasing	66,7%	83,3%
Totale Gruppo	69,3%	68,8%

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

10.4 IL RAPPORTO CON I DIPENDENTI

10.4.1 La carta d'identità

Nel triennio considerato, l'età media dei dipendenti del Gruppo cresce di 5 mesi, passando dai 42,2 anni del 2008 ai 42,7 anni del 2010.

La scolarità evidenzia e conferma un andamento tendente a valorizzare i titoli di studio di grado più elevato. Il personale con laurea è cresciuto di oltre il 30% dal 2008 al 2010 e di quasi il 7% dal 2009 al 2010, passando da 2.289 unità nel 2008 a 2.978 unità nel 2010.

10.4.2 La comunicazione interna e la partecipazione

Le attività di comunicazione interna di Gruppo sono orientate a fornire ai dipendenti strumenti e metodologie di condivisione di informazioni cruciali per il proprio lavoro. Ciò contribuisce, tra l'altro, a rendere più efficienti i processi organizzativi e a creare le condizioni per una più ampia partecipazione alla vita aziendale e per la

crescita del senso di appartenenza.

Coerentemente con questa impostazione operativa, nel 2010 sono state realizzate numerose iniziative di diffusione dei contenuti del Piano Industriale di Gruppo, con lo scopo di renderlo familiare e accessibile a tutto il personale. Il 15 maggio 2010, presso la Fiera di Bologna, è stato organizzato "2013", un incontro con tutti i dipendenti finalizzato alla presentazione del nuovo Piano Industriale. A questo incontro (riproposto il 17 maggio anche per la rete agenziale), hanno fatto seguito specifici momenti di approfondimento all'interno delle varie Direzioni, Società Operative e strutture aziendali (oltre 50 incontri).

Mosaico, la rete intranet di Gruppo, rappresenta il luogo virtuale al quale tutti i dipendenti possono accedere e trovare informazioni sia di interesse generale (in media una nuova notizia ogni due giorni lavorativi), sia di aggiornamento organizzativo e professionale (con le comunicazioni aziendali emesse dalle Società del Gruppo e con tutti i servizi e implementazioni connesse).

TABELLA 10.6
PERSONALE
PER FASCE D'ETÀ

	Totale Gruppo				Totale comparto assicurativo				Totale comparto bancario			
	2010	2009	2008	var.% 10/09	2010	2009	2008	var.% 10/09	2010	2009	2008	var.% 10/09
fino a 30 anni	917	969	910	-5,37	515	496	404	3,83	402	473	506	-15,01
31-40 anni	2.672	2.620	2.512	1,98	1.713	1.717	1.633	-0,23	959	903	879	6,20
41-50 anni	2.222	2.165	2.099	2,63	1.584	1.544	1.516	2,59	638	621	583	2,74
51-60 anni	1.508	1.471	1.472	2,52	1.155	1.131	1.172	2,12	353	340	300	3,82
oltre 60 anni	155	173	213	-10,40	142	162	193	-12,35	13	11	20	18,18
TOTALE	7.474	7.398	7.206	1,03	5.109	5.050	4.918	1,17	2.365	2.348	2.288	0,72

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

TABELLA 10.7
PERSONALE
PER TITOLI DI STUDIO

	Totale Gruppo				Totale comparto assicurativo				Totale comparto bancario			
	2010	2009	2008	var.% 10/09	2010	2009	2008	var.% 10/09	2010	2009	2008	var.% 10/09
Laureati	2.982	2.788	2.289	6,96	1.869	1.715	1.402	8,98	1.113	1.073	887	3,73
Diplomati	4.096	4.146	3.640	-1,21	2.948	2.985	2.536	-1,24	1.148	1.161	1.104	-1,12
Licenza media/elementare	293	377	612	-22,28	222	298	532	-25,50	71	79	80	-10,13
Altri titoli	103	87	665	18,39	70	52	448	34,62	33	35	217	-5,71
TOTALE	7.474	7.398	7.206	1,03	5.109	5.050	4.918	1,17	2.365	2.348	2.288	0,72

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

I "numeri" di Mosaico nel tempo, sono divenuti esponenzialmente rilevanti:

- 180 news pubblicate nel corso del 2010;
- 525 e-mail inviate nel corso del 2010.

Ulteriori risultati dell'attività di Mosaico, possono essere così sintetizzati:

- oggetti complessivamente presenti su Mosaico: 4.389;
- visite totali nei dodici mesi: 6.061.688, pari a una media di 842 visite pro capite e circa 3 visite al giorno pro capite;
- visualizzazioni di pagina nel periodo: 11.060.012, pari a una media di 1.536 visualizzazioni di pagina pro capite e circa 6 pagine al giorno pro capite.

La partecipazione dei dipendenti alle attività del Gruppo ha caratterizzato nel corso dell'anno il successo di numerose iniziative, alcune organizzate per l'occasione, altre ormai entrate a far parte delle tradizioni aziendali.

Tra i primi, il **15° anniversario di UniSalute** (festeggiato il 15 ottobre 2010 con una serata a sfondo sportivo a valenza motivazionale) e il Concorso "**Sicurstory**". Quest'ultimo, promosso da Fondazione Unipolis/Sicurstrada e rivolto ai dipendenti, agli agenti e al personale delle agenzie delle Società del Gruppo, si è sviluppato come concorso letterario finalizzato a riflettere e far riflettere sulla sicurezza stradale: le otto storie selezionate, sono state utilizzate per la realizzazione di cartoni animati volti a promuovere comportamenti virtuosi alla guida. La premiazione si è svolta il 18 ottobre 2010. Tra i momenti più tradizionali, gli appuntamenti annuali del concorso fotografico "Foto di Gruppo" e della "Borsa di studio Grazia Fortuna Mascolo". Il primo, che per il 2010 ha avuto per tema "Grandi azioni in piccoli gesti", si è rivolto a dipendenti, agenti, subagenti e personale di agenzia: dalla selezione del numeroso materiale pervenuto è stato poi realizzato il calendario da tavolo 2011 distribuito a tutti i collaboratori del Gruppo.

La Borsa di studio "UGF-Grazia Fortuna Mascolo", giunta alla sua XI edizione, eroga annualmente cinque riconoscimenti ai figli scolasticamente meritevoli di dipendenti e agenti, confermando l'attenzione che il Gruppo riserva alle famiglie dei propri collaboratori e alle nuove generazioni.

Attenzione e cura anche verso i nuovi ingressi nel Gruppo: a questo proposito è in fase di progettazione un **welcome kit**, strumento rivolto a neoassunti e neoassunte, utile sia per fornire

indicazioni su temi di carattere gestionale/amministrativo riguardanti il rapporto di lavoro e sullo stile e cultura aziendali, sia per veicolare, facilitando l'inserimento in una nuova realtà lavorativa, i "pilastri" fondamentali del Gruppo (Codice Etico, Carta dei Valori, Carta per le pari opportunità, ecc.).

10.4.3 Dalla tutela della salute e sicurezza alla Prevenzione

A sostegno della sicurezza e della salute dei lavoratori, oltre alle attività considerate di routine, quali i sopralluoghi di controllo degli ambienti e la sorveglianza sanitaria, la Funzione Sicurezza ha sviluppato nuove iniziative per il completo adempimento delle leggi di riferimento recentemente rinnovate (il Testo Unico sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro-D.Lgs. 81/2008 con le sue successive modificazioni e integrazioni).

Le attività per estendere la valutazione di rischio anche ai fenomeni dello *stress da lavoro-correlato* (art. 28 del decreto) e per realizzare un *modello certificato di gestione e organizzazione della sicurezza* (art. 30) completano gli adempimenti previsti dalla legge.

Alle iniziative specifiche di sostegno della salute dei lavoratori vanno legate le **campagne di prevenzione**, quest'anno organizzate con l'ausilio delle infrastrutture di presidio (infermerie aziendali, centri convenzionati e rete di servizi erogati da UniSalute che ha collaborato con la Funzione Sicurezza). Le proposte hanno così potuto raggiungere tutti i lavoratori delle principali sedi e anche quelli degli uffici sul territorio.

Si conferma così l'impegno del Gruppo non solo al rispetto della normativa vigente, ma anche all'applicazione in concreto di quanto dichiarato nella Carta Valori in termini di responsabilità sociale.

Organizzazione e gestione della sicurezza

In conseguenza ai cambiamenti organizzativi del Gruppo è stato rivisto il sistema delle nomine e delle deleghe per le figure aziendali responsabili della sicurezza (Datore di Lavoro e suoi Delegati). Si sono confermati la struttura del Servizio Prevenzione e Protezione, dei

Rappresentanti dei lavoratori e gli incarichi ai Medici Competenti e ridefiniti i contratti di servizio che consentono alla Funzione Sicurezza di operare anche per conto delle altre società del Gruppo.

Così facendo, si è ulteriormente consolidato il presidio di sedi e uffici, al fine di aggiornare le valutazioni di rischio degli ambienti di lavoro ed effettuare la sorveglianza sanitaria secondo la periodicità biennale o quinquennale indicata dalla legge.

Complessivamente nel Gruppo sono stati eletti 31 Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza.

Interventi sugli immobili

In occasione dell'apertura di nuovi insediamenti (per importanza si ricordano: a Bologna, Porta Europa e a Napoli la nuova sede), si è provveduto alla verifica della vivibilità e gradevolezza di uffici e posti di lavoro, valutando con attenzione, d'intesa con la Direzione Immobiliare, anche i parametri impiantistici e logistici, nonché ambientali (microclima, illuminazione, rumore, legionella). Ci si è avvalsi dell'intervento di società specializzate nella rilevazione di tali parametri, in particolare in Linear, UniSalute ed in alcune filiali di UGF Banca, con riscontri sempre soddisfacenti.

Anche i locali degli immobili di Verona in cui hanno sede le Società Arca sono stati oggetto di interventi immobiliari e impiantistici finalizzati a migliorarne l'abitabilità e la sicurezza.

In ogni caso, si è provveduto al controllo ed integrazione dei piani di esodo delle sedi e degli uffici simulando le condizioni di emergenza e verificandone l'applicabilità ed efficienza.

La salute dei lavoratori

I presidi per la salute dei lavoratori fanno capo ai medici del lavoro (nove nel 2010), a ciascuno dei quali è stata affidata un'area territoriale in cui operano per conto di tutte le società del Gruppo, e a tre infermerie presidiate da personale infermieristico, attrezzate con strumentazione e medicinali per attuare interventi di primo soccorso. In tali strutture, operano anche quattro medici consulenti, mediante i quali, oltre alla consulenza specialistica, è stato possibile realizzare direttamente in azienda alcune iniziative di prevenzione mirata.

Il numero delle visite periodiche (2.207 nel 2010) e delle visite specialistiche (185 nel 2010) è, come noto, obbligatorio e direttamente proporzionale al numero dei dipendenti.

Iniziative di prevenzione e tutela della salute

Le campagne di prevenzione mirate e le altre iniziative rivolte alla tutela della salute dei lavoratori, sono diventate ormai un impegno stabile, che affronta ogni anno nuove aree di indagine.

Mentre nel 2009 è stato profuso il massimo sforzo in tema di vaccinazione antinfluenzale, anche per dare una risposta efficace alla contemporanea aggressività dei virus stagionali e di quelli pandemici, ed è stata abbinata la vaccinazione contro l'infezione da pneumococco, nel 2010 si è dato spazio alla prevenzione cardiovascolare, le cui patologie costituiscono a principale causa di mortalità. Con il supporto di UniSalute, che ha messo a disposizione i propri servizi di Call Center, assistenza medica e i centri convenzionati, si è attuata la campagna per il **Test della Sindrome Metabolica**, in grado di valutare il fattore di rischio del lavoratore a contrarre una malattia cardiovascolare negli anni a venire. Ciò ha comportato la necessità di effettuare semplici prelievi ematici nelle infermerie e presso i centri convenzionati, di organizzare una capillare raccolta dati anamnestici dei partecipanti e di produrre, con il supporto di un'applicazione software, un rapporto sullo stato di salute individuale per evidenziare il fattore di rischio cardiovascolare. Per chi ha riportato un rischio medio/alto, lo staff dei medici di UniSalute ha fornito consulenza ed indicazioni per modificare e condurre un più corretto stile di vita (alimentazione, movimento, abitudini).

TABELLA 10.8
SOPRALLUOGHI
SU IMMOBILI

	Numero sopralluoghi
UGF Banca (Filiali e CI)	316
Centri liquidazione Gruppo	66
Direzioni e Altri Uffici	55
Totale sopralluoghi effettuati	437

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

Sono stati 1.346 gli aderenti – oltre ogni aspettativa – dimostrando ancora una volta come la prevenzione della salute realizzata presso la propria sede di lavoro sia particolarmente gradita ed apprezzata dai lavoratori. Inoltre, data la consistenza e tipologia del campione di partecipanti, il riscontro della campagna potrà costituire un utile riferimento statistico anche per la promozione di polizze malattia, consentendo una politica tariffaria scontata per chi si sottopone a controlli preventivi.

Sempre in tema di **prevenzione cardiovascolare**, avvalendosi di medico specialista che opera nella sede di San Donato Milanese, è stata portata avanti un'iniziativa prevenzione di secondo livello (comprensiva di Ecg e visita medica individuale). Tra le ulteriori iniziative di prevenzione si segnalano:

- **vaccinazione contro l'influenza stagionale:** con l'adesione di circa il 10% dei lavoratori (inferiore al precedente 2009, anno di particolare sensibilizzazione della popolazione a causa del pericolo di influenza pandemica);
- **campagna di prevenzione contro l'insorgenza del melanoma cutaneo:** con il completamento nella sede di Bologna della campagna lanciata nel 2008 e condotta in collaborazione con la Lilt (Lega italiana per la lotta contro i tumori);
- **donazione di sangue in azienda:** iniziativa di valore sociale e solidale oltre che di attenzione alla salute individuale;
- **seminari per disincentivare il fumo:** rappresentano il momento strutturato e mirato per sensibilizzare e dissuadere i fumatori più accaniti; una mezza giornata di seminario in cui si fa leva sul convincimento che il fumo è inutile (piuttosto che evidenziare i danni alla salute); a tre anni di distanza dall'inizio dei corsi, il 45 % dei partecipanti dichiara di aver smesso di fumare;
- **indagine Pap-test:** per la prevenzione del tumore della cervice uterina in collaborazione con la Lilt.

TABELLA 10.9
INIZIATIVE DI PREVENZIONE
DELLA SALUTE

	2010							2009	2008
	Bologna	Milano	Padova	Roma	Napoli	Altre sedi territoriali	Totale	Totale	Totale
Vaccinazione Antinfluenzale	250	180	26	42	26	48	572	1.255	780
Sindrome Metabolica	640	124	44	43	32	463	1.346	0	0
Avis	106	81	0	22	0	0	209	182	107
Dissuasione Fumo	29	24	0	0	0	0	53	50	96
Melanoma*	0	0	0	0	0	0	0	1.869*	545
Pap-Test	0	98	0	0	0	0	98	90	96
Prevenzione Cardiovascolare + Ecg	0	91	0	0	0	0	91	43	75
Totale	1.025	598	70	107	58	511	2.369	3.489	1.699

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

* Nel 2009 la campagna è stata condotta in tutte le sedi.

Infortuni sul lavoro

La statistica degli infortuni 2010, comparata con il trend degli ultimi tre anni, conferma una situazione stabile nel numero assoluto di eventi, e comunque in diminuzione se rapportata all'aumento della forza lavoro.

Altrettanto costante è l'incidenza percentuale degli infortuni *in itinere*, in linea con quelli a

livello nazionale, e comunque preponderante rispetto agli infortuni all'interno delle sedi di lavoro.

Nel corso del 2010 è stato migliorato il sistema impiegato nella raccolta dei dati: si dispone ora di una codifica più dettagliata sulle cause e tipologia dell'infortunio ed è stato avviato uno speciale osservatorio di tali indicatori.

TABELLA 10.10
NUMERO INFORTUNI

	2010		2009		2008	
	Totale	<i>In itinere</i>	Totale	<i>In itinere</i>	Totale	<i>In itinere</i>
UGF	4	4	12	10	70	54
UGF Assicurazioni	85	69	60	49	34	27
Linear	6	5	8	8	8	8
UniSalute	6	4	9	8	13	9
Navale	1	1	4	4	6	5
Arca Assicurazioni	4	2	2	2	0	0
Arca Vita	0	0	1	1	1	1
Arca Inlinea	0	0	1	1	0	0
Isi Insurance	1	1	0	0	0	0
UGF Banca	45	34	55	38	43	30
UGF Merchant	0	0	0	0	3	3
UGF Leasing	1	1	0	0	0	0
Totale	153	121	152	121	178	137

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

TABELLA 10.11
GIORNI DI ASSENZA
PER INFORTUNI

	2010		2009		2008	
	Totale	<i>In itinere</i>	Totale	<i>In itinere</i>	Totale	<i>In itinere</i>
UGF	28	28	119	112	949	841
UGF Assicurazioni	1.584	1.263	1.111	1.000	907	734
Linear	97	90	129	129	43	43
UniSalute	29	16	83	73	153	87
Navale	2	2	128	128	184	181
Arca Assicurazioni	263	161	48	48		
Arca Vita	0	0	4	4	15	15
Arca Inlinea	0	0	40	40	0	0
Isi Insurance	5	5	0	0	0	0
UGF Banca	902	654	1.102	640	902	769
UGF Merchant	0	0	0	0	46	46
UGF Leasing	13	13	0	0	0	0
Totale	2.923	2.232	2.764	2.174	3.199	2.716

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

**Formazione dei lavoratori
in materia di sicurezza**

Per la formazione in materia di sicurezza ci si è avvalsi anche della piattaforma e-learning (corso base e corso Dirigenti/Preposti), oltre a uno specifico corso Antirapina ("Le Rapine in Banca") redatto dall'Abi per tutti i dipendenti delle filiali bancarie.

È proseguita, secondo programmazione, la formazione in aula degli addetti alle emergenze, sia per il primo soccorso che per l'antincendio; in particolare è stata completata la formazione degli addetti che operano presso tutti i Clg interessando i responsabili (e comunque almeno due lavoratori per ogni Clg); il programma è stato attuato in stretta collaborazione con la Direzione Sinistri.

I cantieri sulla sicurezza del lavoro

Previsti nel Piano Industriale triennale sono stati avviati due cantieri: la **Valutazione del rischio stress da lavoro-correlato** e il Modello di Organizzazione e Gestione della Sicurezza. In merito al primo, dopo l'esperienza del 2009 con l'indagine sullo stato di stress nei call center, realizzata in collaborazione con il Servizio Sanitario della Regione Emilia Romagna, e allo scopo di adempiere all'obbligo del D.Lgs 81/08 che impone alle aziende di completare le analisi di rischio con la valutazione del rischio stress da lavoro-correlato, è stato costituito un gruppo di lavoro partecipato dai referenti istituzionali (i rappresentanti delle Direzioni assicurativa e bancaria, il servizio di prevenzione e protezione, i medici del lavoro, i rappresentanti dei lavoratori). Oltre alla formazione specifica del Gruppo stesso,

in collaborazione con il partner di consulenza e sulla base delle linee guida del Coordinamento tecnico interregionale (marzo 2010) e del documento della Commissione consultiva permanente del Ministero, è stato realizzato il piano programmatico per il 2011 che prevede un'indagine preliminare (oggettiva) e l'indicazione di eventuali misure correttive. Per quanto riguarda le Società Arca, sono stati intervistati i responsabili di funzione utilizzando la check list predisposta dall'Ispels per la rilevazione dello stress da lavoro-correlato e si è dato corso ai primi interventi emersi dall'analisi sullo stress (corso di formazione sulle gestione delle telefonate conflittuali per il call center; dotazione agli operatori dei sistemi e al personale della reception di allarme portatile personale; interventi di miglioramento del microclima).

Il secondo cantiere, ha l'obiettivo di rendere operante un **Modello di Organizzazione e Gestione della Sicurezza** che possa essere certificato e avere efficacia esimente della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche di cui al D.Lgs 231/01. Si tratta di dare attuazione all'art. 30 del D.Lgs. 81/08 attraverso la certificazione di organizzazione, procedure e processi dell'impianto di sicurezza del lavoro secondo le indicazioni delle linee guida Uni-Inail o Ohsas 18000. Quest'attività, avviata nel quarto trimestre del 2010, interesserà un arco di tempo di due anni. A sua integrazione, si segnala la partecipazione al "Tavolo salute e sicurezza sul lavoro", promosso dalla Fondazione Alma Mater dell'Ateneo di Bologna e sostenuto dalla Fondazione Unipolis, con particolare attenzione al tema dei sistemi di gestione della sicurezza.

**TABELLA 10.12
FORMAZIONE IN MATERIA
DI SICUREZZA**

	2010													2009
	Unipol Gruppo Fin.	UGF Ass.	Linear	UniSalute	Navale	Società Arca	Sgr	UGF Banca	UGF Merchant	UGF Leasing	Nettuno Fiduciaria	Unicard	Totale	Totale
In Aula														
Partecipanti	7	337	6	5	5	40	0	291	0	0	0	0	691	402
Giornate/uomo	12	383	9	6	10	80	0	582	0	0	0	0	1.082	846
Formazione a distanza														
Partecipanti	177	2.434	323	353	0	0	1	3.592	44	16	1	17	6.958	2.779
Giornate/uomo	44	609	81	88	0	0	0	1.086	11	4	0	4	1.927	1.044
Totale partecipanti	184	2.771	329	358	5	40	1	3.883	44	16	1	17	7.649	3.181
Totale giornate	56	992	90	94	10	80	0	1.668	11	4	0	4	3.009	1.890

Fonte: Direzione Risorse Umane
e Organizzazione

Mobilità sostenibile

Le linee guida sulla mobilità che ispirano le azioni delle imprese del Gruppo tendono a:

- coinvolgere sempre più dipendenti nell'utilizzo dei mezzi di trasporto pubblico e delle altre forme di trasporto alternativo all'uso privato dell'auto, con un'azione di sensibilizzazione ad un uso più razionale dell'auto;
- diffondere l'uso della bicicletta per gli spostamenti casa-lavoro, dove ciò è possibile, oltre all'abbinamento treno-bus o treno-bici;
- estendere e diversificare gli spostamenti casa-lavoro, favorendo i mezzi meno impattanti sull'ambiente e sulla comunità e prestando particolare cura al ricovero di tali mezzi nelle stesse sedi di lavoro al fine di ridurre l'impatto sul territorio;
- incrementare, per il futuro, progetti che possano favorire l'uso di car pooling aziendali nonché l'uso di car sharing.

Per le sedi del Gruppo di Bologna sono state rinnovate le **convenzioni** con Atc (Azienda Trasporti pubblici Comunale) e con Fer (Ferrovie Emilia Romagna), con un contributo a carico dell'impresa: gli abbonamenti rilasciati nel corso dell'anno per tutte le imprese del polo bolognese sono stati 180.

I **parcheggi** sono gestiti in modo unitario e centralizzato in tutte le diverse imprese del Gruppo nella zona fiera, a cui si aggiunge un'ulteriore area esterna convenzionata con la società Fiera Parking. I parcheggi assegnati a fine 2010 coprono oltre il 40% del polo direzionale di Bologna e con il completamento della sede di Porta Europa la disponibilità di posti, tra auto e moto, raggiungerà complessivamente le 1.500 unità.

UniSalute dispone di 80 posti auto, di cui dieci riservati a persone disabili, visitatori, e fornitori. Si dispone inoltre di circa 20 posti coperti per il

ricovero di moto e bici.

Linear dispone di circa 35 posti auto tra garage ed area cortiliva interna per i dipendenti e i visitatori, una zona adibita al posteggio con posti per moto e bici, oltre ad un'area esterna di proprietà adibita a parcheggio di oltre 200 posti auto.

Viceversa, per la sede di San Donato Milanese è stata rinnovata la **convenzione** con l'Azienda dei Trasporti Municipali (Atm) e rilasciati 244 abbonamenti a prezzo scontato. Questa convenzione si avvale anche del servizio interno di navetta che collega costantemente la stazione del Metro di San Donato alla sede di lavoro (circa 1,8 km). Dal 13 giugno 2010 è stato migliorato il servizio ferroviario Fs alla stazione di San Donato con frequenza treni ogni mezz'ora sulla tratta Saronno/Lodi; tale servizio è collegato con il terminale di Rogoredo del passante ferroviario. Sono attualmente operativi 102 parcheggi moto/biciclette protetti da pensiline e stalli nell'area retrostante la sede. La disponibilità di posti parcheggio per auto è di 171 auto e 20 moto nel sotterraneo dell'edificio di San Donato e di 200 nel parcheggio a pagamento antistante l'ingresso principale per il quale abbiamo ottenuto una convenzione agevolata per i dipendenti.

Di prossima operatività, il "Progetto Bus-Lavoro", promosso dal Comune di San Donato in collaborazione con la Società Muoversi, vuole superare la criticità del collegamento tra stazione del MM di San Donato e le aziende del territorio che attualmente provvedono in proprio, riducendo i mezzi di trasporto aziendali e contribuendo così ad un minore impatto ambientale. Il Gruppo Unipol ha già sottoscritto la relativa convenzione e il Comune deve procedere al bando pubblico per l'appalto del servizio.

10.4.4 Il Welfare aziendale

Il personale dipendente, in funzione dirigenziale e non, delle Imprese del Gruppo ha la possibilità di aderire sia a un Fondo Pensione sia a una Cassa di Assistenza. Al 31 dicembre 2010 risultavano attivi:

Personale non dirigente delle imprese del comparto assicurativo del Gruppo (a eccezione di Arca):

- **Fondo Pensione delle imprese del Gruppo Unipol;**
- **Cassa interaziendale di Assistenza dei dipendenti delle imprese del Gruppo Unipol.**

Arca:

- **Fondo Pensione: "Arca previdenza Aziende";**
- **Cassa di Assistenza Arca.**

Personale non dirigente delle imprese del comparto bancario del Gruppo:

UGF Banca:

- **Fondo Pensione dei lavoratori Unipol Banca¹;**
- **Cassa di Assistenza: "Assicassa".**

UGF Merchant, Leasing, Nettuno, SGR:

- **Fondo Pensione: "Unipol Insieme";**
- **Cassa di Assistenza: "Assicassa".**

Unicard:

- **Previcoooper Fondo Pensione Contribuzioni;**
- **Fondo Pensione Dirigenti Cooperative di Consumatori.**

Personale dirigente delle Imprese del Gruppo (entrambi i comparti):

- **Fondo Pensione dei dirigenti delle imprese del Gruppo UGF;**
- **Cassa di Assistenza dei dirigenti delle imprese del Gruppo UGF.**

Attraverso Mosaico, i dipendenti iscritti al Fondo Pensione e alla Cassa di Assistenza possono consultare la propria posizione individuale. In particolare, relativamente al Fondo, sono disponibili informazioni riguardo ai versamenti effettuati sia dal singolo dipendente sia dall'azienda (al netto di eventuali anticipazioni usufruite), alle prestazioni minime garantite, alla normativa generale, al contratto, agli statuti, ai regolamenti, oltre alle procedure da seguire in caso di adesione o di cessazione.

Per quanto riguarda la Cassa di Assistenza è possibile, inoltre, verificare quanto è già stato

rimborsato per visite specialistiche e spese odontoiatriche per ciascun dipendente e quanto ancora può essere rimborsato.

Al 31 dicembre 2010 il Fondo Pensione dei dipendenti delle Imprese del Gruppo Unipol e il Fondo Pensione Aperto cui aderisce Arca contavano **4.818 adesioni**, di cui 212 di ex dipendenti che proseguono volontariamente i versamenti. I contributi versati, sia da parte delle imprese che degli iscritti, sono stati pari a quasi **19,7** milioni di euro.

La Cassa di Assistenza dei dipendenti delle Imprese del Gruppo Unipol e la Cassa Assistenza Sanitaria Arca, sempre al 31 dicembre 2010, contavano **4.862 iscritti**. Per l'esercizio 2010 i versamenti sono stati pari a circa **5,4** milioni di euro, di cui oltre 860.000 a carico dei dipendenti.

Le prestazioni erogate dalla Cassa di Assistenza a favore degli iscritti e dei familiari beneficiari, che si realizzano attraverso convenzioni assicurative, hanno riguardato principalmente rimborsi per interventi chirurgici, cure odontoiatriche, visite mediche specialistiche ed accertamenti diagnostici.

In **UGF Banca** la **previdenza complementare** si realizza, sulla base degli accordi collettivi aziendali vigenti, tramite l'adesione al Fondo Pensione dei Lavoratori Unipol Banca. Tale Fondo, istituito in data 23 ottobre 1991, è a contribuzione definita (la prestazione finale è commisurata ai versamenti effettuati e ai rendimenti maturati), a gestione assicurativa ed eroga una pensione aggiuntiva al raggiungimento dei requisiti di legge. Può aderire al Fondo Pensione il personale di UGF Banca assunto con contratto a tempo indeterminato, con contratto di apprendistato professionalizzante e con contratto di inserimento.

Al 31 dicembre 2010 il Fondo Pensione dei Lavoratori di Unipol Banca contava **2.103 dipendenti iscritti**. I contributi complessivamente versati per l'anno 2010 – a carico azienda, a carico dipendente e a titolo di quote di Tfr – ammontano a più di **9,5** milioni di euro.

¹ Il cambiamento di ragione sociale da Unipol Banca a UGF Banca, intervenuto nel corso del 2009, non ha comportato modifiche alla denominazione del "Fondo Pensione dei Lavoratori Unipol Banca", che mantiene tuttora tale denominazione.

Per le altre Società del Comparto Bancario del Gruppo, il numero totale degli aderenti è **53**, così distribuiti:

- UGF Merchant: Fondo Aperto Unipol Insieme 33 iscritti;
- UGF Leasing: Fondo Aperto Unipol Insieme 11 iscritti;
- Unicard: Previcoper Fondo Pensione Contribuzioni 7 iscritti e Fondo Pensione Dirigenti Cooperative di Consumatori 1 iscritto;
- Nettuno Fiduciaria: Fondo Aperto Unipol Insieme 1 iscritto.

In UGF Banca l'**assistenza sanitaria integrativa** viene realizzata tramite l'adesione alla "Cassa di Assistenza Interaziendale Assicassa" alla quale, nel corso del 2010, hanno aderito 2.164 lavoratori, con un ammontare complessivo di versamenti pari a oltre 2,2 milioni di euro.

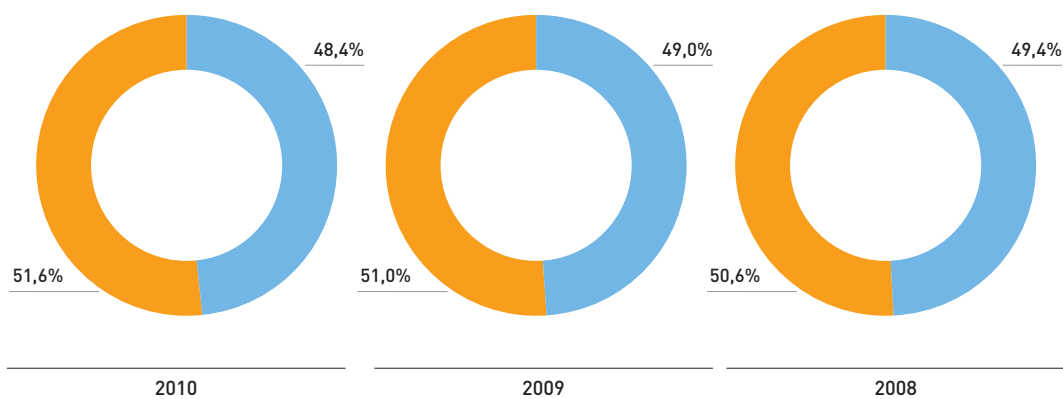
10.4.5 Dal diversity management all'integrity management

Nel Gruppo si conferma la preponderanza dell'occupazione femminile e se ne osserva la crescita di un punto percentuale nel triennio: dal 50,6% nel 2008, al 51,6% nel 2010.

L'analisi dell'inquadramento del personale mette in luce una tendenza alla riduzione del numero dei Dirigenti, compensata da un significativo aumento delle figure professionali intermedie (Funzionari Assicurativi e Quadri Bancari); risentono di minori variazioni numeriche il personale amministrativo e il personale addetto ai call center. Si conferma un trend che vede in aumento il personale femminile in posizioni di responsabilità intermedia (Funzionari e Quadri), in leggero ma costante aumento.

GRAFICO 10.3
LA PRESENZA FEMMINILE
NEL GRUPPO

Maschi
Femmine



Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

TABELLA 10.13
INQUADRAMENTO
PER SESSO

	2010			2009			2008		
	Uomini	Donne	% donne	Uomini	Donne	% donne	Uomini	Donne	% donne
Dirigenti	138	15	9,8	149	16	9,7	139	16	10,3
Funzionari assicurativi e quadri bancari	1.186	374	24,0	1.142	341	23,0	1092	311	22,2
Amministrativi	2.164	2.832	56,7	2.208	2778	55,7	2208	2.681	54,8
Addetti call-center	129	632	83,1	125	639	83,6	117	642	84,6
Totale	3.617	3.853	51,6	3.624	3.774	51,0	3.556	3.650	50,7

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

Quasi il 16% dei dipendenti presta la propria opera lavorativa con orario part-time, tra cui prevale il personale femminile, con un'incidenza di oltre l'86%, confermando l'attenzione del Gruppo verso i dipendenti che, per vari motivi, necessitano di prestare la propria opera lavorativa con modalità temporali ridotte. Specifici accordi sindacali regolamentano la materia.

L'incremento nel 2010 è dovuto all'ingresso del personale di Arca e delle società ad essa associate, per complessivi 43 dipendenti part-time.

Pari opportunità di genere

Fin dal suo costituirsi la Commissione Aziendale Pari Opportunità ha dichiarato il suo impegno declinando in due ambiti la sua attività: Pari Opportunità di **genere** e Pari Opportunità in **contrasto alle disabilità**. Prioritario l'obiettivo che la Commissione ha posto, fin dalla sua istituzione, relativamente alla "cultura" in tema di Pari Opportunità, mirando ad una formazione intesa nella sua accezione di "formazione di genere", di carattere antropologico-culturale e a contrasto degli stereotipi di genere.

L'impegno della Commissione si è indirizzato quindi a fornire un apporto di carattere didattico, orientato alla riflessione e alla consapevolezza della dimensione culturale di tale fenomeno.

Punto di partenza la formazione della Commissione stessa, con lo scopo di rendere coerente e condiviso, fin dalle sue fondamenta, l'impianto del sapere comune in materia.

Consequente a tale ottica, la Commissione Aziendale di Pari Opportunità, ha promosso e promuove iniziative e piani di lavoro rivolte al tema specifico, basandosi su una metodologia anche di carattere sperimentale, diversificata in base ai tempi ed ai contesti cui si inserisce, svolgendo un ruolo consultivo e di impulso per la realizzazione di iniziative concrete che tengano conto di una serie di fattori, fra i quali:

- **fattore temporale:** proposizione di azioni che si strutturano su una tempistica di breve, medio e lungo periodo;
- **fattore operativo:** un intervento rapido e incisivo di risoluzione o attenuazione delle problematiche emergenti durante le varie fasi programmate, intervenendo con soluzioni opportune, nonché di implementazione degli aspetti positivi dell'azione stessa;

TABELLA 10.14
PERSONALE PART-TIME
DEL GRUPPO UGF

	2010					2009	2008
	Uomini	inc. %	Donne	inc. %	Totale	Totale	Totale
UGF	0	0	13	100	13	29	470
UGF Assicurazioni *	43	7,48	532	92,52	575	565	115
Linear	42	19,09	178	80,91	220	226	228
UniSalute	25	12,63	173	87,37	198	187	187
Navale+Navale Vita	0	0	8	100	8	7	7
Bnl Vita	0	0	3	100	3	4	0
Sgr	0	0	0	0	0	0	0
Arca Assicurazioni **	0	0	5	100	5	-	-
Arca Vita	0	0	6	100	6	-	-
Arca In Linea	1	3,33	29	96,67	30	-	-
Arca Sistemi	0	0	2	100	2	-	-
Isi Insurance	0	0	0	0	0	-	-
Totale comparto assicurativo	111	10,47	907	85,57	1.060	1.018	1.007
UGF Banca	8	7,55	98	92,45	106	114	107
UGF Merchant	0	0	3	100	3	2	1
UGF Leasing	0	0	0	0	0	0	0
Nettuno Fiduciaria	0	0	0	0	0	0	0
Unicard	0	0	0	0	0	0	0
Totale comparto bancario ***	8	7,34	101	92,66	109	116	108
TOTALE GRUPPO	119	10,18	1.008	86,23	1.169	1.134	1.115

* A seguito della riorganizzazione e della costituzione di UGF Assicurazioni, avvenuta per incorporazione di Aurora Assicurazioni in Unipol Assicurazioni e successiva modifica di ragione sociale in data 1 febbraio 2009, il numero dei lavoratori ha subito variazioni sia per quanto riguarda la holding sia per quanto riguarda la Compagnia stessa. I valori del 2008 costituiscono la somma dei dipendenti delle Società Unipol Assicurazioni e Aurora Assicurazioni.

** Le Società Arca Assicurazioni, Arca Vita, Arca Vita International, Arca InLinea, Arca Direct, Arca Sistemi e Isi Insurance sono entrate a far parte del Gruppo il 22 giugno 2010 quando UGF ha acquisito il controllo diretto su Arca Vita e, di conseguenza, quello indiretto sulle altre Società Arca.

*** Il Comparto Bancario include anche la Società Unipol Private Equity Sgr, non indicata in tabella in quanto priva di dipendenti.

- **fattore economico:** utilizzo dei fondi messi a disposizione a livello aziendale, territoriale, nazionale ed europeo;
- **fattore intersettoriale:** le azioni rivolte a destinatari specifici, condizionatamente al raggiungimento dei buoni risultati, potranno essere applicate anche ad altri ambiti, tenendo conto delle diverse realtà cui sono indirizzate.

L'attualizzazione di quanto enunciato ha trovato pratica realizzazione in una serie di azioni concrete, tra cui le più rilevanti:

- partecipazione con esito positivo (progetto ammesso a finanziamento) all'Avviso 2/2010 **"Valorizzare le differenze di genere come occasione di sviluppo e benessere organizzativo"** promosso dal Fondo Banche ed Assicurazioni relativo al Piano Formativo sulle Pari Opportunità. Un piano formativo che vede il coinvolgimento di oltre 600 Responsabili strutturato in due ambiti principali: "Generi, stereotipi e Pari Opportunità" e "Organizzazione del lavoro e benessere organizzativo", sviluppato secondo i seguenti obiettivi:
 - riconoscere le situazioni di stereotipi che generano condizioni di ineguaglianza e il percorso di consapevolezza necessario per poterli affrontare;
 - esplorare le pratiche a cui ispirarsi per realizzare le PO e la valorizzazione di genere per rendere consapevole azienda e personale dei reciproci vantaggi (di produzione

- aziendale e di soddisfazione personale);
- stimolare una cultura aziendale del lavoro basata sulla verifica dei risultati, sul raggiungimento degli obiettivi e non solo sul tempo/presenza;
- sostenere il ruolo e la presenza delle donne attraverso un'organizzazione del lavoro che promuova la definizione e la diffusione degli strumenti e modelli di gestione delle risorse umane capaci di favorire la conciliazione vita/lavoro e al tempo stesso ottimizzare la gestione del personale: donne e uomini;
- favorire la diffusione delle conoscenze degli strumenti di flessibilità per donne e uomini.
- fase conclusiva della partecipazione della Holding di Gruppo al progetto **GenerAzione Premio** promosso da Ania per l'assegnazione di un certificato attestante l'impegno aziendale verso le Pari Opportunità, che ha visto le maggiori imprese assicurative confrontarsi su teorie e pratiche adottate in tema di Pari Opportunità. Tali prassi saranno rese pubbliche per una sempre maggior informazione e diffusione sull'argomento, con lo scopo di sollecitare esempi ed emulazione;
- partecipazione al progetto dell'**Asilo interaziendale Filonido**, promosso congiuntamente da Regione Emilia Romagna, Comune di Bologna, Unipol Gruppo Finanziario, Hera, Legacoop, per un servizio di avanzato livello pedagogico, a favore dei dipendenti e della collettività. Il progetto è stato completato e l'asilo aprirà nel settembre del 2011.

EQUILIBRIO TRA ESIGENZE DELLA VITA PROFESSIONALE ED ESIGENZE DELLA VITA PRIVATA

UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO HA POSTO DA TEMPO L'ATTENZIONE VERSO IL TEMA DELL'INTEGRAZIONE TRA ESIGENZE DELLA VITA PROFESSIONALE ED ESIGENZE DELLA VITA PRIVATA. IN QUEST'OTTICA, SONO STATI AVVIATI ALCUNI INTERVENTI - INSERITI NELL'ORARIO DI LAVORO E COMPLETAMENTE GRATUITI - UTILI A SUPPORTARE I LAVORATORI NELLA GESTIONE DELLE INCOMBENZE QUOTIDIANE:

- servizio settimanale di lavanderia in azienda: attivo da oltre un anno, ogni venerdì lavorativo, nella sede di San Donato Milanese ha riscontrato apprezzamenti soprattutto dal personale femminile che costituisce circa l'80% degli utilizzatori;
- consegna di medicinali in azienda, dietro presentazione di ricetta medica o su semplice richiesta per farmaci da banco: a Bologna (tutti i giorni lavorativi) e da quasi un anno anche a San Donato (ogni martedì e giovedì lavorativo), l'azienda offre ai dipendenti la possibilità di ordinare medicinali, telefonicamente o tramite e-mail, a farmacie convenzionate per la pronta consegna;

- presidio infermieristico: l'infermeria di Bologna è presidiata, dal lunedì al venerdì, da un infermiere e da due medici del lavoro e da medico consulente. L'infermeria di San Donato Milanese è presidiata dal lunedì al venerdì da un infermiere, da due medici del lavoro e da due medici consulenti. Pluriennale l'esperienza a Roma dove esiste l'infermeria (non presidiata) e il medico consulente per i dipendenti. Il personale infermieristico effettua per i dipendenti terapie, iniezioni, monitoraggio parametri, medicazioni, consulenze mediche, richieste di ambulanza. A questo si aggiunge il presidio medico specialistico presso l'infermeria di San Donato, dove vengono eseguiti prelievi ematici per analisi da laboratorio e certificati di idoneità all'attività sportiva non agonistica, con elettrocardiogramma, oltre in caso di malessere del dipendente, al servizio di riaccompagnamento al proprio domicilio con autovettura privata.

Impegno sulle disabilità

Proseguono i progetti in collaborazione con la **Fondazione Asphi**, relativi alla valorizzazione professionale delle persone disabili, in un'ottica di miglioramento delle condizioni professionali con l'ausilio dell'informatica. Tra questi, il progetto "Respeaking" prevede un software per il riconoscimento del parlato e ha già avuto la sua attualizzazione pratica nel Gruppo, con l'acquisto e la messa a disposizione di dieci software di ausilio per le disabilità visive ed uditive. Tale collaborazione ha avuto un momento particolarmente significativo con l'attiva partecipazione ad **Handimatica 2010**, convegno-studi annuale di carattere internazionale. In tale occasione il Gruppo ha contribuito con un approfondimento didattico sui temi dell'inclusione sociale e lavorativa dal titolo significativo "*Dal Diversity Management all'Integrity Management*" per il superamento dell'ostacolo della disabilità (e spesso del suo stereotipo) attraverso la valorizzazione personale e professionale della persona disabile. L'idea è basata su una visione strategica orientata al benessere e al successo del business che fa della diversità un'opportunità di integrazione e, dunque, di sviluppo. I benefici per il lavoratore sono riconducibili alla centralità del suo essere persona riconosciuta e valorizzata; per l'azienda, oltre ai benefici legati al miglioramento dell'immagine esterna, va considerata la riduzione dei tassi di assenteismo, il contenimento dei costi legati al turnover, la possibilità di una più efficace gestione dei talenti, nonché il miglioramento del clima aziendale e l'aumento di motivazione del personale. Progettualità future sono indirizzate inoltre ad una collaborazione che utilizzi, sviluppi, ottimizzi

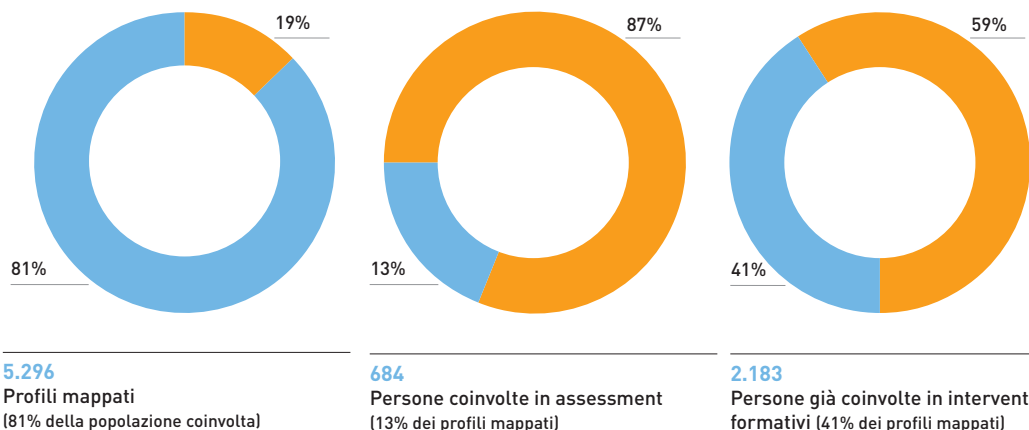
e potenzi le specifiche competenze professionali: per UGF nell'ambito della comunicazione e della formazione indirizzata alla specificità di una proposta lavorativa di inclusione.

Prosegue la collaborazione con **Impronta Etica**. Dalla sottoscrizione della **Carta per le Pari Opportunità e dell'Uguaglianza sul Lavoro**, sono stati sviluppati progetti e piani operativi, con riguardo all'individuazione di obiettivi puntuali e ambiti di intervento, sia rispetto alle questioni di genere che quelle delle diverse abilità. Attualmente sono in fase di elaborazione studi relativi alle politiche di Diversity Management. In particolare il progetto relativo alla "Rilevanza della disabilità in famiglia e l'impatto sul lavoratore e sul suo percorso in azienda", finalizzato al beneficio di tutta la popolazione aziendale in ottica di integrazione vita/lavoro, in una visione allargata e inclusiva del welfare territoriale.

10.4.6 La valorizzazione e la crescita interna

Nel 2010 il processo di mappatura delle competenze (attraverso autovalutazione) è stato sviluppato con attività di approfondimento e di analisi (assessment) con gruppi omogenei di persone appartenenti alla medesima famiglia professionale e di formazione, finalizzate anche a progettare in modo più mirato percorsi di carriera. Gli assessment già realizzati hanno interessato le aree Sinistri, Commerciale, It, Tecnica Danni e Vita, Attuari, Linear, UniSalute, UGF Banca, e ne sono stati realizzati di specifici per coloro che fanno parte di Progetto Vivaio.

GRAFICO 10.4
MAPPATURA COMPETENZE
E CONOSCENZE



La formazione

Il Gruppo ha impegnato anche nel 2010 rilevanti risorse, non solo economiche, al fine di conseguire il prioritario obiettivo di un sempre maggior sviluppo delle competenze e delle professionalità presenti sia nel Comparto assicurativo sia in quello bancario.

Gli importanti mutamenti organizzativi in atto in seno al Gruppo presuppongono non soltanto una pronta risposta in termini di adeguamento delle competenze e dei comportamenti della gran parte dei dipendenti, ma altresì richiedono l'adozione di **piani di "aggiornamento" costante**, in particolare per quei settori, ad esempio l'informatica di Gruppo, che hanno il compito di supportare il cambiamento laddove se ne manifesti la necessità, ma, al tempo stesso,

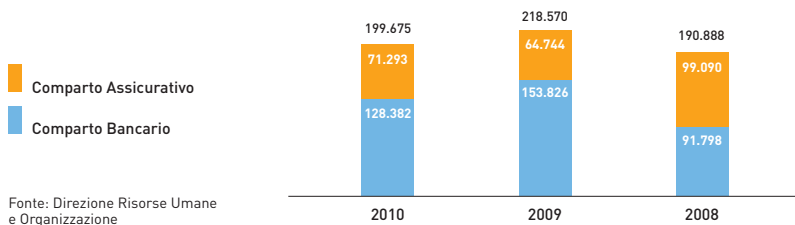
sono chiamati a presidiare le attività fondamentali del business, attraverso gli strumenti e le tecnologie presenti nelle proprie aree di responsabilità.

Oltre alle attività di **formazione tecnico-specialistica**, si sono aperti spazi sempre più ampi per le attività di **formazione sui temi normativi**, finalizzate non solo a collocare il Gruppo all'interno di un'area di "certificato adempimento" delle principali norme che regolano i differenti mercati di riferimento (assicurativo e bancario), ma altresì a concorrere alla diffusione di una consolidata consapevolezza dell'importanza delle regole stesse, rispetto ai comportamenti riferibili all'Azienda e ad ognuno dei singoli soggetti che la compongono.

Nel corso del 2010, dal mese di febbraio, si è portata a compimento l'estensione delle tecnologie legate alla formazione a distanza tramite la piattaforma di e-learning a tutto il personale del comparto bancario, rendendola così disponibile per tutti i dipendenti del Gruppo.

Le attività di formazione e addestramento hanno impegnato il Gruppo nel 2010 per un totale di **25.529 giornate/partecipante**, pari a 199.675 ore. In media sono state erogate circa 27 ore di formazione per ogni dipendente del Gruppo ed il livello medio di soddisfazione del personale per i progetti e le attività formative è stato dell'80%.

GRAFICO 10.5
FORMAZIONE TOTALE ORE
EROGATE NEL TRIENNIO



Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

TABELLA 10.15
PARTECIPANTI PER
TIPOLOGIA DIDATTICA 2010

Categorie didattiche	Numero partecipanti	Donne	% sul Totale	Uomini	% sul Totale
Formazione normativa e procedurale (Fad)	10.883	4.787	44,0	6.096	56,0
Formazione tecnica e specialistica	6.412	2.648	41,3	3.764	58,7
Applicazioni e strumenti informatici	545	274	50,3	271	49,7
Formazione Commerciale	287	227	79,1	60	20,9
Formazione Manageriale (Comparto assicurativo)	610	331	54,3	279	45,7
Formazione Manageriale (Comparto bancario)	286	60	21,0	226	79,0
Totale	19.023	8.327	43,8	10.696	56,2

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

TABELLA 10.16
ORE MEDIE DI FORMAZIONE
PER CATEGORIA
DI INQUADRAMENTO

Inquadramento	2010		2009	
	Totale ore/uomo	Media Ore pro capite*	Totale ore/uomo	Media Ore pro capite
Dirigenti	744	5	2.094	15
Funzionari Assicurativi e Quadri Direttivi Bancari	60.005	38	70.289	51
Impiegati amministrativi e personale di call center	138.926	24	146.186	27
Totale	199.675	27	218.569	31

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

* Escluse Arca Assicurazioni, Arca Vita, Arca Vita International, Arca Sistemi, Arca InLinea, Arca Direct, Isi Insurance.

I sistemi di remunerazione e i sistemi incentivanti

La politica retributiva si conferma una leva fondamentale per Unipol Gruppo Finanziario, che si pone sempre più l'obiettivo di implementare e consolidare sistemi di incentivazione tesi alla valorizzazione della performance individuale e di gruppo, nell'ottica della meritocrazia e della sostenibilità dei risultati nel lungo periodo.

Oltre 8.000 sono stati gli interventi di tipo retributivo effettuati nel triennio, con una vistosa crescita di quelli legati a sistemi di incentivazione su obiettivi specifici, che hanno visto, dal 2009 al 2010, un incremento più che doppio nel numero dei premiati.

Nel 2010 sono stati avviati e ulteriormente estesi **i sistemi d'incentivazione per il personale non dirigente** di tutto il Gruppo **che hanno coinvolto 3.456 persone** (121 in più rispetto al 2009). È stato inoltre finalizzato un apposito **sistema incentivante per i dirigenti**.

Il Gruppo, negli ultimi anni, ha cercato di costruire dei sistemi retributivi e incentivanti sostenibili economicamente e direttamente correlati al risultato economico proprio o delle Società controllate. Nell'ultimo anno sono stati introdotti ulteriori sistemi di incentivazione variabile del personale, con la finalità di creare una sempre maggiore responsabilizzazione

e motivazione al raggiungimento degli obiettivi aziendali, nonché accrescere sempre di più la fidelizzazione.

Nel 2010 sono stati incentivati, con appositi sistemi strutturati:

- le reti commerciali di UGF Assicurazioni e Navale Assicurazioni;
- i liquidatori sinistri di UGF Assicurazioni e Linear;
- gli operatori dei Call Center di UniSalute;
- i gestori finanziari di UGF Assicurazioni;
- l'area Tecnica Danni di UGF Assicurazioni;
- l'area Tecnica Vita di UGF Assicurazioni;
- le reti commerciali di UGF Banca;
- le strutture di Direzione di UGF Banca;
- UGF Merchant.

Per il 2011 è in fase di progettazione un'estensione di tali sistemi anche ad altre strutture di business per favorire maggiormente il conseguimento degli obiettivi indicati dal nuovo Piano Industriale.

Gli obiettivi correlati a sistemi di incentivazione riguardano sia budget economici o volumi operativi, che elementi di natura qualitativa con particolare riferimento alla qualità del servizio erogato a clienti ed agli agenti, oltre a porsi la finalità di misurare il livello di competenza e conoscenza tecnico-specialistica posseduto dai dipendenti, al fine di ottenere utili indicazioni in merito all'attivazione di progetti mirati di formazione e sviluppo.

10.5 L'ORGANIZZAZIONE DEL GRUPPO

È proseguito il processo di riorganizzazione avviato con la nascita di UGF Spa e la successiva costituzione di UGF Assicurazioni, volto ad ottimizzare le strutture del Gruppo anche in funzione dei risultati previsti dal Piano Industriale.

Nel 2010 è stata sviluppata la riorganizzazione delle funzioni di indirizzo e controllo, con la definizione della Direzione Gestione Piano Industriale e Controllo Economico di Gruppo, che ha il compito di supportare la definizione dei piani di Gruppo e l'attuazione dei piani operativi; inoltre, è stato avviato il progetto Solvency II che vede tutta l'azienda coinvolta nella reingegnerizzazione dei propri processi, delle policy di business e dei presidi organizzativi (funzioni e comitati).

La struttura del Gruppo attualmente vede:

- nella Capogruppo le Direzioni con attività di indirizzo strategico, di controllo di Gruppo e quelle di coordinamento tra il polo assicurativo e quello bancario;
- in UGF Assicurazioni tutte le Direzioni con attività indirizzate esclusivamente al polo assicurativo; in particolare nel 2010 è stata definita la prima fase di riorganizzazione dell'area commerciale – oggi collocata per intero nell'assicurazione – che verrà completata nel 2011 a supporto della realizzazione delle iniziative del Piano Industriale.

L'attività di integrazione tra le divisioni Unipol

e Aurora è proseguita su tutte le aree aziendali, in particolare su quelle tecniche, con l'obiettivo, in un'ottica di omogeneizzazione, di adottare processi e strumenti comuni e proseguire nella ricerca della migliore efficienza ed efficacia operativa. Sono infatti proseguite nel corso dell'anno le attività relative allo sviluppo di nuovi applicativi gestionali e alla definizione della nuova struttura organizzativa della Direzione Sinistri, a supporto del continuo miglioramento dell'efficienza e qualità del servizio verso i clienti e reti distributive, mentre la Direzione Danni ha visto un forte impegno nelle attività a supporto del miglioramento della redditività.

Inoltre, sono state avviate le attività relative all'inserimento delle società Arca nel perimetro del Gruppo UGF, con il duplice obiettivo di mantenere le specificità delle Compagnie funzionali al loro posizionamento competitivo, ottimizzandone le potenziali sinergie. Nell'ultima parte dell'anno, sono state definite le attività a supporto dell'integrazione di Navale Assicurazione e della sua rete distributiva in UGF Assicurazioni – operativa dal primo gennaio 2011. Il progetto di integrazione, previsto nel Piano Industriale, è funzionale agli obiettivi di rafforzamento del *core business* assicurativo di UGF Assicurazioni, al fine di conseguire i benefici economici derivanti dal consolidamento di strutture operative separate e dall'ulteriore recupero di efficienza dei processi. Sono state infine definite le attività a supporto all'avvio di Linear Life, il cui lancio è stato effettuato nei primi mesi del 2011.



I CLIENTI



11. I CLIENTI

11.1 IL RAPPORTO CON I CLIENTI

11.1.1 Le persone e le famiglie

Per Unipol Gruppo Finanziario il servizio al cliente è un elemento fondamentale dell'attività d'impresa, ragion per cui si relaziona con i propri clienti in maniera articolata, coprendo con la propria organizzazione un numero crescente di esigenze sia di tipo assicurativo che bancario. Lo stesso Piano Industriale 2010-2012 ribadisce la centralità del cliente, approfondendone le caratteristiche del rapporto ed identificando le linee strategiche di azione per il prossimo triennio.

Sono complessivamente 5,4 milioni i clienti del settore assicurativo, con un lieve calo rispetto al 2009, dovuto in parte all'andamento del mercato, in parte a precise scelte di selezione della tipologia di clienti. A questi, si aggiungono i 481.499 clienti della Bancassicurazione, gli oltre 3,6 milioni di assicurati attivi in UniSalute e i 429.737 clienti di UGF Banca, che confermano il trend di crescita degli ultimi anni.

Il cliente UGF è persona, famiglia, artigiano, libero professionista, piccola e grande azienda ecc. Abita in tutta Italia con una presenza particolarmente significativa sul totale della popolazione nelle regioni del Centro, con punte del 32,4% degli assicurati sulla popolazione in Emilia Romagna, del 23,3% in Toscana e del 25,4% in Umbria, con un

incremento particolarmente significativo rispetto all'anno precedente. Per il resto, l'andamento si mostra sostanzialmente stabile negli anni con il solo decremento significativo nelle Marche, dove comunque rappresenta sempre oltre il 16%.

Quasi il 60% dei clienti "persona" si colloca nella fascia d'età 35-55, il periodo produttivo per eccellenza della vita, con una netta predominanza di uomini (pari al 64% sul totale). Lavorano principalmente sia come dipendenti che come piccoli imprenditori, appartengono prioritariamente alla classe media, hanno un contenuto potere di spesa e una bassa tendenza al rischio. Per questa ragione, la Società ha deciso di offrire, ad esempio, prodotti del ramo Vita che si caratterizzano per premi medi non molto alti, oppure prodotti Auto caratterizzati da una logica di servizio, piuttosto che da caratteristiche di prezzo.

Il cliente di Unipol Gruppo Finanziario è mediamente fidelizzato; in particolare in UGF Assicurazioni oltre un terzo utilizza la Compagnia da oltre dieci anni e il 36% ha almeno due polizze. A conferma della fiducia riposta, inoltre, dall'indagine di customer satisfaction 2010 il 61,7% risulta dichiarare che resterebbe fedele all'azienda anche nel caso in cui il proprio agente cambiasse Compagnia.

TABELLA 11.1
NUMERO COMPLESSIVO
CLIENTI PER SOCIETÀ

	2010	2009	2008
UGF Assicurazioni	4.634.876	4.753.229	4.997.632
Linear Assicurazioni	368.540	348.093	357.640
Navale Assicurazioni	366.026	392.184	321.755
Totale settore assicurativo	5.369.442	5.493.506	5.677.027
Bnl Vita	481.499	594.246	618.635
Totale Bancassicurazione	481.499	594.246	618.635
UGF Banca	429.737	426.618	398.664
UniSalute *	3.633.854	3.671.345	2.857.521

11. I CLIENTI

La bontà del dato è riscontrabile dal confronto con lo standard di mercato (dato dalla media delle risposte alla stessa domanda per le altre compagnie tradizionali), che si assesta sul 57,5%. Infine, nel confermare il trend di crescita dei clienti della Banca si mantiene la significativa

preponderanza dei clienti "persona" (il 98% è del settore retail), ma cresce l'efficacia dell'attività di *cross selling* tra il comparto assicurativo e quello bancario: l'incidenza di conti correnti provenienti da canale assicurativo sfiora il 31%.

TABELLA 11.2
NUMERO CLIENTI PER
REGIONE E SOCIETÀ - 2010

	UGF*	Navale*	Linear*	UniSalute*	UGF Banca*	Totale	Popolazione	%Clienti/ Popolazione
Piemonte	257.749	19.760	24.285	198.870	12.572	513.236	4.214.677	12,2
Valle d'Aosta	9.461	-	239	4.462	951	15.113	119.548	12,6
Liguria	103.230	4.638	9.315	68.045	14.230	199.458	1.571.783	12,7
Lombardia	636.775	30.408	46.782	507.821	39.829	1.261.615	9.032.554	14
Trentino Alto Adige	55.193	2.460	1.362	27.206	857	87.078	940.016	9,3
Veneto	290.963	19.117	41.672	175.656	13.238	540.646	4.527.694	11,9
Friuli Venezia Giulia	75.938	1.127	10.425	37.125	3.252	127.867	1.183.764	10,8
Emilia Romagna	571.936	39.841	88.157	498.629	92.424	1.290.987	3.983.346	32,4
Toscana	350.106	20.389	50.978	348.684	45.308	815.465	3.497.806	23,3
Marche	142.369	8.936	11.253	64.542	10.309	237.409	1.470.581	16,1
Umbria	80.365	4.919	2.311	111.873	10.430	209.898	825.826	25,4
Lazio	475.342	30.649	41.641	268.950	70.419	887.001	5.112.413	17,3
Abruzzo	75.616	8.378	5.073	35.236	4.800	129.103	1.262.392	10,2
Molise	13.586	1.922	176	5.313	-	20.997	320.601	6,5
Campania	281.061	53.902	6.058	79.171	22.563	442.755	5.701.931	7,8
Puglia	217.795	30.015	8.146	80.557	13.075	349.588	4.020.707	8,7
Basilicata	37.826	3.234	952	12.658	913	55.583	597.768	9,3
Calabria	128.911	17.442	2.659	36.755	-	185.767	2.011.466	9,2
Sicilia	289.598	25.961	14.695	86.169	52.631	469.054	4.968.991	9,4
Sardegna	92.804	9.033	2.146	40.669	21.936	166.588	1.631.880	10,2
Esteri	-	-	215	-	-	215	-	-
Non classificato territorialmente	-	-	-	945.463	-	945.463	-	-
TOTALE**	4.186.624	332.131	368.325	2.688.391	429.737	8.005.208	56.995.744	14

Fonte popolazione: censimento Istat 2001, Popolazione residente per regione

* Il dato si riferisce solo ai clienti persone fisiche

** Il totale complessivo non tiene conto dei clienti residenti all'estero e dei clienti non censiti

Fonte: Direzioni Commerciali
e Controllo GestioneTABELLA 11.3
CROSS SELLING

	2010					2009					2008				
	Clienti con 1 polizza	Clienti con 2 polizza	Clienti con 3 più polizze	Totale	Dato medio per cliente	Clienti con 1 polizza	Clienti con 2 polizza	Clienti con 3 più polizze	Totale	Dato medio per cliente	Clienti con 1 polizza	Clienti con 2 polizza	Clienti con 3 più polizze	Totale	Dato medio per cliente
UGF Assicurazioni	2.943.161	1.064.460	627.255	4.634.876	1,6	2.971.177	1.126.224	655.828	4.753.229	1,6	3.254.938	1.141.856	600.838	4.997.632	nr
Navale Assicurazioni	273.177	67.048	25.801	366.026	1,4	284.117	77.562	30.505	392.184	1,4	222.922	66.776	32.057	321.755	1,4
UniSalute *	3.254.883	330.653	48.318	3.633.854	-	3.407.109	242.491	21.745	3.671.345	-	2.742.654	107.129	7.738	2.857.521	-
Linear Assicurazioni	318.194	43.131	7.215	368.540	1,2	298.159	42.742	7.192	348.093	1,2	307.129	43.475	7.036	357.640	1,1
Totale	6.789.415	1.505.292	708.589	9.003.296	1,6	6.960.562	1.489.019	715.270	9.164.851	1,6	6.527.643	1.359.236	647.669	8.534.548	1,5

* Per UniSalute si precisa che le polizze sono prevalentemente coperture collettive e in quanto Compagnia monoramo non è facile approssimare il cliente con più coperture; ciò nonostante nel portafoglio sono presenti 378.971 teste con più di una copertura sanitaria, dettata spesso dal fatto che marito e moglie sono dipendenti di due aziende assicurate entrambe da UniSalute per le prestazioni sanitarie (in tal caso i massimali delle prestazioni previste sono cumulabili così da garantire maggiori opportunità al nucleo assicurato) e dal fatto che è aumentato il numero di polizze integrative alle polizze base erogate da una Cassa o da un Fondo. In base a quanto precede il "dato medio" perde significatività.

Fonte: Direzioni Commerciali
e Controllo Gestione

TABELLA 11.4
I CLIENTI DI UGF BANCA

Numero clienti	2010	inc. %	2009	inc. %	2008	inc. %
Canale Bancario	306.853	71,4	306.108	71,8	288.487	72,4
Canale Assicurativo	122884	28,6	120.510	28,2	110.177	27,6
Totale	429.737		426.618		398.664	
Retail	422.065	98,2	418.875	98,2	372.583	93,5
Corporate	7.672	1,8	7.743	1,8	26.081	6,5
Totale	429.737		426.618		398.664	
Numero Conti Correnti	278.865		265.371		251.150	
di cui da canale assicurativo	86.298	30,9	72.931	27,5	67.623	26,9

Fonte: Controllo di Gestione UGF Banca

11.1.2 Le imprese e le Organizzazioni Socie

Il rapporto tra il Gruppo e il mondo delle imprese si articola attraverso due principali direttrici: la relazione con le Organizzazioni Socie e l'attenzione ai bisogni specifici delle **piccole e medie imprese**, con prodotti dedicati e con servizi di consulenza che le aiutino ad individuare i rischi e le opportune coperture. Quest'ultimo settore rappresenta infatti un'area storica e consolidata di presidio e al contempo una possibilità significativa di incremento del portafoglio sugli altri rami del comparto Danni.

Lo sviluppo di Unipol Gruppo Finanziario, e ancora prima di Unipol Assicurazioni, si è realizzato anche grazie ad una forte relazione con le principali **organizzazioni dei lavoratori dipendenti** (i sindacati confederali Cgil, Cisl e Uil), **dei lavoratori autonomi e delle piccole e medie imprese associate** (Cna, Confesercenti, Cia) e delle **imprese cooperative** (Legacoop), che nel corso degli anni sono entrate nell'azionariato della Compagnia e che, tra l'altro, costituiscono oggi i Consigli Regionali Unipol.

Gli iscritti e le strutture di queste Organizzazioni hanno rappresentato nel tempo, grazie ad un modello commerciale basato sulle convenzioni, un ambito di mercato con un insieme di condizioni e di relazioni favorevoli allo sviluppo del marchio Unipol, vissuta come Compagnia assicurativa dell'economia sociale e cooperativa italiana, al pari di analoghe compagnie europee, in particolare tedesche, francesi e belghe. Questi rapporti hanno dato al Gruppo un profilo molto visibile, "un'anima", creando una sintonia i cui effetti positivi sono quantificabili nello sviluppo fino ad oggi raggiunto sul mercato.

Dal punto di vista del business, le strategie elaborate dal Gruppo per mantenere e coltivare questa tipologia di relazioni si sono sviluppate lungo due direttrici:

- da una parte, l'impegno a definire prodotti di massa con prezzi favorevoli, a condizioni specificatamente rivolte a questo target di riferimento (le convenzioni);
- dall'altra, l'impegno ad offrire alle Organizzazioni Socie prodotti e servizi dal forte valore sociale, strettamente collegato al welfare. Si collocano in questo alveo i fondi pensione contrattuali ed i fondi sanitari.

In merito alle **convenzioni**, nel corso del 2010 il Gruppo ha definito le linee strategiche sulle quali operare per i prossimi anni, in modo da rafforzare il rapporto con le organizzazioni di riferimento e riuscire a rispondere in maniera adeguata alle loro esigenze e necessità.

Nello specifico ponendosi obiettivi quali:

- aumentare la penetrazione sulle attuali convenzioni a livello nazionale, regionale e locale;
- sviluppare nuove convenzioni con ulteriori settori dell'associazionismo;
- aumentare l'attenzione rivolta, nel concordare le convenzioni, ai contenuti di servizio anziché ai differenziali di prezzo;
- identificare prodotti e servizi dedicati agli iscritti/associati, con particolare attenzione ai soggetti più deboli: le imprese in fase di *start up*, le microimprese, le famiglie monogenitoriali, gli immigrati ed i lavoratori autonomi non iscritti ad ordini professionali;
- realizzare prodotti e servizi dedicati in esclusiva per gli iscritti/associati in collaborazione con le stesse Organizzazioni Socie;

- definire convenzioni per i dipendenti e collaboratori, a livello territoriale, delle organizzazioni di rappresentanza dei lavoratori e delle società di servizi ad esse collegate.

All'interno di queste linee guida, assumono un nuovo ruolo i **Consigli Regionali Unipol** (Cru). Nel corso degli anni, lo sviluppo della relazione con le Organizzazioni Socie a livello territoriale, ha avuto effetti positivi per la creazione di un clima favorevole all'attività del Gruppo, seppur con risultati piuttosto diversificati nei singoli territori dal punto di vista dello sviluppo produttivo. Nello specifico, la struttura dei Cru si è occupata di trasformare la relazione in valore aggiunto per il Gruppo (in termini di conoscenza del mercato e delle sue esigenze, finalizzata allo sviluppo dell'attività caratteristica), contemplando, nei suoi compiti, il perseguimento degli obiettivi tanto delle Organizzazioni che del Gruppo. Si è trattato in sintesi di un vero e proprio esperimento originale di coinvolgimento ed inclusione nei processi business delle parti interessate. Partendo da questi presupposti, nel corso del 2010 il Gruppo ha iniziato a definire in maniera specifica il ruolo dei Cru sui territori nei quali esso è presente. Ne è scaturito un percorso, che si svilupperà ed implementerà nel corso del 2011, dal quale emerge come i Cru possano rappresentare

al livello territoriale un elemento importante per definire piani di sviluppo opportunamente declinati.

Aspetto esemplificativo di questa valenza fortemente territoriale dei Consigli è la scelta di modificare la definizione delle convenzioni rivolte alle Organizzazioni Socie. L'obiettivo è quello di andare verso un modello organizzato su due livelli:

- nazionale, nel quale vengono definiti gli ambiti generali dell'accordo;
- locale, volto ad identificare le specificità di ogni area, prevedendo azioni commerciali mirate.

In tal modo, i Consigli Regionali Unipol assumono quella funzione di *Stakeholder management*, coerente con gli obiettivi, le finalità e i valori del Codice Etico e della Carta dei Valori e la riaffermazione di un impegno comune su importanti tematiche di carattere sociale.

Nel corso del 2010 sono aumentati gli incassi provenienti dalle convenzioni stipulate a partire dal livello territoriale con le Organizzazioni Socie "storiche": sindacati, organizzazioni di categoria e Legacoop, in particolare quelle rappresentative delle piccole e medie imprese, mentre sono diminuiti gli incassi provenienti dalle altre convenzioni.

TABELLA 11.5
INCASSI DA CONVENZIONI

	2010		2009		2008
	Importo	var.%	Importo	var.%	Importo
Valori in euro					
Cgil, Cisl, Uil	221.720.369,26	5	210.972.892	-11,78	239.152.103
Cna, Cia, Confesercenti	89.789.064,51	14	78.942.233	-12,28	89.996.871
Legacoop	266.392.109,77	3	257.565.771	-13,40	297.412.370
Altre Convenzioni	55.066.147,90	-18	66.970.917	-4,25	69.941.020
Totale Convenzioni Nazionali	632.967.691,44	3	614.451.813	-11,78	696.502.364

Fonte: Business Unit Commerciale
UGF Banca

11.2 UN'OFFERTA DI QUALITÀ PER UN CLIENTE EVOLUTO

Per garantire sempre un servizio di elevata qualità, attento alle esigenze del cliente, il Gruppo offre: un accesso semplificato ai prodotti e ai servizi; un'informazione chiara e trasparente sull'offerta, nel rispetto dell'etica professionale; una consulenza adeguata e completa nelle diverse fasi del rapporto contrattuale; una risposta tempestiva alle eventuali segnalazioni di anomalie.

L'evoluzione e l'innovazione dei servizi sono mirate alla semplificazione della comunicazione al pubblico e all'integrazione dei canali, in modo da agevolare l'accesso della clientela ai prodotti distribuiti tramite modalità diverse.

I rapporti contrattuali e le comunicazioni ai clienti sono improntati a principi di correttezza e onestà, professionalità, trasparenza e cooperazione nella ricerca delle soluzioni più idonee alle loro esigenze. Le informazioni fornite durante le trattative precontrattuali sono complete, trasparenti e comprensibili, in modo da permettere al cliente di fare scelte di acquisto consapevoli, basate sulla qualità dei prodotti e dei servizi offerti.

In termini quantitativi non si registrano scostamenti significativi nel corso del 2010 rispetto alla distribuzione delle polizze dove si

conferma la netta prevalenza del comparto Danni ed in particolare di quello auto, sul comparto Vita e contestualmente la predominanza dei clienti persone, che rappresentano l'86% delle polizze, sulle aziende. Mentre il 2010 vede una contrazione del 4% delle polizze stipulate dalle persone, restano invariate quelle stipulate con le aziende.

11.2.1 I prodotti per il risparmio

In linea con le caratteristiche del cliente Unipol, la filosofia alla base dei prodotti è quella di salvaguardare il capitale e garantire un rendimento certo: a tal fine nello sviluppo dei prodotti Vita individuali e collettivi viene data grande importanza a quelli con un elevato contenuto previdenziale.

Anche il 2010 ha peraltro confermato la bassa propensione al rischio dei clienti, da cui una maggiore attenzione all'offerta di prodotti basati sul sostegno al rendimento e assistiti da garanzia diretta: protezione del risparmio e sua valorizzazione nel tempo, garanzia di un capitale o una rendita per future esigenze, tutela del futuro dei figli garantendo loro un capitale che

TABELLA 11.6
NUMERO POLIZZE
PER COMPARTO
ASSICURATIVO

	2010					2009				
	Auto	Rami Elementari (non auto)	Rami Danni (Auto + RE)	Rami Vita	Totale (Danni + Vita)	Auto	Rami Elementari (non auto)	Rami Danni (Auto + RE)	Rami Vita	Totale (Danni + Vita)
UGF Assicurazioni	4.458.905	2.667.489	7.126.394	506.877	7.633.271	4.676.913	2.738.073	7.414.986	515.500	7.930.486
Navale Assicurazioni	339.425	162.976	502.401	-	502.401	356.361	176.350	532.711	-	532.711
UniSalute	-	6.845	6.845	-	6.845	-	6.862	6.862	-	6.862
Linear Assicurazioni	420.181	4.635	424.816	-	424.816	400.501	4.258	404.759	-	404.759
Totale	5.218.511	2.841.945	8.060.456	506.877	8.567.333	5.433.775	2.925.543	8.359.318	515.500	8.874.818

Fonte: Direzioni Commerciali e Controllo Gestione

TABELLA 11.7
NUMERO POLIZZE
PER TIPO DI CLIENTE

	2010			2009			2008		
	Persone	Aziende	Totale	Persone	Aziende	Totale	Persone	Aziende	Totale
UGF Assicurazioni	6.126.098	1.000.296	7.126.394	6.401.078	1.013.908	7.414.986	nr	nr	nr
Navale Assicurazioni	449.240	53.161	502.401	491.632	41.079	532.711	404.435	44.800	449.235
UniSalute	2.968	3.877	6.845	3.158	3.704	6.862	3.328	3.094	6.422
Linear Assicurazioni	418.009	6.807	424.816	398.191	6.568	404.759	407.445	7.031	414.476
Totale	6.996.315	1.064.141	8.060.456	7.294.059	1.065.259	8.359.318	-	-	-

Fonte: Direzioni Commerciali e Controllo Gestione

verrà “comunque” corrisposto, ecc. Esempi in tal senso sono alcune tariffe come **Investimento Certo**, **Investichiaro** e **Salvarisparmio**, caratterizzati dalla salvaguardia del capitale versato e la garanzia di rendimento minimo certo.

L'innovazione tecnologica ed i servizi informatici svolgono un ruolo fondamentale nel miglioramento dell'offerta e del servizio.

Per questo, nell'ambito delle iniziative previste nel Piano Industriale 2010-2012, gli interventi dei Servizi Informatici si sono sviluppati secondo due direttrici di intervento principali:

gli interventi tecnologici a supporto della realizzazione delle iniziative delle aree aziendali previste nel Piano Industriale; le azioni a supporto dell'evoluzione dei sistemi informatici di Gruppo e della gestione dell'innovazione tecnologica.

A questo proposito si è proseguito lo sviluppo del nuovo sistema Vita di Gruppo, in tecnologia web e in parte già attivo per l'emissione di nuovi prodotti nell'ambito delle polizze collettive e individuali.

Fra i nuovi prodotti realizzati caratterizzati da importanti innovazioni sia di servizio che tecnologiche si ricorda “UGF Assiconto”, che offre il duplice servizio di conto corrente bancario e di polizza a rendimento minimo garantito. Le caratteristiche innovative di

interfacciamento tecnologico fra i sistemi informatici assicurativi e bancari permettono di spostare in modo flessibile, senza costi aggiuntivi, la liquidità in eccesso sul conto corrente ad un prodotto assicurativo a seconda del raggiungimento o meno di determinate soglie. Questa tipologia di prodotti supporta approcci di medio periodo del cliente Unipol, promuovendone lungimiranti attitudini al risparmio, e valorizzandone maggiormente il capitale. Ad oggi sono 1.166 i prodotti “RendiPiù- Assiconto” distribuiti, la più recente soluzione di questa tipologia per il Gruppo.

11.2.2 La previdenza complementare e i Fondi Pensione

Il rapido e progressivo invecchiamento della popolazione italiana, le dinamiche demografiche (calo delle nascite), ma anche altri fattori quali l'aumento della disoccupazione, il continuo ricorso a contratti di lavoro atipici e temporanei, l'ingresso sempre più posticipato nel tempo dei giovani nel mondo del lavoro, sono tutti elementi che contribuiscono a destabilizzare il sistema previdenziale pubblico basato sul meccanismo “a ripartizione” (i contributi versati dai lavoratori attivi, nel corso dell'anno, vanno a finanziare il pagamento delle prestazioni pensionistiche), un sistema che, giocoforza, non può prescindere dal

IL PRODOTTO UGF FUTURO

NEL MESE DI GIUGNO 2010 LA COMPAGNIA HA RILASCIATO UNA VERSIONE INNOVATIVA DI UN PRODOTTO PECULIARE E DI GRANDE INTERESSE “UGF FUTURO”, UNA POLIZZA CHE MIRA ALLA TUTELA DEL BENESSERE E DELLA SERENITÀ DEI PROPRI FIGLI E NIPOTI, GIÀ A PARTIRE DALLA PIÙ TENERA ETÀ. UN PIANO DI RISPARMIO CHE GARANTISCE UN CAPITALE SICURO E RIVALUTATO, OLTRE AD UN RENDIMENTO MINIMO.

“UGF Futuro” integra in sé la componente di risparmio e quella di protezione attraverso, da un lato, l'accumulo di un capitale utile a soddisfare le necessità future che il minore avrà in età adulta (studio, lavoro, avvio di un'attività, acquisto prima casa, etc.), dall'altro, la salvaguardia del percorso di crescita del bambino fino al raggiungimento dei 19 anni, pur in presenza di eventi traumatici e negativi quali, ad esempio, la prematura scomparsa del genitore.

Tecnicamente è un'assicurazione di capitale differito su due teste (Ragazzo Assicurato e Adulto Assicurato) con rivalutazione annuale del capitale a premio annuo costante con controassicurazione e rendita temporanea di sopravvivenza. In condizione ordinaria al raggiungimento dei 19 anni del bambino/ragazzo assicurato, “UGF Futuro” garantisce l'erogazione del capitale rivalutato, convertibile, se richiesto, in una “Borsa di studio” per 5 anni per supportare gli studi

universitari, e quindi mettere il ragazzo in condizione di investire per il proprio futuro.

La polizza però prevede anche casi di premature disgrazie: nel caso di decesso del bambino/ragazzo assicurato è prevista la restituzione dei premi versati rivalutati (controassicurazione); in quello di decesso dell'adulto assicurato nel corso della durata contrattuale “UGF Futuro” garantisce l'esonero dal pagamento dei premi residui e la corresponsione di una rendita temporanea di sopravvivenza, pari al 20% del capitale maturato liquidabile fino alla ricorrenza annua che precede la scadenza del contratto per il sostegno del minore, fermo restando il mantenimento del capitale assicurato che continuerà a rivalutarsi annualmente.

In un contesto di contrazione del welfare pubblico e di irrigidimento della mobilità sociale “UGF Futuro” si pone quindi come strumento di mutualità intergenerazionale, volto a salvaguardare le generazioni future.

Il prodotto è complesso e ancora in fase di assimilazione da parte della rete agenziale: nell'esercizio 2010 risultano venduti solamente 474 pezzi pari a circa 650mila euro di premi emessi

rapporto tra flussi "in entrata" di contributi versati dai lavoratori e somma delle prestazioni "in uscita" da erogare ai pensionati: i "correttivi" già in essere e quelli *in itinere*, stanno portando e porteranno sempre più, inevitabilmente, all'impovertimento delle prestazioni previdenziali pubbliche, con conseguente crescita delle forme pensionistiche complementari.

Nel 2010 il mercato delle forme pensionistiche complementari, nelle sue diverse articolazioni (Fondi Negoziali, Fondi Aperti e Pip), ha denotato una situazione di sostanziale stasi.

Il rendimento medio ponderato dei Fondi Pensione è stato sostanzialmente in linea con l'andamento dei mercati. In particolare i Fondi Pensione Negoziali hanno avuto un rendimento pari al 3%, mentre il rendimento medio ponderato dei Fondi Pensione Aperti è stato pari al 4,2%.

In questo contesto, è continuata l'attività di consolidamento di Unipol Gruppo Finanziario nel mercato delle forme pensionistiche complementari.

Nel settore dei **Fondi Pensione negoziali** il Gruppo si conferma ai vertici della classifica sia con riferimento al numero dei mandati gestiti sia con riferimento alle masse: oltre 1.500.000 gli iscritti.

A fine 2010, tramite UGF Assicurazioni, gestiva complessivamente 24 fondi, per un totale di 26 mandati, per Fondi Pensione negoziali (di cui 14 mandati per gestioni "con garanzia di capitale e/o di rendimento minimo"). Alla stessa data le risorse complessivamente gestite ammontavano a 2.370,5 milioni.

Nel corso del 2010, oltre ad aver rinnovato alcune convenzioni di gestione, il Gruppo si è aggiudicato altri mandati di gestione.

Con riferimento ai rinnovi di convenzioni già gestite, si evidenziano il Fondo Pensione "Cometa" (mandato con garanzia), il Fondo Pensione "Arco" (mandato bilanciato senza garanzia), il Fondo Pensione "Prevedi" (mandato bilanciato senza garanzia).

Con riferimento all'aggiudicazione di nuovi mandati di gestione si evidenzia il Fondo Pensione "Agrifondo" (mandato bilanciato senza garanzia), la cui gestione comincerà entro il primo trimestre del 2011, e il Fondo Pensione "Gommaplastica" (mandato obbligazionario senza garanzia). Sempre in corso d'anno è invece cessata la gestione del mandato del Fondo Pensione "Previprof" (mandato con garanzia) per effetto dello scioglimento del fondo disposto dall'Autorità di Vigilanza (Covip).

Nel settore dei **Fondi Pensione aperti**, a fine marzo i patrimoni dei fondi "Unipol Futuro", "Unipol Previdenza", "Unipol Insieme", "Aurora Previdenza" e "Bnl Pensione Sicura" hanno raggiunto un ammontare complessivo di 250,81 milioni e 22.429 aderenti.

Nel 2010, risultano emessi complessivamente, (divisione Unipol e divisione Aurora) 5.527 nuovi contratti, per un controvalore di premi di nuova produzione, pari a 12.359.500 milioni di euro: nel solo bimestre novembre/dicembre, grazie al "Mese della Previdenza", il servizio di consulenza previdenziale messo a disposizione da UGF Assicurazioni presso le proprie agenzie, risultano acquisiti 3.449 contratti (il 62% del totale 2010) per un corrispettivo di 8.909.050 euro.

Gli incrementi su base annua, in pezzi e volumi rispetto al precedente 2009, sono rispettivamente del 250% e del 268%, un successo significativo, peraltro al netto dei cosiddetti premi aggiuntivi (versamenti successivi).

UGF Assicurazioni gestisce anche 18 **fondi preesistenti** (ossia istituiti prima del D.Lgs. 124/1993) con un patrimonio totale di 739.467.547,63 di euro

Per quanto riguarda le **forme pensionistiche individuali**, UGF Assicurazioni ha in essere i piani individuali "Unipol Futuro Presente" e "Integrazione Pensionistica Aurora", forme pensionistiche di tipo assicurativo, ossia attuate mediante contratti di assicurazione sulla vita,

FONDI PENSIONE NEGOZIALI GESTITI

AGRIFONDO

Settore agricolo

ALIFOND

Settore alimentare

ARCO

Settore legno

ARTIFOND

Settore artigiano

BYBLOS

Settore carta e grafici

COMETA

Settore metalmeccanico

COOPERLAVORO

Cooperative sociali, edili e metal meccaniche

EUROFER

Gruppo Trenitalia

ESPERO

Comparto Scuola

FILCOOP

Cooperative agricole

FONDAPI

Azienda Confapi

FONDOPOSTE

Poste Italiana

FON.TE

Settore commercio

GOMMAPLASTICA

Settore gomma e plastica

LABORFONDS

Regionale Trentino-Alto Adige

PREVEDI

Settore edile

PREVICOOOPER

Coop di consumo

PRIAMO

Autoferrotramvieri

TELEMACO

Settore telecomunicazioni

SOLIDARIETÀ VENETO

Regione Veneto

operanti in regime di contribuzione definita (l'entità della prestazione pensionistica è determinata in funzione della contribuzione effettuata e dei relativi rendimenti). Le risorse delle forme pensionistiche complementari attuate mediante contratti di assicurazione sulla vita, istituite da UGF Assicurazioni, costituiscono patrimonio separato e autonomo all'interno delle singole compagnie. Anche in questo caso il 2010 ha registrato andamenti positivi, particolarmente nel corso del "Mese della Previdenza".

La gestione separata di riferimento su cui affluiscono i premi versati a "Unipol Futuro Presente" è denominata "PrevidenzaAttiva", mentre quella su cui affluiscono i premi versati a "Integrazione Pensionistica Aurora" è denominata "Integra Aurora".

11.2.3 I prodotti per le aziende

Per le Aziende sono previste apposite coperture per tutelare l'attività professionale e gli interessi dell'impresa, dei collaboratori e dei dipendenti. UGF Assicurazioni propone **Modular**, un programma assicurativo indirizzato all'artigianato e alla piccola e media impresa, con garanzie personalizzabili per ogni singolo settore di attività e **Sicurezza Esercenti**, che comprende fino a otto aree di copertura ed è

adattabile al singolo settore di attività.

Commercio Aurora, è invece la copertura globale per gli esercizi commerciali di UGF Assicurazioni.

UGF Assicurazioni offre anche un programma rivolto all'azienda agricola e agrituristica,

Agrinova, frutto della collaborazione con le principali associazioni di categoria.

Significativo è stato il lavoro effettuato dai sistemi informativi per la divisione Danni (Aziende, Casa, Salute e Auto) per rendere effettivo, con la proposta di prodotti unici – rispetto ai precedenti differenziati per le reti Unipol e Aurora – di UGF Assicurazioni e contestualmente facilitare l'attività in Agenzia e semplificare il rapporto con i clienti. Questo ha portato a razionalizzare i processi emissivi e introdurre nuove funzionalità di preventivazione, basate su nuove modalità di codifica orientate al miglioramento dei processi di costruzione dei nuovi prodotti e realizzare nuove modalità di gestione della sottoscrizione, che hanno consentito di ridurre il numero di firme necessarie e migliorare la raccolta delle informazioni sul cliente, sia sulla gran parte dei prodotti esistenti in portafoglio, sia sui nuovi prodotti unificati.

Alle proposte di UGF Assicurazioni si aggiungono i **Piani sanitari per le Aziende**, predisposti da

IL PROGETTO "WELFARE, ITALIA"

NELL'AMBITO DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO INDUSTRIALE 2010-2012 UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO HA DECISO DI PORSI COME PROTAGONISTA ATTIVO NEL PROCESSO DI RINNOVAMENTO DEI SERVIZI DI WELFARE; CONSAPEVOLE DELLA PROPRIA ESPERIENZA E FORTE DI UNA LEADERSHIP RICONOSCIUTA NELL'ECONOMIA SOCIALE – BASATA SU LEGAMI DI COLLABORAZIONE CONSOLIDATI CON LE ISTITUZIONI, LA SOCIETÀ CIVILE, LE ORGANIZZAZIONI, IL MONDO DEL LAVORO – IL GRUPPO HA SCELTO QUINDI DI PROMUOVERE, CON LA COLLABORAZIONE SCIENTIFICA DEL CENSIS, L'ATTIVAZIONE DI UN LUOGO DI CONFRONTO INDIPENDENTE SUL WELFARE, APERTO AGLI INTERLOCUTORI CHE INTERPRETANO I BISOGNI SOCIALI E LI TRADUCONO IN POLITICHE ATTIVE.

Il Progetto "Welfare, Italia - Laboratorio per le nuove politiche sociali", partendo dalla consapevolezza ormai comune che il mutato contesto sociale, l'evoluzione dei bisogni con nuove domande di tutela, la loro articolazione nel corpo sociale impongono nuove strategie per adeguare le capacità di risposta del sistema, si pone l'ambizioso obiettivo, partendo da una necessaria riflessione sui principi stessi e gli obiettivi di lungo periodo, di contribuire a rimodulare un nuovo assetto delle politiche sociali.

Sotto il profilo metodologico il progetto - che ha preso il via negli ultimi mesi del 2010 - si articola in diverse fasi, con il coinvolgimento di vari interlocutori: è prevista

dapprima un'analisi dello scenario italiano di riferimento (dati demografici ed epidemiologici, di spesa e offerta per i diversi comparti del welfare, ecc.) sulla base di informazioni desunte da colloqui diretti con responsabili di vertice del sistema istituzionale e con autorevoli rappresentanti delle forze sociali, nonché sulla base di dati elaborati dai principali centri studi. Allo stesso tempo sarà attivata una vasta indagine sulla popolazione: a 1.500 famiglie italiane verrà chiesto di descrivere "come è fatto" in concreto il loro welfare oggi, quali sono le loro aspettative o la consapevolezza del futuro, quali le scelte per garantirsi anche in prospettiva livelli di tutela soddisfacenti. Una parte di assoluta rilevanza sarà quindi affidata ad un ciclo di workshop tematici dedicati alla Sanità, alla Previdenza, all'Assistenza e agli ammortizzatori sociali e orientati al coinvolgimento – a porte chiuse – dei principali attori istituzionali e sociali. Il percorso di ricerca e di coinvolgimento delle Istituzioni e delle parti sociali si svilupperà fino alla seconda parte del 2011, per poi concludersi con un convegno pubblico per la discussione dei risultati e delle proposte emerse dal lavoro.

UniSalute in collaborazione con Casse Sanitarie, costituite a norma di legge per offrire coperture sanitarie a favore dei dipendenti delle aziende, con la possibilità di usufruire anche dei vantaggi fiscali previsti dalla normativa vigente.

In questo comparto, UniSalute offre anche servizi personalizzati costruiti ad hoc grazie all'esperienza maturata a diretto contatto con:

- gruppi e aziende di ogni dimensione;
- imprese artigiane;
- banche e istituti di credito;
- istituzioni politiche, istituti di vigilanza;
- associazioni di categoria ed enti previdenziali;
- fondi sanitari integrativi di categoria.

11.2.4 La protezione casa

Per l'assicurazione dell'abitazione i clienti del Gruppo possono usufruire di polizze complete e versatili come **Protezione Abitazione e Assicurazione casa e famiglia** di Linear Assicurazioni e **Protezione mutui e prestiti** per chi ha contratto un impegno economico a lungo termine.

Anche tutti questi prodotti vengono ideati al fine di essere modulari e rispondere così alle esigenze del cliente, soddisfacendo la più ampia gamma possibile di necessità, ma soprattutto aiutandolo ad accrescere la consapevolezza dei propri rischi e delle proprie priorità.

L'offerta a combinazioni, inoltre, semplifica la comprensione delle condizioni di polizza per il cliente: le garanzie incendio e furto sono prestate nella forma a primo rischio. La polizza **ProTetto** esemplifica con chiarezza tale approccio:

- è una multi garanzie, ossia un'unica polizza per coprire i rischi da furto, incendio, responsabilità civile inerenti il nucleo familiare e la sua abitazione;
- è semplice, un prodotto completo con massimali predefiniti dal costo molto competitivo, infatti non è necessario dichiarare l'intero valore dei beni da assicurare ma la Compagnia risponde dei danni integralmente, fino alla concorrenza del massimale assicurato senza applicare la regola proporzionale;
- è arricchita dell'importante servizio di assistenza: servizio gratuito di artigiani per interventi di emergenza.

11.2.5 La protezione salute

Oltre ai prodotti assicurativi classici, a copertura delle spese sanitarie conseguenti a infortunio o malattia, il Gruppo ottimizza le proprie sinergie grazie all'esperienza di **UniSalute**. La Compagnia è infatti leader nel servizio al cliente attraverso l'utilizzo di strutture e professionalità adeguate: 243 operatori telefonici, 28 medici per l'assistenza telefonica, una rete di 214 ospedali e case di cura, 1.743 medici, 1.518 odontoiatri e 1.000 centri psicoterapeutici convenzionati. UniSalute realizza offerte modulabili e personalizzate in grado di rispondere efficacemente alle esigenze del mercato sia in termini di qualità che di sostenibilità economica nel tempo.

I prodotti si caratterizzano quali forme di assicurazione di tipo consulenziale che permettono di personalizzare il contratto con capitali/somme assicurate e garanzia a libera scelta.

Sul campo della prevenzione UniSalute completa la sua offerta con la previsione delle prestazioni odontoiatriche, il programma di prevenzione della sindrome metabolica, una garanzia attiva contro le malattie cardiovascolari e il diabete, e **Salute mia**, un prodotto appositamente pensato per la prevenzione dei tumori per le donne.

Tra i prodotti tradizionali nel 2010 si segnala **PiùSereni**, un programma assicurativo che si articola in 4 aree di copertura che soddisfano esigenze assicurative diverse: da quelle di base (infortuni da circolazione), a quelle più ampie come la copertura 24 ore su 24 che offre la possibilità di scegliere il capitale da assicurare e prevede garanzie a tutela della salute.

11.2.6 I prodotti auto

In linea con quanto previsto nel Piano Industriale il Gruppo si è impegnato per l'ideazione di nuovi prodotti auto con soluzioni innovative e servizi aggiuntivi che combinino efficienza e giusto prezzo.

Unibox, Aurobox e Linearsat, i dispositivi satellitari adottati da tutte le società del Gruppo operanti sul ramo Auto, continuano a essere elementi di punta per l'offerta del settore, consentendo, fra l'altro significativi sconti, sia sulle coperture R.C.Auto che sulle garanzie Incendio/Furto.

Essi rappresentano, di fatto, l'emblema di una politica commerciale orientata a proporre prodotti, corredati da servizi, e non semplici polizze. Su questa linea si posiziona **KmSicuri** il nuovo prodotto del Gruppo che punta sul servizio al cliente con una polizza a consumo declinata su un target preciso di automobilisti, aggiungendo un contenuto di servizio alla tradizionale copertura risarcitoria. La novità sta nell'immediata dotazione sul mezzo dell'assicurato della **blackbox** che in automatico rileva via web i chilometri percorsi.

In media, con una percorrenza inferiore ai 10mila chilometri, il risparmio può oscillare tra il 5% e il 30%. La polizza non è sostitutiva di quelle tradizionali, ma è un'opportunità di risparmio in più offerta al cliente che usa meno il proprio veicolo. Rappresenta, inoltre, un importante incentivo a comportamenti di mobilità sostenibile, trasformando un costo fisso in variabile. Grazie alla tecnologia Unibox, inoltre, è possibile la ricerca del veicolo in caso di furto e accedere al servizio di alert in caso di incidente, 24 ore al giorno per tutto l'anno.

IL PROGETTO "TAGLIACARTA"

ATTIVO DA LUGLIO 2010, IL PROGETTO TAGLIACARTA NASCE DALLA VOLONTÀ DEL GRUPPO UNIPOL DI MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE CONNESSO ALLO SVOLGIMENTO DELLE PROPRIE ATTIVITÀ.

TAGLIACARTA SI STRUTTURA, INFATTI, COME UN VERO E PROPRIO PERCORSO DI DE-MATERIALIZZAZIONE DELLE COMUNICAZIONI TRA IL GRUPPO E I PROPRI CLIENTI, FINALIZZATO AD UN CONSISTENTE RISPARMIO DI CARTA E UNA CONSEGUENTE RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO₂.

La riduzione dell'uso di carta si ottiene attraverso l'introduzione nella nuova polizza UGF Assicurazioni "Km Sicuri" della condizione "Tagliacarta", una formula con cui per ogni contratto stipulato o rinnovato il contraente accetta di ricevere tramite il proprio indirizzo di posta elettronica anziché in forma cartacea le comunicazioni contrattuali. Per ogni cliente che aderisce UGF si impegna a destinare un euro alle amministrazioni locali firmatarie di un apposito protocollo di intesa per la realizzazione di interventi di riforestazione, piantumazione e gestione sostenibile di aree verdi urbane in 30 località distribuite in tutta Italia. Oltre ai 19 tra Comuni e Provincia è partner di progetto anche l'associazione Libera. L'obiettivo del protocollo è di sostenere un programma e una procedura di ricerca di aree che possano ospitare interventi di piantumazione come misura complementare all'abbattimento delle emissioni dei gas effetto serra e, di conseguenza, come contributo all'attuazione del Protocollo di Kyoto.

Il progetto privilegia la creazione di aree alberate in zone urbane fruibili e accessibili ai cittadini, per integrare l'obiettivo di compensazione delle emissioni, solitamente raggiunto con l'acquisto di crediti per progetti di sviluppo di energie alternative in paesi del Sud del mondo, con il miglioramento della qualità dell'aria e dell'ambiente urbano. La piantumazione di giovani alberi assume infatti un'importante valenza: l'albero non solo contribuisce alla lotta contro i cambiamenti climatici, assorbendo anidride carbonica e restituendo ossigeno, ma anche al miglioramento dell'ambiente urbano in termini di vivibilità degli spazi pubblici e della qualità dell'aria. Infatti, piantare un solo albero compensa la produzione di circa 700 Kg di CO₂, pari a quella emessa per produrre un quotidiano con inserto settimanale per un anno. Elemento caratterizzante il progetto è, in primo luogo, la metodologia adottata per la scelta degli spazi dove

realizzare gli interventi fatta con criteri di vicinanza e responsabilità territoriale.

A questo proposito si sottolinea che le aree individuate e proposte dalle Pubbliche Amministrazioni Locali, vengono valutate ed approvate da parte del Comitato di gestione presieduto da UGF, avendo ricevuto le opportune indicazioni gestionali, oltre alla valutazione dell'assorbimento di CO₂ dell'area piantumata.

Il progetto Tagliacarta si caratterizza, inoltre, con un sistema di gestione amministrativa e tracciabilità del progetto volto a rendere omogenee e trasparenti le procedure di allocazione del contributo economico messo a disposizione, in modo da permettere che la realizzazione delle aree verdi sia il più possibile uniforme e misurabile, oltre ad essere opportunamente individuata.

Trasparenza e comunicazione dei progetti sono le parole chiave per sensibilizzare il cittadino-cliente ad azioni di co-responsabilità sui cambiamenti climatici. Per meglio individuare le specie di piante nelle diverse aree (in funzione dell'ecosistema, delle temperature, dell'esposizione alla luce, del tipo di emissioni, ecc.), la metodologia per il calcolo della CO₂ assorbita dai nuovi alberi si basa sul "Method for calculating carbon sequestration by trees in urban and suburban settings", sviluppato dall'*U.S. Department of Energy*, opportunamente adattato alla realtà di riferimento. Tali procedure permettono di rendicontare il flusso informativo sia per quanto riguarda i benefici ambientali che dal punto di vista economico.

A corollario della trasparenza del progetto e di tutte le attività svolte all'interno della filiera, si è scelto di affidare a un ente di parte terza, Bureau Veritas Italia, il compito di validare l'intero percorso, le specifiche tecniche, e la conformità dell'attuazione di tutti i suoi elementi. Il progetto è stato sviluppato ed implementato nel corso del 2010, gli obiettivi che si pone sono di raggiungere 150.000 adesioni come primo target 2011 a partire da un bacino potenziale di circa 3.000.000 clienti della polizza auto UGF su tutto il territorio nazionale, grazie ad un investimento importante di comunicazione e incentivazione da parte della Compagnia.

11.2.7 I prodotti bancari

Nella strategia del Gruppo il ruolo della Banca è quello di ampliare e meglio qualificare l'offerta di servizi e consulenza proposta dalle reti distributive assicurative.

Nel 2010 è proseguito il lavoro di rinnovamento e di semplificazione dell'offerta, in modo da renderla il più possibile aderente ai bisogni dei clienti, sempre più propensi a ricercare soluzioni "su misura", efficaci e adeguate. In tal senso è continuato il lavoro su prodotti e servizi per i clienti retail, volto alla realizzazione di una gamma completa per il mondo delle piccole imprese small business: dai finanziamenti ipotecari che consentono alle Pmi di fronteggiare necessità finanziarie per investimenti produttivi, ai chirografari con specifiche finalità, quali finanziamento scorte o finanziamento 13a e 14a mensilità, finanziamento per ricerca e sviluppo o per investimenti.

Le gamma di prodotti denominata **PiùImpresa**, all'interno della linea Formula Impresa, ha di fatto avuto inizio nel 2009 con la creazione del finanziamento "Linea PiùImpresa" (a breve termine senza vincoli di destinazione e con restituzione del debito tramite presentazione di crediti commerciali) ed è proseguita nel primo semestre 2010 con la creazione del **Conto PiùImpresa**. Tale prodotto, offerto in due diverse tipologie, offre un pacchetto completo di condizioni agevolate relativo al conto corrente, alle linee di credito collegate a breve termine ed ai servizi accessori (*remote banking* e servizi di incasso/pagamento). In corso d'anno sono stati 182 i conti "PiùImpresa" aperti e 91 le operazioni

complessivamente perfezionate per un totale di 11 milioni di euro.

Sempre nell'ambito del sostegno alle imprese e a supporto dello sviluppo industriale del territorio, l'istituto ha sottoscritto una **convenzione con Unindustria Bologna** riservata alle Pmi associate e finalizzata alle esigenze finanziarie di breve periodo: 1 milione di euro il plafond stanziato.

Inoltre, è stata realizzata un'offerta apposita dedicata al mondo dell'agricoltura denominata **Valore Terra**, comparto sinora non presidiato sistematicamente dall'istituto. Le operazioni già erogate relative sono state complessivamente 30 per un totale di 4,1 milioni di euro. **Nuova energia al futuro**, la linea di finanziamenti finalizzata all'acquisto e installazione di impianti fotovoltaici per la produzione di energia elettrica, integra la gamma suddetta: flessibilità nell'erogazione e durata sino a 20 anni hanno consentito di effettuare complessivamente 872 finanziamenti per un totale di 35,128 milioni di euro.

Inoltre, nello spirito di caratterizzare l'Istituto come banca del territorio, il 21 aprile 2010 è stato sottoscritto il rinnovo del **Protocollo di Intesa "Sostegno al reddito dei lavoratori di aziende in difficoltà"**, al quale hanno aderito 11 istituti di credito locali, promosso dalla Provincia di Bologna. L'Istituto ha così confermato la disponibilità ad attivare finanziamenti individuali a costo e a tasso zero ai lavoratori dipendenti o provenienti da aziende in crisi.

Sempre ad aprile, sono state completate le implementazioni necessarie ed è stata resa disponibile alla rete Agenziale di UGF la vendita della **carta Insurance Revolving** di Unicard.

IL PROGETTO "1.000 COOPERATIVE IN TRE ANNI"

IN UN CONTESTO DI SIGNIFICATIVA CRISI OCCUPAZIONALE, CON FUORIUSCITA DAL MONDO DEL LAVORO DI PERSONE QUALIFICATE A FRONTE DI DIFFICILI CONDIZIONI DEL MERCATO DEL LAVORO, E CON UNA DISOCCUPAZIONE GIOVANILE CHE SUPERA IL 30%, LO SVILUPPO DELL'"INTRAPRESA" PUÒ RAPPRESENTARE UN'ALTERNATIVA IMPORTANTE PER MOLTI LAVORATORI.

Lo sviluppo della piccola impresa cooperativa può essere per molte persone un'opportunità per non trovarsi in condizioni di disoccupazione consolidata. Per questo UGF Banca ha attivato nel 2010, in partnership con la Legacoop e con il coinvolgimento del fondo mutualistico Coopfond, il progetto denominato "1.000 Cooperative in 3 anni" che si prefigge di finanziare start up di imprese cooperative o cooperative con massimo 12 mesi di attività (o con 3 anni di attività ma

con fatturato non superiore a 100.000 euro).

Il progetto prevede la finanziabilità fino a un massimo di 100.000 euro per iniziativa, senza vincoli di settore merceologico, di localizzazione territoriale, di tipologia di investimento.

Questi finanziamenti sono assistiti da garanzia del consorzio fidi fino ad un massimo del 50%; il massimale garantito si eleva all'80% nel caso di intervento nella capitalizzazione di Coopfond. I finanziamenti possono avere durata di 60 mesi (più preammortamento che può essere fra i 6 ed i 18 mesi). Il progetto, avviato definitivamente a fine maggio 2010, ha permesso di erogare in soli sette mesi 12 operazioni per complessivi 885.000 euro.

La carta, dedicata ai clienti che intendono rateizzare i premi delle polizze assicurative danni, consente al titolare di effettuare acquisti presso i milioni di punti vendita nel mondo convenzionati con il Circuito Visa.

La Banca ha arricchito, infine, le proprie proposte con una linea dedicata ai minori. L'obiettivo è quello di accompagnare i giovani risparmiatori nella crescita, educandoli al risparmio e supportandone l'accesso alla formazione. La nuova offerta comprende: un libretto di

deposito nominativo denominato **L'Albero** per i minori da 0 a 12 anni; un conto corrente denominato **Idea Young** per i minori dai 13 ai 17 anni abbinato alla possibilità di richiedere una carta Unicard prepagata e ricaricabile; un prestito personale dedicato ai minori (intestatari del libretto o del c/c), destinato a finanziare, a condizioni vantaggiose, esigenze specifiche del target quali ad esempio l'acquisto di testi scolastici, personal computer, vacanze studio, ecc .

11.3 IL SERVIZIO

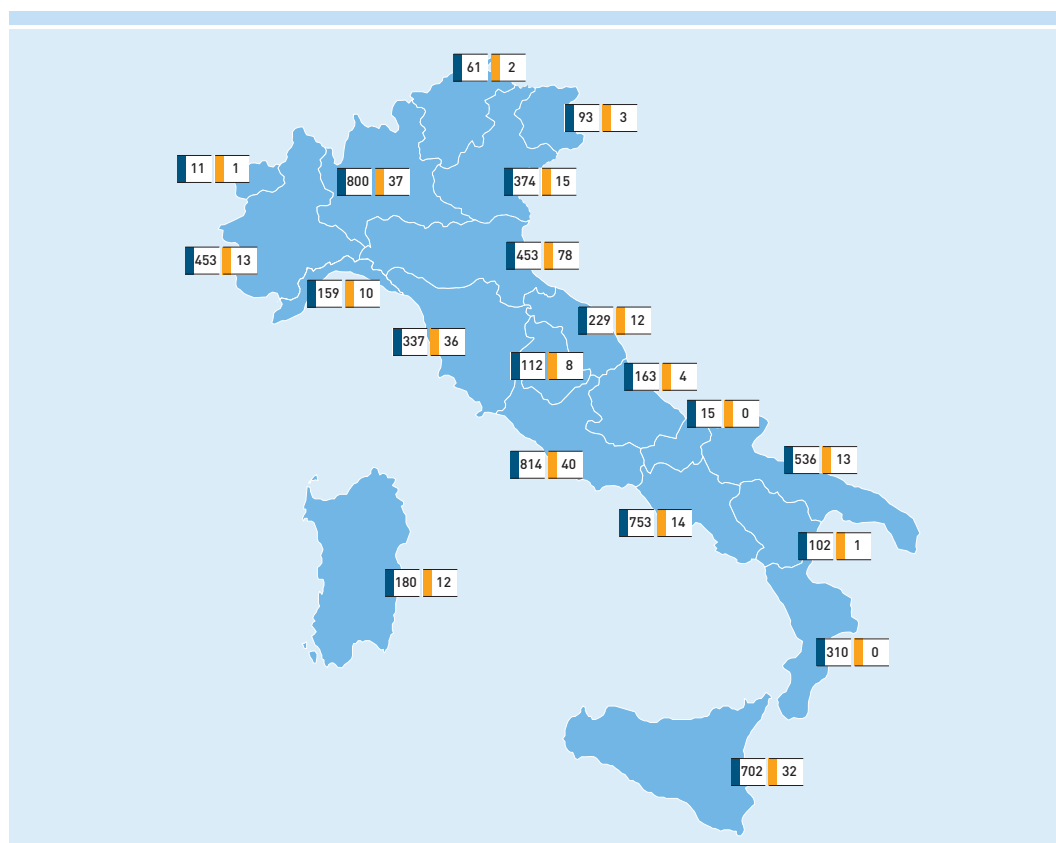
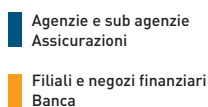
La capillarità dell'offerta

La massimizzazione dell'efficacia del servizio al cliente passa attraverso una rete multicanale e integrata. In particolare il Gruppo, oltre al canale web e telefonico, offre una presenza ben equilibrata sul territorio di agenzie assicurative e filiali bancarie, la cui peculiarità è proprio la sinergia combinata tra le due reti, che consente di potenziare le singole specificità delle imprese che lo compongono.

La rete agenziale, composta complessivamente da 2.101 agenzie private con 4.556 punti vendita, e da 11 agenzie societarie con 249 punti vendita, è formata da strutture "terze" e come tale verrà declinata nella sezione dedicata (cap.12).

La rete bancaria è invece costituita da strutture "proprietarie": 303 filiali presenti su tutto il territorio nazionale, distribuite su 18 regioni e 83 province. Già nel corso del 2009, è stato avviato un processo di riorganizzazione territoriale che

GRAFICO 11.1
LA CAPILLARITÀ
DELLA PRESENZA UGF



ha comportato nel 2010 la chiusura di 5 sportelli con la contestuale apertura di 9 nuove filiali.

Nel corso del 2010, si è completato il processo di riorganizzazione: struttura divisionalizzata (retail e corporate) e consolidamento del servizio alle aziende presso i Centri Impresa (16).

Le aree commerciali della rete bancaria sono divise in zone geograficamente omogenee a quelle della rete assicurativa UGF assicurazioni per consentire il massimo grado di interazione e coinvolgimento tra la struttura assicurativa e quella bancaria sul territorio.

Questa sinergia tra mondo bancario e mondo assicurativo si traduce in un concreto vantaggio per i clienti che possono trovare in un solo punto le risposte a tutte le esigenze bancarie e assicurative. Sono 182 (di cui 4 direzionali) le filiali integrate con altrettante agenzie assicurative UGF Assicurazioni: ossia collocate in locali attigui a quelli degli sportelli bancari. I clienti possono così trovare soddisfazione alle proprie esigenze di natura assicurativa e previdenziale, ma anche usufruire dei servizi bancari. All'interno dell'agenzia assicurativa sono presenti anche promotori finanziari (361 nel 2010) ai quali rivolgersi per una consulenza completa e personalizzata in materia di investimenti. La rete si completa con 28 negozi finanziari che hanno l'obiettivo di incrementare la capillarità sul territorio, offrendo servizi di credito ancora più completi, e 1.586 agenzie assicurative abilitate alla proposizione di prodotti bancari.

Un modello distributivo peculiare che consente di proporre un'offerta completa: prodotti assicurativi ma anche servizi bancari e finanziari che rende la banca del Gruppo realmente presente e attiva sul territorio.

Dal 2010 a tal fine, in occasione del lancio e della commercializzazione dei nuovi prodotti assicurativi, viene erogata adeguata formazione anche alle filiali bancarie e ai promotori finanziari. Complessivamente, per gli addetti della rete sono stati realizzati 22 corsi tecnici sui prodotti assicurativi in 2.420 giornate di formazione, che hanno comportato un totale di 12.343 partecipanti.

Per migliorare il servizio al cliente e l'efficacia della gestione sono stati realizzati inoltre 8 corsi di 306 giornate per complessivi 1.218 partecipanti su temi normativi, tecnici, fiscali ed economici.

11.3.1 La liquidazione dei sinistri

La strategia e la struttura

La liquidazione dei sinistri, sulla base del Piano Industriale 2010-2012, porta UGF Assicurazioni ad impegnarsi su due principali assi:

- il controllo dei costi dei sinistri e dei costi accessori,
- il miglioramento dei livelli di servizio.

In quanto al primo ambito, viene garantita l'attenzione alla sostenibilità economica di una parte molto importante per il Gruppo, da realizzarsi attraverso azioni rivolte a mantenere monitorate le leve di possibili spese (ad esempio riducendo le citazioni e controllando il contenzioso radicato, selezionando e valutando le attività dei fiduciari, ecc.), e a prevenire le possibili frodi attraverso nuovi strumenti automatizzati. Alla stessa stregua, il miglioramento dei livelli di servizio passa sia attraverso la revisione dei sistemi/processi per la gestione dei tempi di liquidazione che per il monitoraggio della qualità del servizio.

Il perseguimento di questi obiettivi strategici viene attuato con una struttura interna che ha visto, nel corso del 2010, aumentare l'attenzione verso la liquidazione a livello territoriale: crescono infatti del 2% i dipendenti che lavorano nei Centri Liquidazione di Gruppo (Clg), a fronte di una diminuzione di quelli dei call center a livello centrale (-8,5%). Con quest'azione il Gruppo risponde all'esigenza di diminuire la distanza fisica/territoriale verso i clienti, declinando a livello di singolo territorio le risposte in maniera migliore (a cui corrisponde anche una minore possibilità di frode) e più veloce. A crescere, in particolare, sono i Clg del Sud, a testimonianza della decisione di Unipol Gruppo Finanziario di investire su questi territori dando seguito all'impegno mutualistico e di attenzione alle esigenze della clientela che caratterizza la sua Missione.

Contestualmente, è fondamentale il ruolo dei Sistemi Informativi che hanno sviluppato nuove funzionalità per migliorare il controllo sui processi di liquidazione ottenendo significativi benefici sui tempi di liquidazione e sul numero di reclami. È stata inoltre effettuata l'analisi delle soluzioni e delle tecnologie disponibili per impostare il progetto di realizzazione del Nuovo Sistema Sinistri di Gruppo, che sarà implementato nel corso del 2011.

Inoltre, è stato completato ad aprile il progetto, iniziato nell'autunno 2009, di rifacimento delle infrastrutture di tutti i Contact Center del Gruppo (Sertel, UniSalute, Linear e UGF Banca) su di una nuova piattaforma comune. La piattaforma unica ha consentito di recuperare i gap tecnologici esistenti sulle vecchie soluzioni e di superare le problematiche operative preesistenti, migliorando la qualità del servizio e riducendo al contempo i costi operativi di funzionamento.

La performance liquidativa

Nel corso del 2010 il Gruppo ha gestito 1.695.931 sinistri, di cui 1.106.849 relativi all'esercizio corrente e 589.082 di anni precedenti. In generale si è avuta una significativa diminuzione

del numero globale dei sinistri denunciati, considerando il trend degli ultimi due anni. Dato significativo è anche quello relativo all'aumento della velocità di liquidazione. Questo risultato è stato possibile grazie al concorrere di due ordini di motivi:

- è cresciuta l'automazione e l'industrializzazione del pagamento dei sinistri, in linea con quanto previsto lo scorso anno nel Piano Industriale;
- si è investito sulla professionalizzazione delle persone destinate a questi processi: il personale dei call center è stato destinato a mansioni maggiormente orientate alla velocizzazione dei processi di pagamento a livello territoriale, smistando così in maniera migliore i carichi di lavoro del centro direzionale.

TABELLA 11.8
DATI SULL'ATTIVITÀ
DI LIQUIDAZIONE

	2010				2009	2008
	UGF Assicurazioni	Linear	Navale	Gruppo	Gruppo	Gruppo
SINISTRI DELL'ESERCIZIO CORRENTE						
Sinistri denunciati	985.741	54.460	66.648	1.106.849	1.201.668	1.203.123
<i>variazione su anno precedente</i>	-9%	2%	4%	-7,9%	0,1%	12,6%
Sinistri eliminati senza seguito	78.795	3.373	4.327	86.495	89.078	126.135
<i>variazione su anno precedente</i>	-4%	3%	22%	-2,9%	-29,4%	35,0%
Sinistri liquidati	668.781	36.297	40.180	745.258	782.534	749.152
<i>variazione su anno precedente</i>	-6%	-1%	11%	-4,8%	4,5%	9,2%
Velocità di liquidazione	73,7%	71,0%	64,5%	73,0%	70,3%	69,6%
<i>variazione su anno precedente</i>	2,91	-2,06	4,71	2,7%	0,8%	-0,8%
SINISTRI DI ESERCIZI PRECEDENTI						
Sinistri in carico a inizio anno e riaperti	519.014	22.358	47.710	589.082	553.916	512.872
<i>variazione su anno precedente</i>	6%	-2%	22%	6,3%	8,0%	4,9%
Sinistri eliminati senza seguito	82.778	2.975	6.648	92.401	113.768	97.643
<i>variazione su anno precedente</i>	-18%	-48%	-4%	-18,8%	16,5%	4,6%
Sinistri liquidati	292.949	14.192	21.305	328.446	274.809	265.496
<i>variazione su anno precedente</i>	19%	14%	36%	19,5%	3,5%	8,7%
Velocità di liquidazione	67,2%	73,2%	51,9%	66,1%	62,4%	63,9%
<i>variazione su anno precedente</i>	4,00%	0,51%	3,55%	3,7%	-1,5%	2,1%

Fonte: Controllo Gestione Sinistri
Direzione Sinistri

TABELLA 11.9
SINISTRI E SINISTRI RCA
LIQUIDATI PER STRUTTURA
LIQUIDATIVA

	2010		2009		2008		var.% 10-09	
	Sinistri	Sinistri R.C.Auto	Sinistri	Sinistri R.C.Auto	Sinistri	Sinistri R.C.Auto	Sinistri	Sinistri R.C.Auto
Da liquidazione territoriale	284.999	123.861	272.218	110.543	260.849	96.316	4,70	12,05
Da call center e liquidazione direzionale risarcimento diretto	318.298	162.730	365.622	197.164	365.084	214.203	-12,94	-17,46
Da liquidazione direzionale specialistica	45.941	1.374	48.990	1.376	48.794	1.098	-6,22	-0,15
Da <i>outsourcing</i> *	2.755	534	7.801	2.156	8.498	3.308	-64,68	-75,23
Da Direzione Linear e controllo liquidativo	93.265	19.919	87.903	7.518	65.927	5.846	6,10	164,95
TOTALE	745.258	308.418	782.534	318.757	749.152	320.771	-4,76	-3,24

Fonte: Controllo Gestione Sinistri
Direzione Sinistri

* Il Gruppo persegue l'obiettivo di realizzare una totale gestione interna dei sinistri. La gestione tramite strutture esterne (*outsourcing*) deriva da precedenti accordi effettuati in fase di assunzione dei contratti che alla scadenza vengono rivisti per realizzare la gestione diretta anche di questa piccola parte.

L'impegno a livello territoriale è confermato dal dato relativo alla liquidazione territoriale, in crescita sia nella liquidazione dei sinistri che in quella dei sinistri R.C.Auto (con una proporzionale diminuzione di quella da call center).

La disciplina di cui all'articolo 149 del Codice delle Assicurazioni Private, che ha iniziato la sua operatività nel 2007, prevede che i danneggiati da un sinistro stradale richiedano direttamente il risarcimento alla propria assicurazione. Nel corso del 2010 è diminuito il numero di sinistri gestiti attraverso il sistema del risarcimento diretto (-10% sulle denunce), invertendo il trend di crescita degli ultimi 3 anni.

Il contenzioso

Il Gruppo si pone, fra gli obiettivi principali nella gestione dei sinistri, quello di evitare quanto più possibile il ricorso all'autorità giudiziaria qualora insorgano eventuali controversie nella gestione della posizione del sinistro. Per questo si impegna per fare in modo di:

- rispettare i tempi imposti dalla normativa in vigore per la trattazione e la liquidazione dei sinistri, improntando il rapporto con i clienti sulla base della correttezza e della trasparenza;
- fornire agli interlocutori informazioni e strumenti per comprendere le posizioni assunte dall'impresa e le motivazioni che ne stanno alla base.

Risulta comunque possibile che, nonostante questi due impegni, si renda necessario il ricorso a procedure giudiziarie. Questo avviene principalmente nel caso in cui si assista a:

- evidenti tentativi di speculazione;
- richieste troppo elevate, senza motivo;
- tentativo di frode;
- altri comportamenti dolosi, con conseguenze che possano essere contrastate solo tramite l'autorità giudiziaria.

A fronte di queste considerazioni, il 2010 si è caratterizzato per un incremento (+14%) del numero delle cause pendenti alla chiusura dell'esercizio. Il dato in crescita non rappresenta comunque una criticità, poiché è il risultato di un forte impegno del Gruppo verso un affinamento della tecnica di rilevazione dei dati, all'interno del processo tecnico di gestione della causa. Questo miglioramento tecnico permette al Gruppo di essere più veloce ed efficiente in una delle prime fasi del processo stesso, con conseguenze positive sull'intera gestione del procedimento.

11.3.2 L'attività antifrode

L'attività antifrode rappresenta un elemento fondamentale della tutela della mutualità assicurativa, operando per ridurre la redistribuzione dell'onere di comportamenti scorretti di alcuni sul complesso degli assicurati: un'efficace attività antifrode concorre infatti ad un corretto contenimento delle tariffe. Per queste ragioni Unipol Gruppo Finanziario si è reso disponibile nel corso dell'anno a concorrere, con informazioni e dati, alle elaborazioni di tipo normativo e organizzativo/gestionale promosse sia dall'Isvap, che dal Parlamento, dove i vertici della Società

TABELLA 11.10
NUMERO SINISTRI RC AUTO
DENUNCIATI E LIQUIDATI

	2010		2009		2008		var.% 10-09	var.% 10-09
	Denunciati	Liquidati	Denunciati	Liquidati	Denunciati	Liquidati	Denunciati	Liquidati
Sinistri Card	366.678	268.609	406.175	278.643	363.958	254.791	-9,7	-3,6
Di cui a 2 firme	218.241	178.997	240.699	185.737	216.790	174.166	-9,3	-3,6
Sinistri No Card	90.889	39.809	94.752	40.115	127.943	66.091	-4,1	-0,8
Totale	675.808	487.415	741.626	504.495	708.691	495.048	-8,9	-3,4

Fonte: Controllo Gestione Sinistri
Direzione Sinistri

TABELLA 11.11
CAUSE PENDENTI ALLA
CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

	2010	2009	2008
UGF Assicurazioni	42.822	38.983	39.328
Linear	1.490	1.269	1.168
Navale	4.337	2.927	2.492
Totale Gruppo UGF	48.649	43.179	42.988

Fonte: Controllo Gestione Sinistri
Direzione Sinistri

11. I CLIENTI

hanno preso parte ad apposita audizione, sia in Senato che alla Camera, fornendo in modo trasparente informazioni sulle proprie strutture dei costi e sollecitando la costruzione di una banca dati nazionale a supporto dei singoli liquidatori.

Nel corso del 2010, per il comparto assicurativo, sono pervenute all'Antifrode 6.182 segnalazioni, con un aumento del 2,4% sul dato del 2009.

Di tali segnalazioni, 968 sono riferite all'attività assuntiva e 5.214 all'attività liquidativa.

Le querele presentate nel 2010 sono state 479, a fronte delle 528 del 2009 [-9%].

Le querele in carico al 31 dicembre 2010 erano 3.002, di cui 2.009 riguardanti il versante assuntivo e 993 quello liquidativo.

I dati del 2010 evidenziano un lieve aumento delle segnalazioni totali, che comunque si assestano sui valori del 2009. Diminuiscono quelle assuntive ed aumentano quelle liquidative. Ciò può essere dovuto anche all'attuale congiuntura economica negativa, che può aver contribuito ad un incremento delle frodi assicurative, con particolare riferimento all'attività relativa alla liquidazione dei sinistri da responsabilità civile da circolazione.

Sono diminuite notevolmente le segnalazioni provenienti dalle Agenzie (-43,5%) mentre sono cresciute significativamente le segnalazioni degli uffici liquidativi, sia decentrati (+8,8%), sia accentrati (+17,3%). Tali segnalazioni, per la loro stessa natura, sono maggiormente supportate

TABELLA 11.12
SEGNALAZIONI PER CANALE
DI PROVENIENZA

	2010	2009	2008	var.% 10/09
Agenzie	521	923	274	-44
Cig	2.630	2.418	1.577	9
Uff. Direzione	1.534	1.308	698	17
Ania e Autorità	1.429	1.176	921	22
Altra provenienza	68	212	154	-68
Totale	6.182	6.037	3.624	2%

Fonte: Registro dell'Ufficio Antifrode

TABELLA 11.13
CASI SEGNALATI
ALL'UNITÀ ANTIFRODE

	Liquidativi			Assuntivi			Totale		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
UGF Assicurazioni	4.244	3.228	2.263	840	738	509	5.084	3.966	2.772
Linear	283	190	122	75	89	47	358	279	169
Navale	687	346	203	53	41	59	740	387	262
Totale	5214	3.764	2.588	968	868	615	6.182	4.632	3.203

Fonte: Registro dell'Ufficio Antifrode

TABELLA 11.14
VERIFICHE SU CASI
SEGNALATI

	2010	2009	2008
UGF Assicurazioni	2.350	2.286	1.606
Linear	44	89	104
Navale	27	40	162
Totale	2.421	2.415	1.872

Fonte: Registro dell'Ufficio Antifrode

TABELLA 11.15
QUERELE PRESENTATE
DALLE COMPAGNIE

	Liquidative			Assuntive		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
UGF Assicurazioni	132	129	98	323	346	195
Linear	1	4	4	8	11	3
Navale	2	16	1	13	22	5
Totale	135	149	103	344	379	203

Fonte: Registro dell'Ufficio Antifrode

da elementi ed indicazioni per svolgere un'azione antifrode approfondita.

Infine, sono aumentate anche le segnalazioni da parte delle Autorità, sia pervenute direttamente, sia tramite l'Ania (+21,5%).

Rispetto alle ragioni che hanno determinato la riduzione delle querele effettuate nel corso 2010 rispetto al 2009, va tenuto conto, oltre al consistente calo dei sinistri denunciati, del fatto che nel corso del 2009 le querele assuntive erano cresciute di circa l'87% e quelle liquidative di circa il 45%, dati difficili da ripetere.

A tale ragione, si può aggiungere il fatto che nel corso del 2010 per alcuni "filoni" di indagine si è puntato principalmente all'obiettivo del ritiro della denuncia di sinistro, privilegiando cioè il mancato pagamento del sinistro rispetto alla presentazione della querela, con conseguente maggiore impegno sul versante dell'attività di indagine.

L'Ufficio Riscontro Coperture Assicurative è stato inserito all'interno dell'Antifrode nel febbraio 2009, per cui si dispone di un dato storico di raffronto in merito agli interventi effettuati; tale Ufficio ha ricevuto nel corso del 2010 circa 750 telefonate da parte delle Autorità e ha effettuato 1.260 riscontri scritti alle Autorità, da cui l'apertura di circa 600 posizioni da gestire e segnalare all'antifrode Assuntiva, 344 delle quali sfociate in querela.

Le querele per falsificazione di documentazione assicurativa sono presentate soprattutto allo scopo di arginare il fenomeno, sempre più frequente, di mancanza di copertura assicurativa obbligatoria. Anche il contrasto di tale fenomeno rappresenta per il Gruppo un importante impegno sul versante del rispetto della legalità.

11.3.3 La gestione dei reclami

Il settore assicurativo

Sul tema della gestione dei reclami, nel complesso l'anno 2010 si è concluso facendo registrare una situazione di sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente: 18.403 i reclami inviati per iscritto alle società del Gruppo UGF, contro i 18.065 del 2009.

Con riguardo alle singole Compagnie, risultano evidenti sia il decremento di oltre 1.000 reclami che si è verificato per UGF Assicurazioni, che gli aumenti del 60% riscontrato in UniSalute e del 15% in Linear Assicurazioni.

Le ragioni degli incrementi vanno ricercate, per Linear Assicurazioni in un aumento dei reclami attinenti la gestione precontrattuale e contrattuale, dovuti essenzialmente ad un incremento nel numero dei preventivi effettuati, mentre per UniSalute sono da ricercare sia nella sostenuta crescita della società e conseguentemente dei sinistri, sia a specifiche e contingenti problematiche relative a Telecom, a seguito di azioni di rinnovamento delle strutture di supporto telefonico, che hanno fatto impennare il numero delle lamentele soprattutto con riferimento al primo trimestre dell'anno. Una volta risolte queste problematiche, gli ultimi due trimestri dell'anno evidenziano il più basso tasso di reclami mai registrato dalla Compagnia. Per contro, il calo di reclami che si registra in UGF Assicurazioni (che incide per più del 60% sul totale reclami presentati) attiene essenzialmente all'area sinistri ed è dovuto anche agli interventi effettuati nel corso del 2010 per il miglioramento del servizio agli utenti.

TABELLA 11.16
RIPARTIZIONE RECLAMI
PER SOCIETÀ

	2010			2009			2008			var% reclami 10/09
	Reclami	Giorni medi risposta	Incid.% società/ totale	Reclami	Giorni medi risposta	Incid.% società/ totale	Reclami	Giorni medi risposta	Incid.% società/ totale	
UGF Assicurazioni	11.285	29	61	12.315	37	68	8.317	*	70	-8
Navale Assicurazioni	1.846	23	10	1.683	29	9	888	27	8	10
Linear Assicurazioni	2.951	15	16	2.576	15	14	1.215	19	10	15
UniSalute	2.041	34	11	1.269	33	7	1.160	24	10	61
Navale Vita	1	1	0	1	1	0	-	-	0	0
Bnl Vita	279	21	2	221	22	1	218	26	2	26
Totale	18.403		100	18.065		100	11.798		100	2

Fonte: Ufficio Reclami
e Assistenza Clienti

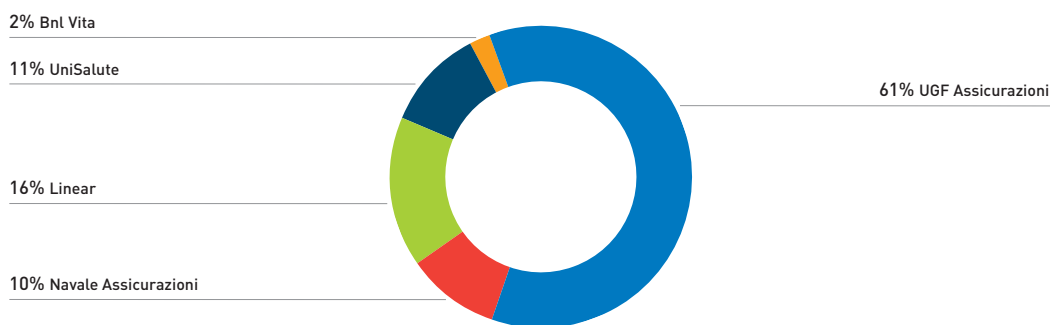
* Nel 2008 il dato sui giorni medi di risposta non è accorpabile non essendo ancora costituita la compagnia unica. Il dato è pari a 30 giorni per Unipol Assicurazioni e 28 per Aurora Assicurazioni.

Le principali motivazioni dei reclami sono comunemente sempre attinenti alle aree sinistri ed industriale e fanno riferimento prevalentemente a ritardi nella liquidazione del danno, a difficoltà di contatto con gli uffici liquidativi, a problematiche attinenti al bonus/malus e a contestazioni sugli aumenti tariffari. È opportuno considerare che i reclami rispecchiano anche la difficoltà socioeconomica

nella quale da qualche anno versa il nostro Paese ed il loro perdurare è segno di un disagio che ancora persiste.

La gestione dei reclami da parte delle singole società si è mantenuta a buoni livelli, anche il numero medio dei giorni di risposta non ha mai superato i 34 giorni, 11 in meno di quelli stabiliti dalle normative.

GRAFICO 11.2
RIPARTIZIONE RECLAMI
PER AREA



Fonte: Ufficio Reclami e Assistenza Clienti

TABELLA 11.17
GESTIONE
DEI RECLAMI

	2010										2009				
	Totale		Accolti		Respinti		Transati		In istruttoria		Totale Reclami	Accolti	Respinti	Transati	In istruttoria
	Reclami	var. %10/09	Reclami	var. %10/09	Reclami	var. %10/09	Reclami	var. %10/09	Reclami	var. %10/09					
UGF Assicurazioni	11285	-8	4746	-28	3910	18	1956	19	673	-6	12.315	6.634	3.320	1.647	714
Navale Assicurazioni	1846	10	1178	11	519	10	11	-45	138	9	1.683	1.065	471	20	127
Linear Assicurazioni	2951	15	1943	13	891	16	16	-33	101	80	2.576	1.727	769	24	56
UniSalute	2041	61	1365	65	517	44	130	57	29	ns	1.269	827	359	83	-
Navale Vita	1	0	0	-100	1	ns	0	-	ns	1	1	-	-	-	-
Bnl Vita	279	26	57	111	205	13	5	400	12	0	221	27	181	1	12
Totale	18403	2	9289	-10	6043	18	2118	19	953	5	18.065	10.281	5.100	1.775	909

Fonte: Ufficio Reclami e Assistenza Clienti

Interventi Isvap e sanzioni

Nell'analisi degli esposti Isvap pervenuti alle singole Compagnie, il confronto con l'anno precedente evidenzia un notevole decremento negli interventi che l'Autorità di Vigilanza ha effettuato nei confronti di UGF Assicurazioni.

In questo panorama, anche le sanzioni da reclamo che il Gruppo ha già pagato sono in decisa diminuzione, segni entrambi che gli interventi migliorativi effettuati nelle aree sinistri hanno dato gli esiti attesi.

La maggior parte delle sanzioni è riconducibile a ritardi nell'offerta o mancate liquidazioni entro i termini di legge; di minore portata economica sono le ammende riguardanti, ad esempio, la mancata/ritardata consegna degli attestati di rischio.

Il settore bancario

UGF Banca pone particolare attenzione alla gestione dei reclami, improntando i rapporti con la clientela ai principi della trasparenza, dell'assistenza e della qualità.

Questa attenzione va di pari passo con quanto enunciato in più occasioni dalla Banca d'Italia, che ha ribadito la fondamentale importanza che attribuisce alle relazioni tra gli intermediari e la

clientela, evidenziando, in particolare, che "rapporti non conflittuali con la clientela sono parte integrante della sana e prudente gestione degli intermediari bancari e finanziari. Ogni carenza in tale delicato ambito può essere fonte di rischi legali e reputazionali (...). La gestione dei reclami deve costituire, quindi, per l'intermediario, l'occasione per ripristinare con il cliente un rapporto soddisfacente (...). In sede di gestione dei reclami una particolare attenzione dovrà essere rivolta al contributo che può essere dato alla crescita della cultura finanziaria della clientela (...)".

Le contestazioni effettuate dalla clientela a UGF Banca, in forma scritta sono distinte in due categorie:

- reclami in materia di prestazione di servizi d'investimento (cosiddetti "reclami Consob");
- altri reclami (cosiddetti "reclami ordinari"), riguardanti tutte le operazioni e i servizi bancari ad eccezione di quelli di cui al punto precedente.

I reclami pervenuti nel 2010 sono stati complessivamente 775, di cui 741 (96%) relativi all'attività bancaria ordinaria e 34 (4%) alla prestazione di servizi di investimento.

Si è verificato un aumento dei reclami, specialmente nel primo semestre del 2010, dovuto sostanzialmente a due ragioni:

TABELLA 11.18
INTERVENTI ISVAP
PER SOCIETÀ

	2010	2009	2008	var.% 10/09
UGF Assicurazioni	2935	3.387	2.711	-13
Navale Assicurazioni	399	393	191	2
Linear Assicurazioni	249	243	241	2
Navale Vita	-	1	-	-
UniSalute	19	9	-	111
Bnl Vita	57	47	21	21
Totale	3.659	4.080	3.164	-10

Fonte: Ufficio Reclami e Assistenza Clienti

TABELLA 11.19
SANZIONI PAGATE
PER SOCIETÀ

	2010		2009		2008		var% 10/09 sull'importo
	Importo	Numero	Importo	Numero	Importo	Numero	
UGF Assicurazioni	7.074.303	1.161	11.773.245	1.140	3.899.162	411	-40
Navale Assicurazioni	528.150	99	730.127	74	590.461	37	-28
Linear Assicurazioni	180.026	32	209.304	66	72.940	18	-14
Navale Vita	-	-	-	-	-	-	-
UniSalute	-	-	-	-	-	-	-
Bnl Vita	-	-	-	-	-	-	-
Totale	7.782.479	1.292	12.712.676	1.280	4.562.563	466	-39

Fonte: Ufficio Reclami e Assistenza Clienti

- cambio del service informatico;
- nuova normativa, emanata da Banca d'Italia nel 2009 (pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 24/6/2009 ma entrata in vigore a gennaio 2010), che stabilisce che "reclamo è ogni atto con cui un cliente chiaramente identificabile contesta in forma scritta – es. lettera, fax, e-mail – all'intermediario un suo comportamento o un'omissione".

Le principali cause di presentazione delle contestazioni sono state:

- esecuzione operazioni (29% circa del totale);
- applicazione delle condizioni economiche (28% circa).

Analizzando la distribuzione dei reclami per tipologia di prodotto/servizio, emerge che il 22% delle contestazioni ha riguardato le aperture di credito, il 18% i conti correnti, il 17% i mutui casa.

Osservando tale ripartizione emerge un cambiamento rispetto allo scorso anno. Questo è dovuto essenzialmente a due fattori:

- introduzione della commissione sull'accordato (che si applica alle linee di credito concesse): ciò ha comportato la contestazione di tale voce di spesa da parte di molti clienti e, di conseguenza, l'aumento dei reclami relativi alle aperture di credito;
- le contestazioni relative ai mutui sono riconducibili, nella maggioranza dei casi, ad un disagio procedurale che, ad inizio anno, ha determinato – relativamente ai mutui a tasso misto – la trasformazione del tasso da fisso a variabile. Si tratta di una problematica risolta nel corso dell'anno.

Il 59% circa dei reclami è stato presentato dai privati; il 16% da artigiani, professionisti, commercianti; il restante 25% da imprese e società di capitale.

Circa il 23% delle contestazioni sono state effettuate tramite Studi Legali.

L'**Arbitro Bancario Finanziario**, organismo di conciliazione istituito presso Banca d'Italia, si occupa di tutte le controversie attivate dai clienti di Banche e Finanziarie sulle materie vigilate dalla Banca d'Italia in cui la richiesta di ritorno da parte del cliente non supera i 100mila euro se il cliente chiede una somma di denaro, e senza limiti di importo se si chiede l'accertamento di diritti, obblighi e facoltà (per esempio mancata consegna della documentazione sulla

trasparenza o mancata cancellazione di un'ipoteca dopo l'estinzione di un mutuo). Il cliente può rivolgersi all'Arbitro solo dopo aver tentato di risolvere il problema direttamente con la Banca o l'intermediario, presentando a essi un reclamo e sempre che non siano trascorsi più di 12 mesi dalla presentazione dello stesso. Se non rimane soddisfatto neanche delle decisioni dell'Arbitro, può comunque rivolgersi al giudice. Le decisioni non sono vincolanti come quelle del giudice, ma se l'intermediario non le rispetta il suo inadempimento è reso pubblico.

Nel corso del 2010, i clienti hanno presentato 30 ricorsi e l'Arbitro Bancario Finanziario ha assunto le seguenti 19 determinazioni:

- cessata la materia del contendere: 8;
- non accolto: 7;
- accolto: 3 (di cui 2 solo parzialmente);
- non ricevibile: 1;

Oltre all'Arbitro Bancario Finanziario, UGF Banca ha aderito al **Conciliatore Bancario Finanziario**, un'associazione che offre vari modi per affrontare e risolvere le questioni che possono insorgere tra Banca e Clienti.

La conciliazione è un modo per tentare di risolvere una controversia affidando ad un terzo indipendente, il conciliatore, il compito di agevolare il raggiungimento di un accordo tra le parti; il conciliatore organizza con loro uno o più incontri per facilitare la soluzione del problema. La procedura di conciliazione si svolge in tempi rapidi e non si conclude con un giudizio che stabilisce chi abbia ragione e chi torto. Attualmente sulle controversie in materia bancaria, finanziaria e societaria, senza alcun limite di importo. L'accordo raggiunto è vincolante tra le parti e può essere omologato dal Tribunale diventando così titolo esecutivo. In altri termini, in caso di mancato rispetto dell'accordo, si può chiedere che sia data immediata esecuzione a quanto risulta dal verbale di conciliazione. Se l'accordo non viene raggiunto è sempre possibile chiedere l'intervento di un arbitro oppure ricorrere al giudice.

La Banca ha aderito a 7 richieste di conciliazione aventi ad oggetto controversie in prodotti derivati: il tentativo di conciliazione ha avuto esito positivo per le parti.

11.3.4 L'ascolto e il dialogo

La soddisfazione dei clienti

UGF Assicurazioni monitora annualmente la soddisfazione della clientela attraverso un'indagine di Customer Satisfaction. È così possibile, per la compagnia, stabilire quali sono i suoi punti di forza e quelli di debolezza, valutando le azioni necessarie per stabilizzare i primi e rafforzare e migliorare i secondi. L'indagine a cui si fa riferimento, nello specifico, è stata condotta nel periodo aprile-agosto 2010, ha interessato sia un campione nazionale scelto in maniera casuale che uno comprendente clienti privati R.C.Auto.

Le aree indagate hanno permesso di posizionare l'azienda rispetto al mercato in merito ai comportamenti della clientela in quanto a:

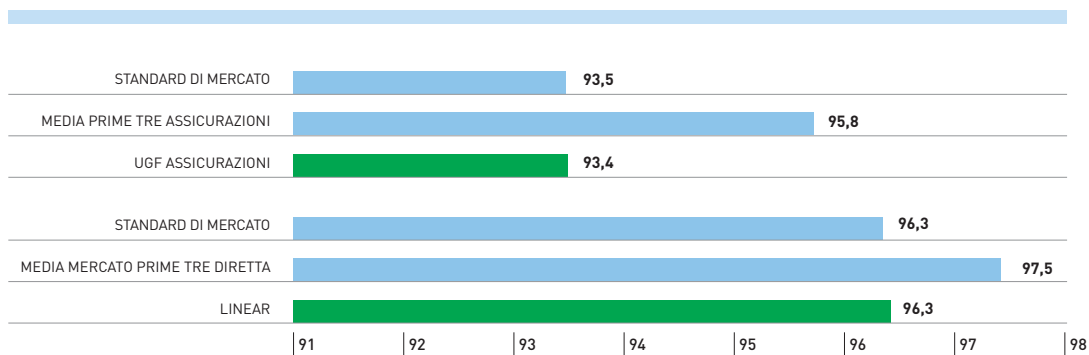
- grado di soddisfazione;
- comportamenti recenti in merito alla scelta della polizza R.C.Auto e le intenzioni future.

Ne emerge che UGF Assicurazioni e Navale presentano, a livello di soddisfazione generale, un indice complessivo in linea con lo standard di mercato e superiore di due punti rispetto a quello registrato nel 2009 (da 91,2 a 93,4).

Cresce anche la quasi totalità dei fattori di soddisfazione indagati; solo "l'efficienza organizzativa dell'agenzia" ottiene valutazioni leggermente inferiori allo scorso anno, a riprova del forte livello di apprezzamento da parte della clientela, sia rispetto alla relazione con gli agenti che sul servizio offerto in generale.

A quest'ultimo proposito è necessario segnalare il forte incremento dell'*item* relativo alla "velocità di liquidazione", sia rispetto allo scorso anno che confrontato con gli standard del mercato. Occorre inoltre segnalare che aumenta lo standard di mercato di soddisfazione rispetto ai "costi della polizza rispetto ai servizi offerti", che resta comunque l'ambito di minore

GRAFICO 11.3
CUSTOMER
SATISFACTION INDEX



Fonte: Data Bank/Cerved Group

TABELLA 11.20
LE CARATTERISTICHE DEI
FATTORI DI SODDISFAZIONE

Soddisfatti%	Gruppo Unipol	Gruppo Unipol Delta risp a 2009	Standard di mercato 2010
RELAZIONE CON GLI AGENTI			
Facilità di contatto con gli agenti	98,4	1,1	98
Competenza degli agenti	98,6	2	97,9
Disponibilità degli agenti ad offrire assistenza assicurativa in modo continuativo	97,2	0,7	98,2
Efficienza organizzativa dell'agenzia	96,2	-0,9	97,9
Orari di apertura dell'agenzia	96,1	2,3	96,3
Chiarezza e correttezza delle risposte fornite dagli agenti	97,4	1,2	97,3
SERVIZIO OFFERTO DALLA COMPAGNIA			
Trasparenza delle condizioni contrattuali delle polizze	92,3	1	93,9
Capacità di offrire soluzioni assicurative personalizzate	95,2	2,1	95,2
Costo della polizza in rapporto ai servizi offerti	81,3	1,2	84,2
Facilità di rapporto con l'agente e/o liquidatore	92,9	4,5	91,9
Assistenza/informazione da parte degli agenti nella gestione del sinistro	90,5	4	89
Velocità della liquidazione	89,1	8,9	86,8
Equità della liquidazione	88,4	4	88,5

Fonte: Data Bank/Cerved Group

soddisfazione a livello complessivo; su questo parametro Unipol è inferiore rispetto al mercato di circa 3 punti (era superiore di 1,5 nell'indagine dello scorso anno).

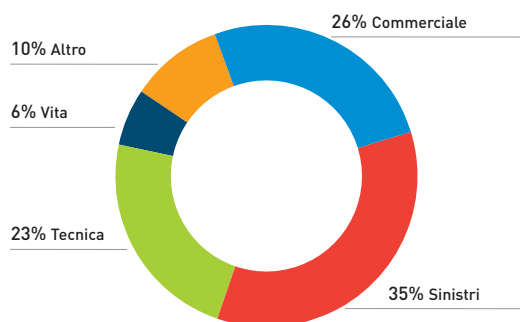
Rilevanti, inoltre, i risultati del *Net Promoter Score (Nps)*, calcolato sulla base della risposta alla domanda: "Se le venisse chiesto un consiglio su una compagnia di assicurazione da parte di un suo amico, lei consiglierebbe Unipol?". Dalla risposta è possibile calcolare l'indice Nps, come differenza fra coloro che non consiglierebbero (detrattori) e coloro che consiglierebbero (promotori).

Nel 2010 emerge che poco meno di 30 clienti su 100 (in aumento rispetto al 2009) si dimostrano promotori di Unipol, al fronte del 22% dei detrattori: ne emerge così un Nps positivo, seppure inferiore al dato dello standard.

TABELLA 11.21 NET PROMOTER SCORE	Gruppo Unipol 2010	Gruppo Unipol Delta risp a 2009	Standard di mercato 2010
Detrattori	22	1,4	18,3
Neutri	48,7	-2,6	50,1
Promotori	29,3	1,2	31,6
Nps	7,3	3,9	13,3

Fonte: Data Bank/Cerved Group

GRAFICO 11.4
RICHIESTA
DI INFORMAZIONE
E ASSISTENZA



Fonte: Ufficio Reclami
e Assistenza Clienti

L'assistenza ai clienti

Il Gruppo è andato a strutturare, a partire dal 2004, un team di persone dedicato all'assistenza dei clienti, che hanno la possibilità di richiedere informazioni o assistenza tramite una multicanalità di accesso (telefono, fax, mail e indirizzo web). Questa attività ha garantito, nel corso del 2010, una forte correlazione con la gestione dei reclami, sia nella funzione di gestione che in quella di prevenzione, sempre nell'ottica di risultare primario punto di riferimento dell'utenza.

Alcune implementazioni tecniche e procedurali hanno permesso di migliorare la performance dell'approccio multicanale, in modo da rispondere adeguatamente ad un numero maggiore di richieste. Nello specifico si è provveduto a:

- impostare un nuovo sistema di risponditore automatico (*Interactive Voice Responder*), allineato con quelli in uso da parte dei Call Center di Gruppo, che permette di soddisfare un numero maggiore di richieste ed erogare la risposta direttamente 24 ore su 24;
- garantire una casella di posta elettronica ed un fax server dedicati esclusivamente all'accoglimento delle istanze ed alla gestione delle relative risposte.

Nel corso del 2010 il servizio di Assistenza Clienti di UGF Assicurazioni ha così gestito 31.404 contatti (+18% rispetto allo scorso anno) pervenuti tramite tutti i canali messi a disposizione del pubblico (telefono, e-mail, fax e posta).

Le aree aziendali interessate dalle richieste pervenute riguardano in particolar modo il post-vendita, prevalentemente la liquidazione dei sinistri, l'inoltro degli attestati di rischio e le spiegazioni su disdette e aumenti di premio per la garanzia R.C.Auto; oltre l'80% di queste richieste è stato soddisfatto in tempo reale, oppure assegnato agli uffici competenti. Sono questi a rielaborare il parere, trasformando gli eventuali tecnicismi in termini accessibili, in modo che la risposta sia maggiormente fruibile. Il monitoraggio dell'intero processo viene effettuato tramite gli indicatori che hanno permesso al servizio Reclami ed Assistenza Clienti di ottenere nel 2010 la nuova Certificazione di Qualità ISO 9001 da Dnv.



AGENTI E AGENZIE



12. AGENTI E AGENZIE

12.1 LA PRESENZA SUL TERRITORIO

12.1.1 La rete agenziale

Le agenzie rappresentano per il Gruppo UGF un partner fondamentale per la realizzazione dell'intero processo imprenditoriale. A livello territoriale esse permettono di entrare in stretto rapporto con la clientela, intercettandone i bisogni ed offrendo risposte in linea con le esigenze e le richieste delle persone e delle aziende.

I mutamenti del mercato e il riassetto del Gruppo Unipol rendono necessaria una revisione e una ristrutturazione della rete agenziale.

A questo proposito l'obiettivo del piano strategico è volto a riequilibrare la copertura territoriale, anche attraverso una maggiore integrazione ed una razionalizzazione delle reti agenziali, che ha trovato una prima applicazione già nel corso del 2010.

Osservando la **distribuzione geografica**, emerge che:

- viene confermato l'impegno a mantenere il presidio geografico al Sud, in controtendenza rispetto al comportamento di altre rilevanti compagnie assicurative nazionali. Così come nel 2009, infatti, anche nel 2010 le reti Agenziali presenti al Sud rappresentano il 23% del totale;
- la razionalizzazione della rete interessa, invece, quelle regioni nelle quali forte è stata, nel passato, la diffusione e la capillarità delle Agenzie. A diminuire maggiormente in numeri assoluti, infatti, sono il Lazio, la Lombardia e la Toscana, anche attraverso un processo di accorpamento tra diverse realtà;

- le nuove aperture, altresì, si verificano in quelle aree storiche che necessitano di essere meglio presidiate, in modo da incrementare le possibilità di *cross selling* con le altre società del Gruppo.

12.1.2 Le agenzie societarie di UGF Assicurazioni - Unipol

Le Agenzie Societarie Assicoop rappresentano un modello distributivo unico nel panorama dell'intermediazione assicurativa italiana ed europea; strutture che si caratterizzano per la capillarità distributiva, per la specializzazione delle reti orientate alle soluzioni relative ai particolari bisogni o profili dei clienti e per la natura *multistakeholder* della proprietà stessa. All'interno delle società che gestiscono le Assicoop sono infatti presenti le imprese cooperative, le organizzazioni sindacali e di rappresentanza del lavoro dipendente e delle piccole e medie imprese, oltre ad una significativa rappresentanza della Compagnia. Questa **specificità strutturale societaria** rende originale la relazione tra le Assicoop e i territori di riferimento e ne caratterizza complessivamente l'impianto valoriale. Undici sono le Assicoop, otto realtà operanti in Emilia Romagna e tre in Toscana, queste ultime impegnate in un processo di sviluppo "sperimentale" per l'ampliamento del business attraverso la costituzione di società miste e la collaborazione con Agenzie private del Gruppo UGF.

TABELLA 12.1
RETI DI VENDITA E LORO
DIMENSIONAMENTO

	Agenzie assicurative			Subagenzie assicurative		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Assicurazione						
UGF Assicurazioni	1.588	1.625	1.682	3.173	3.575	3.559
Navale Assicurazioni	513	543	520	1.383	1.442	892
Linear Assicurazioni	Opera su canale diretto telefonico e Internet			Opera su canale diretto telefonico e Internet		
UniSalute*	144*	140	112			
Totale Assicurazione	2.101	2.168	2.202	4.556	5.017	4.451

Fonte: Direzioni Commerciali e Controllo Gestione

* UniSalute per la vendita di prodotti individuali si avvale di 141 agenzie UGF Ass.; utilizza inoltre il canale diretto. L'offerta di prodotti avviene anche attraverso gli sportelli di UGF Banca e di altri 2 istituti di credito.

Le **linee strategiche** delle Assicoop nelle diverse sfaccettature legate ai territori nei quali operano, si pongono l'obiettivo di:

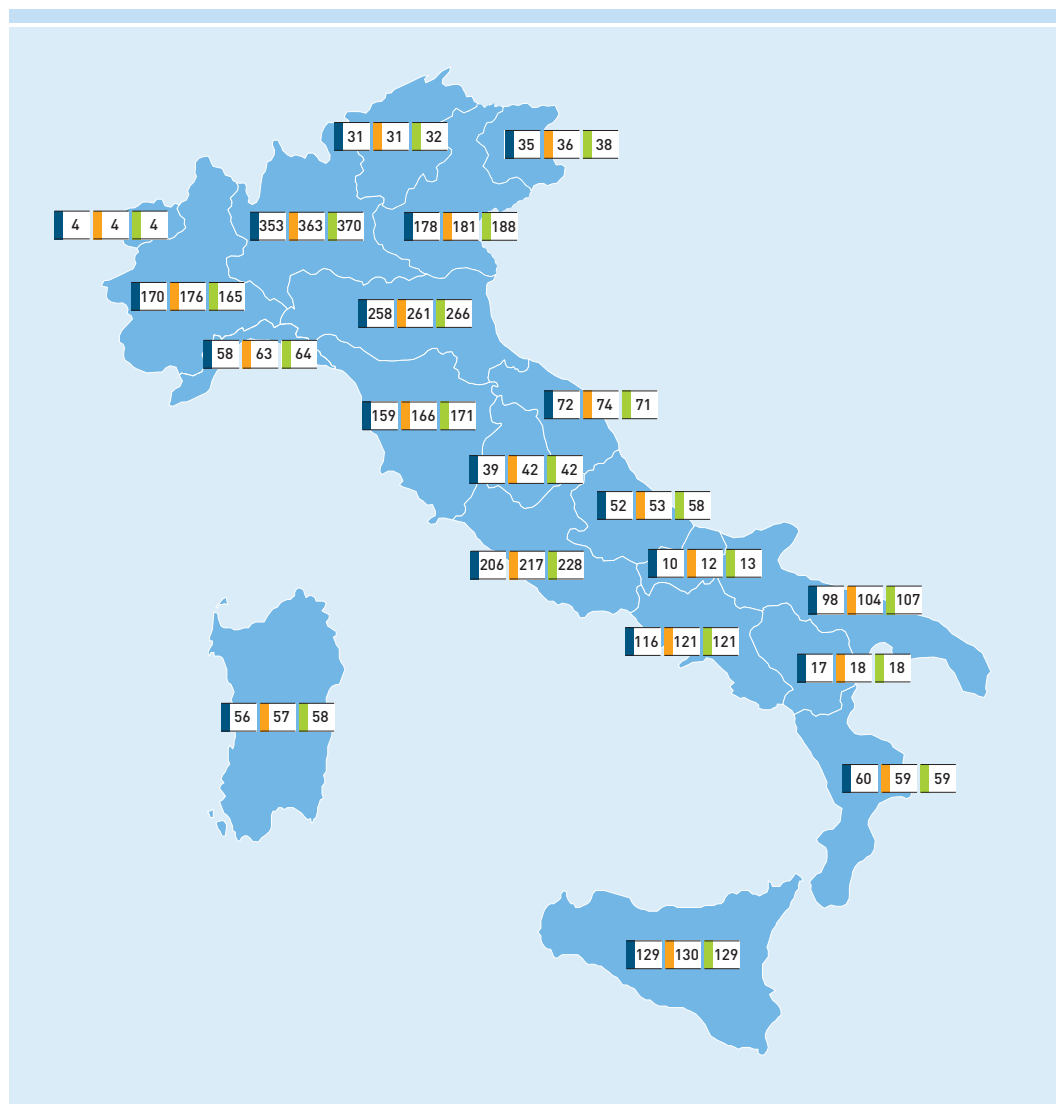
- consolidare le proprie quote di mercato e l'offerta nel ramo Vita;
- sviluppare l'integrazione con la componente bancaria del Gruppo;
- rendere più efficiente l'organizzazione interna ed ottimizzare le relazioni con i soggetti economici territoriali;
- acquisire complessivamente una maggiore autonomia tecnica (sia nei rami Danni che nel Vita) e capacità commerciale, in grado di competere efficacemente con i maggiori

concorrenti sul territorio di competenza;

- sviluppare anche un adeguato rapporto con i Brokers presenti o comunque operanti nelle singole realtà;
- dare vita a progetti di sinergia tra le stesse Assicoop anche attraverso progetti di accorpamento di realtà contigue;
- promuovere nuova occupazione nei territori di riferimento.

Le Assicoop nel 2010 hanno dato servizio ad oltre 440.000 clienti, (di cui 41.000 imprese) e grazie alla forte sinergia con UGF Banca, con filiali integrate e di prossimità, di questi oltre 43.000 sono anche clienti della Banca.

GRAFICO 12.1
AGENZIE
PER DISTRIBUZIONE
TERRITORIALE



Nel complesso, oggi il sistema Assicoop si compone di oltre mille addetti, professionalità specifiche attive nei vari canali distributivi delle aziende (Front Office, Subagenti, Consulenti, Account e Promotori Finanziari), a cui, nel corso del 2010, sono state erogate oltre 27.000 ore di formazione, che hanno riguardato:

- aggiornamento tecnico e normativo;
- miglioramento della qualità servizio al cliente;

- sviluppo delle capacità manageriali di alcuni ruoli specifici.

Le Assicoop si pongono verso i territori di riferimento con la volontà di contribuire a valorizzare l'intera collettività: dal sostegno ad enti e associazioni impegnate nel volontariato e nel sociale, agli investimenti nell'arte e nella cultura locale, fino alla realizzazione di iniziative concrete per il rispetto dell'ambiente.

TABELLA 12.2
LOCALIZZAZIONE
E VOLUME PREMI
AGENZIE SOCIETARIE

	Punti vendita	Importo 2010	Importo 2009	Importo 2008	var.% 10/09
Bologna	28	129.613.296	130.493.640	122.267.561	-0,67
Modena	17	124.739.615	120.558.329	112.408.578	3,47
Reggio Emilia	18	103.614.123	104.185.009	106.422.359	-0,55
Romagna	4	62.406.391	62.507.135	62.742.056	-0,16
Parma	5	28.769.488	31.624.436	30.533.578	-9,03
Ravenna	7	61.827.407	63.436.006	58.466.539	-2,54
Imola	3	43.144.062	60.744.305	29.881.885	-28,97
Ferrara	8	23.855.932	23.727.427	22.174.083	0,54
Totale Emilia Romagna	90	577.970.313	597.276.287	544.896.639	-3,23
Grosseto	7	30.353.595	29.883.617	29.005.235	1,57
Firenze	9	31.277.114	27.021.480	28.172.811	15,75
Siena	6	23.787.150	24.458.078	24.724.130	-2,74
Totale Toscana	22	85.417.858	81.363.175	81.902.176	4,98
TOTALE*	112	663.388.172	678.639.462	626.798.815	-2,25

Fonte: Direzione Commerciale
Agenzie Societarie UGF Assicurazioni

* Si fa riferimento solo alle "Agenzie Madri", che a loro volta controllano una rete totale di 103 Agenzie territoriali e 226 subagenzie.
Nota: non sono stati inseriti i dati relativi ai punti vendita di Pistoia, in quanto acquisiti nel corso dell'anno. Verranno rendicontati a partire dall'anno prossimo.

TABELLA 12.3
CLIENTI ASSICOOP
CROSS SELLING

	Clienti Assicurazione	di cui Clienti anche Banca
Assicoop Sicura Bologna Spa	62.734	8.877
Casapa Società Cooperativa Grosseto	32.543	4.090
Assicoop Modena Spa	81.188	7.218
Assicura Spa Reggio Emilia	66.733	6.603
Assicoop Romagna Spa	53.045	3.588
A.p.a. Spa Parma	21.610	1.270
Assicoop Firenze Spa	23.624	2.755
Assicoop Ravenna Spa	36.290	3.895
Assicoop Imola Spa	14.594	2.431
Assicoop Ferrara Spa	24.306	1.364
Assicoop Siena Spa	25.586	1.454
TOTALE	442.253	43.545

Fonte: Direzione Commerciale Agenzie
Societarie UGF Assicurazioni

Nota: non sono stati inseriti i dati relativi ai punti vendita di Pistoia, in quanto acquisiti nel corso dell'anno. Verranno rendicontati a partire dall'anno prossimo

12.2 I SERVIZI A SUPPORTO DELLA RETE

Per rafforzare la relazione che sta alla base del rapporto di partnership, Unipol Gruppo Finanziario si è posta come obiettivo da Piano Industriale quello di lavorare sul **modello distributivo del canale agenziale**.

Si tratta di un lavoro svolto nel corso del 2010, sulla base del quale sono stati definiti modelli di riferimento per indirizzare la rete verso un'offerta che garantisca sia la competitività economica delle Agenzie che il ritorno di redditività per la Compagnia, attraverso la differenziazione dei livelli di servizio ed assistenza in funzione dei modelli individuati dal progetto.

Nello specifico, sono stati confermati tre modelli di riferimento, in relazione alla tipologia di clientela ed al portafoglio. Si fa riferimento ad un primo modello che entra in particolare contatto con le Piccole e Medie Imprese, ed un secondo ed un terzo che hanno un portafoglio misto ed equilibrato di clienti, oltre ad avere un mix di prodotti offerti. Gli ultimi due modelli si differenziano fra loro per le dimensioni del fatturato.

Tutti i tre modelli si caratterizzano per essere ugualmente virtuosi nel lungo periodo e strettamente correlati al portafoglio ed all'area territoriale di appartenenza dell'agenzia.

Oltre a questi, è stato individuato anche un ulteriore modello, specializzato esclusivamente sull'auto, che però mostra significative difficoltà ad essere economicamente sostenibile nel lungo periodo; per queste agenzie è prevista un'attività di supporto per farle evolvere verso i modelli sopradescritti.

Dopo una capillare mappatura di tutte le Agenzie, ognuna di esse viene collocata in uno dei modelli individuati, e di seguito supportata con le azioni necessarie per raggiungere l'obiettivo ottimale.

Stabilito il modello di riferimento, le singole agenzie hanno a disposizione due possibili tipologie di percorsi:

- per quelle che sono lontane, come performance e portafoglio, dal modello a cui vengono assegnate, viene definito un percorso evolutivo orientato al raggiungimento del target;
 - per quelle che già fanno parte del modello, viene data la possibilità di un eventuale "salto" fra modelli, laddove i possibili "salti" variano in funzione del modello di partenza.
- Per quel che riguarda le prime il supporto

fornito dalla Compagnia è molto variabile e significativamente influenzato dal livello di partenza, dalle potenzialità e dal bacino di riferimento.

Per permettere un'adeguata organizzazione del percorso di adeguamento delle Agenzie, la Compagnia ha identificato una doppia tipologia di supporto: ordinario e straordinario. Nel primo caso si tratta di un intervento orientato a quelle realtà che si trovano maggiormente vicine al loro modello di riferimento. Si tratta di azioni quale la formazione rivolta agli agenti, la definizione di un tutor che segua il passaggio, oppure di interventi in ambito comunicativo/marketing, ecc. Un supporto straordinario, invece, è previsto per le agenzie che necessitano di un cambiamento sostanziale, oppure che si trovano in forte difficoltà. Gli interventi, in questo contesto, fanno riferimento ad ambiti tecnico-commerciali connessi all'attività primaria.

Nella logica di incrementare la vicinanza (non solo territoriale) dell'Agenzia al cliente, il Gruppo si è impegnato a integrare le informazioni dei clienti, potenziando così la capacità di offerta attraverso il **CrM** (Customer Relationship Management).

Con l'implementazione di questo sistema informatico risulta possibile, per le Agenzie, seguire in maniera più adeguata i propri clienti, intercettando le loro istanze nei tempi necessari per offrire loro i prodotti più adeguati.

Il nuovo sistema di Crm di Gruppo è stato rilasciato in produzione, in prima istanza, sulla rete delle Assicoop; sulla base dei ritorni ottenuti, sono stati realizzati una serie di arricchimenti funzionali che hanno portato, nel giugno 2010, all'attivazione delle prime campagne promozionali mirate sulle caratteristiche dei clienti per le Assicoop e nell'ultimo trimestre all'avvio di un gruppo di agenzie pilota delle reti private.

Sempre in quest'ottica di collaborazione del Gruppo per rendere più efficace l'operatività delle Agenzie, nel corso del 2010 è stato identificato un nuovo processo interno volto a **diminuire l'onere burocratico** in un settore come quello assicurativo, di per sé molto normato. È stato predisposto a tal fine un sistema informativo più efficiente, che rende più immediato il ricorso alle informazioni necessarie, riducendo i carichi di lavoro degli agenti.

A questo si aggiungono le attività effettuate per ridurre il rischio di interruzione dei sistemi:

- nel mese di dicembre è stata collaudata la nuova infrastruttura di *Disaster Recovery* delle società assicurative del Gruppo, consentendo così alla Compagnia di allinearsi alle tecnologie più evolute e di minimizzare i rischi di interruzione di business, in linea con il piano di *Business Continuity Management*;
- è stata ulteriormente ampliata nelle sue funzionalità ed estesa ad altri servizi la nuova infrastruttura di monitoraggio dei principali servizi di business erogati, che consente di controllare in tempo reale le diverse componenti architetture ottenendo informazioni tempestive sul livello di servizio e sulla qualità delle funzionalità messe a disposizione degli utenti di Direzione e di Agenzia.

Ulteriore supporto che la Compagnia offre alla sua rete di Agenti è quello della **formazione**. Nel corso del 2010 è stato coinvolto un numero rilevante degli intermediari del Gruppo, in un adeguato programma annuale rivolto principalmente all'obbligo di aggiornamento professionale previsto dal Regolamento Isvap n.5/2006 e sue successive modifiche. Il programma si è focalizzato sulla diffusione delle conoscenze riguardanti l'evoluzione della normativa di riferimento del settore, con particolare attenzione ai temi dell'Antiriciclaggio e del Modello Organizzativo Gestionale (Mog), come previsto dal vigente quadro regolamentare, ed anche su questioni di tecnica assicurativa del

mondo Danni e Vita.

Nel 2010 il numero di persone interessate all'attività formativa è cresciuto sensibilmente rispetto agli ultimi due anni, a riprova dell'attenzione che il Gruppo mette nel rafforzare le competenze delle persone con cui lavora. Per aumentare l'efficacia, poi, i percorsi formativi individuati ed erogati sono stati differenziati per garantire completezza e qualità. Per quanto riguarda le modalità di erogazione, sono stati organizzati corsi di aula tradizionale, e sono stati rilasciati moduli formativi "a distanza", gestiti attraverso la piattaforma aziendale di *e-learning*, nel 2010 estesa anche al comparto bancario.

In merito alle modalità di erogazione, dopo il forte incremento ottenuto nel 2009 rispetto all'anno precedente (+60%), anche nel 2010 aumentano i partecipanti che sono stati coinvolti in attività di formazione a distanza (+12% quest'anno). A crescere in maniera più significativa, comunque, sono i partecipanti a cui è stata impartita una formazione d'aula: +22% nel 2010 rispetto all'anno precedente. In corso d'anno è stata inoltre ottenuta la ratifica della **certificazione di qualità Iso 9001** per la "Progettazione ed erogazione di eventi formativi pertinenti la Formazione Tecnica, Commerciale e Manageriale, nonché il controllo dell'intero processo ai fini Isvap, per il personale Intermediario delle Reti di Vendita di: UGF Assicurazioni Spa, Navale Assicurazioni Spa e Navale Vita Spa", che consentirà un efficace monitoraggio volto al continuo miglioramento del sistema formativo di Gruppo.

TABELLA 12.4
LA FORMAZIONE
NELLA RETE AGENZIALE

	2010										2009			2008		
	UGF Assicurazioni			Navale			UniSalute			Totale	Aula	Fad	Totale	Aula	Fad	Totale
	Aula	Fad	Totale	Aula	Fad	Totale	Aula	Fad	Totale	Totale						
Formazione Rete Agenziale																
numero partecipanti	7.924	24.728	32.652	509	735	1.244	44	44	33.940	9.300	21.296	30.596	5.688	13.660	19.348	
numero corsi	18	69	87	3	9	12	0	0	99	17	48	65	30	19	49	
Formazione Rete Subagenziale																
numero partecipanti	26.733	124.653	151.386		2.198	2.198	44	44	153.628	19.482	111.325	130.807	15.126	69.195	84.321	
numero corsi	30	93	123		9	9	0	0	132	23	74	97	54	49	103	
TOTALE PARTECIPANTI	34.657	149.381	184.038	509	2.933	3.442	88	0	88	28.782	132.621	161.403	20.814	82.855	103.669	
TOTALE CORSI	48	162	210	3	18	21	0	0	0	231	40	122	162	84	68	152

Fonte: Direzioni Commerciali
e Controllo di gestione

IL PUNTO DI VISTA DEGLI AGENTI

GLI AGENTI DI UGF ASSICURAZIONI SI RIUNISCONO IN QUATTRO ORGANISMI (GRUPPO AGENTI AURORA, ASSOCIAZIONE AGENTI UNIPOL, GRUPPO AGENTI UGF E GRUPPO AZIENDALE AGENTI NAVALE) CON FUNZIONI DI TUTELA E RAPPRESENTANZA DELLA CATEGORIA NEI CONFRONTI DELLA COMPAGNIA.

Questi, svolgendo la propria attività nell'interesse individuale e collettivo degli iscritti, non solo operano per la crescita professionale degli Agenti e delle Agenzie, attivandosi anche con consulenze utili a fornire indicazioni agli associati, ma mantengono e sviluppano anche le relazioni con la Compagnia in merito agli impegni reciproci per il raggiungimento degli obiettivi concordati e promuovono la raccolta e la diffusione di informazioni utili. Oltre a queste attività di natura imprenditoriale promuovono e realizzano iniziative sociali, culturali, mutualistiche e assistenziali tra e/o per gli associati. Il rapporto tra agenti e assicurazione è un rapporto particolare, che, pur regolato formalmente da un mandato scritto molto completo e dettagliato, di fatto prende corpo in modalità relazionali, disponibilità, senso di squadra e di appartenenza. Per renderne conto si è scelto di discutere direttamente con i protagonisti sia della natura della relazione che degli scenari che si sono aperti con il Piano Industriale e con la proposta di cambiamento del nome da UGF Assicurazioni a Unipol Assicurazioni. Valter Arino, Presidente del Gau, evidenzia la necessità di trovare congiuntamente le strategie, incrementando i momenti e i contenuti del confronto per cogliere al meglio le opportunità competitive che un unico Gruppo grande, coeso e dinamico comporta, prestando la dovuta attenzione al rapporto tra banca e assicurazione.

Roberto Fresia, Presidente del Gaa, sottolinea dal canto suo la necessità di produrre, come gruppi agenti, idee autonome, proposte proprie, originali e concrete che diano corpo ad un dialogo vero tra Compagnia ed Agenti, affinché possano nei fatti operare insieme come due soggetti paritetici.

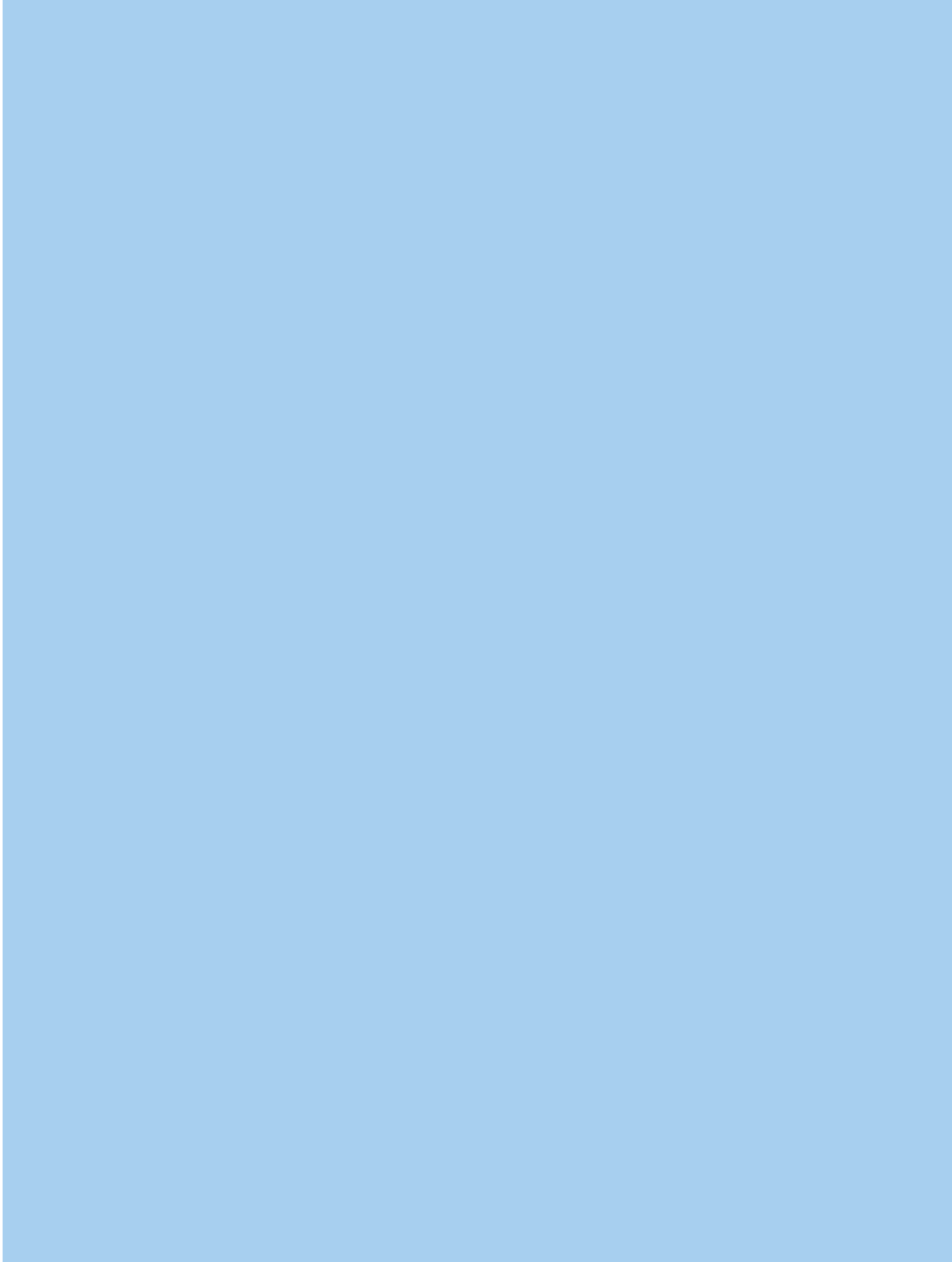
Ermanno Di Bartolomeis, Presidente del Gaan, condivide che proprio la situazione di crisi del mercato assicurativo debba essere elemento decisivo per indurre il Gruppo ad impostare rapporti con tutta la rete, secondo un criterio di sinergia positiva caratterizzata da fiducia reciproca. In particolare, sottolinea come la rete Agenziale della Divisione Navale presenti caratteristiche di qualità, che attendono di essere inserite in un contesto di proporzioni più ampie e variegata come quello del Gruppo UGF per potersi manifestare compiutamente. Francesco Saporito, Presidente dell'Aau, proprio nel Piano Industriale ritrova principi politici fondamentali

per il successo della relazione: il ritorno alle tradizioni, inteso come un ripensamento evoluto delle relazioni con gli Stakeholder storici, e in particolare con il mondo dell'economia sociale, e il rilancio di un modello relazionale tra Compagnia ed Agenti orientato al rispetto, alla fiducia e alla collaborazione. A questo proposito però non manca di sottolineare l'opportunità di adottare percorsi che partano dal basso, che coinvolgano prima la base e poi con gradualità si estendano all'intero impianto. Infatti, ritiene che se si vuole guardare al futuro e alla stabilità del sistema occorre convincere le persone riguardo all'utilità delle scelte da fare.

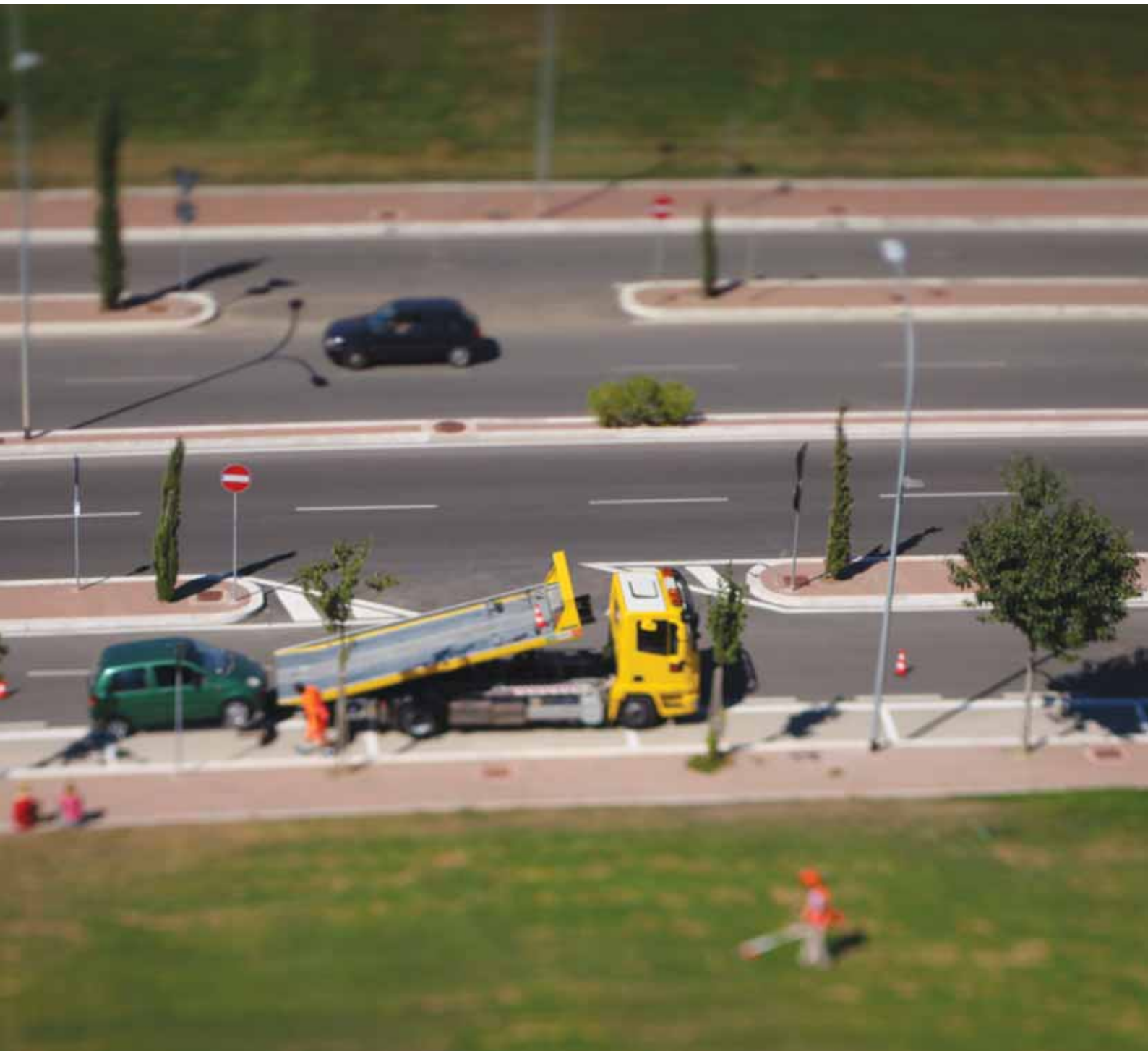
Guardando al futuro, Arino sottolinea come in questa fase di mercato particolarmente critica, dove è in essere una selezione maggiore dell'offerta e del mercato assicurativo, il Piano Industriale rappresenti un punto di partenza, forse ambizioso, ma necessario. A questo proposito sottolinea come sia quindi doverosa un'assunzione di responsabilità da parte di tutti, finalizzata ad aiutare i volenterosi senza salvaguardare le posizioni di rendita.

Fresia ricorda come il Gruppo si trovi in una fase di ristrutturazione ampia e profonda, per questo è urgente che si definiscano una serie di servizi ordinari che la Compagnia dovrà erogare, in affiancamento al supporto straordinario definito per i processi di cambiamento avviato con la definizione dei tre modelli di benchmark, finalizzati soprattutto a ridurre il tempo in Agenzia assorbito da compiti gestionali e a migliorare gli strumenti per il controllo di gestione. Questi dovranno essere supportati con una formazione di qualità pensata e realizzata per sostenere la crescita degli agenti con percorsi su misura. Tre le leve fondamentali per il futuro successo individuate da Saporito: investire di più, da parte della Compagnia, per accelerare il cambiamento; supportare processi di responsabilità economica attraverso la partecipazione azionaria degli Agenti alla Compagnia e la rappresentanza dei loro interessi nella proprietà; recuperare e valorizzare il rapporto con le Organizzazioni Socie anche nella definizione dei nuovi prodotti.

Particolare è il punto di vista di Di Bartolomeis, visto che il 2011 è l'anno in cui Navale Assicurazioni verrà integrata in UGF Assicurazioni. Per gli Agenti aderenti al Gaan la priorità è, infatti, che proceda speditamente il processo di adeguamento dei sistemi informatici e la unificazione dei prodotti di vendita, dal momento che la vera integrazione sarà operante laddove i meccanismi di controllo, le modalità di scambio delle informazioni, la struttura di rete, i flussi informatici saranno tutt'uno con il resto del Gruppo.



I FORNITORI



13. I FORNITORI

13.1 L'ANAGRAFICA

Definitosi nel corso del tempo, il rapporto che Unipol Gruppo Finanziario ha scelto di tenere nei confronti dei propri fornitori è improntato ad equità e trasparenza. Il Gruppo riconosce ai fornitori un ruolo molto rilevante nel processo di generazione del valore aziendale e, per questo, collabora con loro con un approccio di **partnership** orientato ad una relazione di lungo periodo.

Nel corso del 2010 la Funzione Acquisti di Gruppo ha portato a regime un lavoro iniziato l'anno precedente, volto a conoscere in maniera adeguata l'insieme dei fornitori, definire politiche di gestione migliorative (sia per il Gruppo che per i fornitori stessi) per una maggiore efficacia della relazione.

Le azioni svolte sono essenzialmente di due tipi:

- costruzione dell'anagrafica, che comprende, alla fine del 2010, tutti i fornitori che lavorano

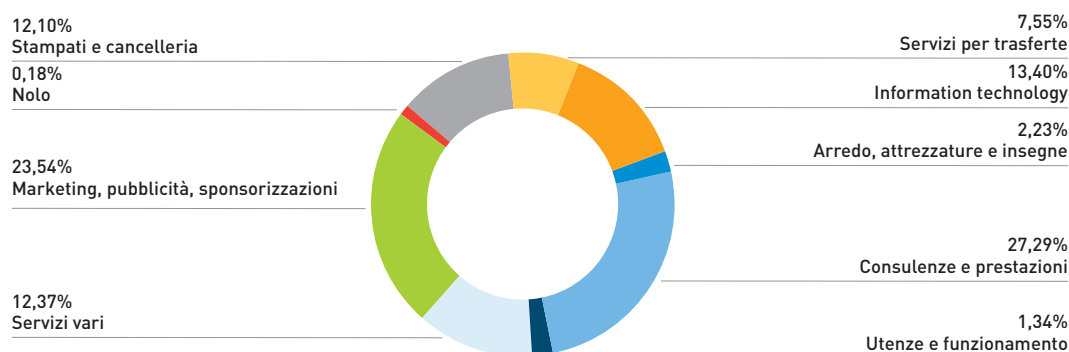
con l'azienda;

- implementazione del sistema di qualificazione dei fornitori.

Il primo lavoro ha portato ad identificare **2.239 fornitori** per il comparto assicurativo, la holding e tutte le società partecipate e **2.200 fornitori** per UGF Banca, ad esclusione dei fornitori dell'attività immobiliare che vengono separatamente gestiti in virtù della specifica natura dei servizi richiesti.

La distribuzione per categoria dei fornitori evidenzia la netta predominanza di fornitori di servizi, con particolare incidenza dei fornitori ad alto valore aggiunto, come da tipologia di business. Superano il 12% quelli di stampati e materiali tipografici, particolarmente significativi per l'impatto ambientale dell'attività.

GRAFICO 13.1
SUDDIVISIONE DEI
FORNITORI ASSICURATIVI
PER TIPOLOGIA



Fonte: Direzione Amministrazione e Operations

13.2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E SELEZIONE

Con l'obiettivo di diminuire i costi di gestione, ottimizzare il rapporto di collaborazione, aumentare l'integrazione e l'accesso alle informazioni, è stato definito un sistema di qualificazione fornitori che si sviluppa grazie ad un apposito **Portale Fornitori di Gruppo**. Tale portale richiede ai fornitori del Gruppo, per diventare tali, di sottoporsi ad un processo strutturato di selezione, che prevede anche la sottoscrizione di tutti i documenti normativi e valoriali del Gruppo: Carta dei Valori e Codice Etico. È inoltre prevista una valutazione finale da parte della funzione Acquisti di Gruppo, di concerto con la funzione aziendale che usufruirà dei beni e servizi del potenziale fornitore. Su tale portale sono presenti soltanto operatori economici in possesso di requisiti di carattere professionale, di capacità economico finanziaria e tecnico-organizzativa che li rendano idonei ad essere annoverati fra i fornitori di Gruppo.

Il portale fornitori viene gestito dalla Funzione Acquisti come strumento per qualificare le imprese individuate a fornire beni, servizi e lavori per il Gruppo, nonché dalle altre funzioni aziendali richiedenti, per verificare quali fra i fornitori certificati abbiano le caratteristiche per rispondere alle loro esigenze. Inoltre, il portale assolve anche alla funzione di censire e monitorare regolarmente ed accuratamente tutti i fornitori del Gruppo, consentendo, per quanto possibile, una razionalizzazione del loro numero.

Un apposito Comitato, inoltre, identifica fra i fornitori attivi quelli che possono essere inseriti nell'Albo dei **Golden Partner** poiché rispondono ad alcune caratteristiche:

- sono stati selezionati dopo aver partecipato e vinto una gara (*asta on line*);
- sono regolarmente iscritti alla Prima Sezione dell'Albo Fornitori del Gruppo UGF (*fornitori attivi*);
- sono i fornitori principali di un determinato bene o servizio o di una determinata merceologia (*esclusivisti o fornitori per almeno l'80% della stessa*);
- forniscono beni o servizi per tutte le Società del Gruppo UGF (*qualora il bene/servizio in questione sia di comune interesse*);
- fatturano al Gruppo meno del 20% del loro giro d'affari;
- hanno messo a disposizione del Gruppo uno o più *account manager* dedicato/i di riferimento;
- hanno sviluppato un business reciproco con il Gruppo;
- riescono a portare ogni anno un miglioramento nel costo totale di fornitura, attraverso proposte innovative e strutturate.

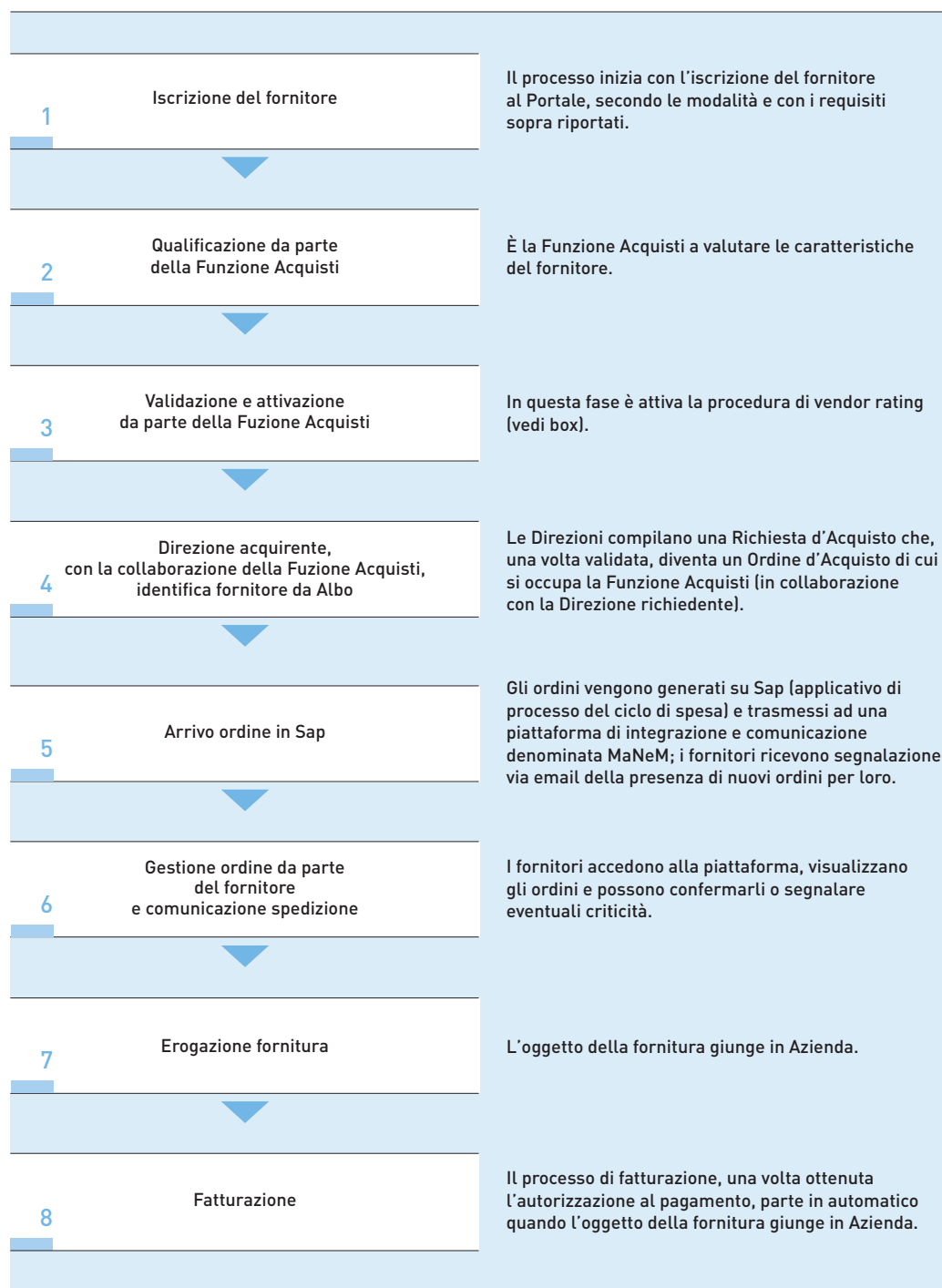
Il portale è accessibile dal sito istituzionale del Gruppo, ed è composto da 3 sezioni:

1. **area pubblica**, che consente di accedere al servizio di prequalifica e qualifica dei fornitori, rendendo possibile agli iscritti di proporre la propria candidatura come potenziale fornitore del Gruppo;
2. **area ad accesso esclusivo dei fornitori qualificati (albo fornitori)**, ove sono presenti tutte le informazioni che il Gruppo vuole far conoscere ai propri fornitori, ed i servizi per lo scambio di informazioni fra azienda e fornitori (ordini, ecc.);
3. **area utenti Gruppo**, in cui poter visualizzare i fornitori dell'azienda o quelli che si sono candidati come tali, con evidenza delle caratteristiche e valutazioni.

Con il portale trova concreta attuazione il processo di fornitura, così come si è andato delineando nel corso del 2010.

Per sintetizzare le fasi che lo caratterizzano, è possibile utilizzare lo schema di seguito riportato.

PROCESSO DI FORNITURA



Il contributo che questo processo porta all'incremento della partnership con i fornitori può essere rintracciato nei benefici che possono derivare ad entrambe le parti in causa. Per quel che riguarda il Gruppo, in virtù dell'alto livello di automazione, questo processo permette di:

- ridurre i tempi inerenti il processo di pagamento dei fornitori, andando ad incidere positivamente sul rispetto delle tempistiche previste dai contratti;
- ridurre gli eventuali errori da parte dell'Azienda;

- aumentare e migliorare il sistema di controllo e valutazione, in modo da mettersi nella condizione di lavorare con coloro che offrono i migliori servizi, mantenendo comunque alta l'attenzione verso il contenimento dei costi.

Per quel che riguarda i fornitori, invece, il sistema permette loro di entrare in maniera semplice in contatto con l'azienda e, grazie alla trasparenza che caratterizza il rapporto, di essere incentivati a raggiungere gli standard qualitativi richiesti, apportando i miglioramenti possibili.

IL SISTEMA DI VALUTAZIONE DEI FORNITORI

IL GRUPPO UNIPOL SI È POSTO L'OBIETTIVO DI CONDIVIDERE CON I PROPRI FORNITORI UN PERCORSO DI MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DEL PROPRIO SERVIZIO: LA VALUTAZIONE DEI FORNITORI – O VENDOR RATING – È IL PROCESSO GESTIONALE FINALIZZATO A MISURARNE LE PERFORMANCE. IN TAL SENSO, IL PORTALE FORNITORI SUPPORTA IL PROCESSO DI VALUTAZIONE ATTRAVERSO UNA RILEVAZIONE OBIETTIVA E SISTEMATICA DI INFORMAZIONI RELATIVE SIA AI COMPORTAMENTI TENUTI DURANTE L'ESPLETAMENTO DELL'ITER DI APPROVVIGIONAMENTO, SIA AGLI ASPETTI DI QUALITÀ E PUNTUALITÀ DELLE PRESTAZIONI ESEGUITE.

Ciò al fine di garantire:

- trasparenza, pari opportunità e concorrenza;
- qualità delle forniture: disponibilità di un parco fornitori di comprovata esperienza specifica nel settore di riferimento;
- efficienza del processo operativo: riduzione dei tempi di approvvigionamento al fine di garantire il miglior livello di servizio al cliente interno e di conseguenza al cliente finale;
- valutazione delle prestazioni: miglioramento del proprio parco fornitori attraverso la misurazione delle performance.

Le società che intendono proporre la propria candidatura a fornitori del Gruppo accedono liberamente al portale. Nella sezione di "Prequalifica Fornitore", oltre all'inserimento dei principali dati identificativi della società devono confermare la presa visione ed accettazione del contenuto della Carta dei Valori, del Codice Etico, del Mog e del Processo Acquisti del Gruppo Unipol (documenti peraltro riportati all'interno del portale stesso). Le imprese aspiranti fornitori dovranno inoltre dichiarare e garantire di adempiere tutti gli obblighi di legge verso i propri lavoratori in materia di sicurezza del lavoro (D.Lgs. 81/2008), di trattamenti retributivi e contributivi. Dopo tale procedura ha inizio la valutazione. Questa fase viene formalizzata mediante la stesura di un punteggio minimo di ingresso derivante dall'assegnazione

automatica in base alle risposte e documentazione già inviata ed in base a parametri aggiuntivi di valutazione assegnati dalla Funzione Acquisti (eventuali prestazioni già erogate e/o raffronto con *competitors*).

Tra gli elementi di valutazione della qualità delle forniture sono da segnalare le caratterizzazioni di sostenibilità: sistemi di gestione, certificazioni, processi eco-sostenibili.

Le informazioni relative alle azioni adottate per la tutela dell'ambiente sono richieste in modo obbligatorio ai fornitori che concorrono alle attività caratteristiche e che hanno sullo stesso significativo impatto. Tale approccio stimola processi di miglioramento nelle aziende fornitrici, come già avvenuto in passato su singole merceologie (es. stampati, carta).

La valutazione positiva da parte della Funzione Acquisti, in sintonia con la funzione aziendale che fruirà dei beni e servizi del fornitore, consente il passaggio al grado di fornitore qualificato e di conseguenza l'accesso all'Albo Fornitori.

I fornitori così qualificati possono avviare una relazione commerciale con il Gruppo. Questi ultimi (ad esclusione dei fornitori della Banca) possono inoltre visualizzare e gestire gli ordini di acquisto, accertare la regolarità della fornitura e verificare l'entrata delle merci, oltre che visualizzare e/o modificare i propri dati anagrafici e/o aggiungere la documentazione di supporto necessaria.

La Funzione Acquisti di Gruppo provvederà periodicamente a raccogliere informazioni aggiuntive sul fornitore e, mediante opportune scorecard, effettuare una valutazione di sintesi sulla fornitura prestata, per gestire al meglio le relazioni.

Dal 1 dicembre 2010 solo i fornitori regolarmente iscritti e qualificati nel Portale possono intrattenere scambi commerciali con il Gruppo.



LA COMUNITÀ



14. LA COMUNITÀ

14.1 LE INIZIATIVE DI VALORE SOCIALE

Unipol Gruppo Finanziario considera il sostegno e la collaborazione reciproca quali elementi portanti per garantire efficienza e sviluppo. Forte di una visione sociale equilibrata e aperta, come declinato nella propria Carta dei Valori e Codice Etico, da anni il Gruppo si impegna sul territorio per contribuire alla vita individuale e sociale dei cittadini, cogliendo e valorizzando le differenze, per promuovere iniziative orientate alla sostenibilità, che favoriscano una crescita equilibrata, rispondente ai bisogni, e una maggiore distribuzione del benessere, con l'obiettivo di contribuire alla diffusione dei valori

di coesione e delle condizioni di accesso a strumenti di sicurezza sociale.

Le somme che il Gruppo ha complessivamente destinato alla comunità sono cresciute dell'11% rispetto al 2009, con una positiva progressione di entrambe le componenti, superando i 5,2 milioni di euro destinati tramite sponsorizzazioni, erogazioni liberali ed il contributo alla fondazione d'impresa. A questi si aggiungono i contributi associativi ad organizzazioni di ricerca economico-culturale, alla cui vita il Gruppo Unipol partecipa attivamente, che nel 2010 sono stati pari ad oltre 90.000 euro.

TABELLA 14.1
CONTRIBUTI ALLA
COMUNITÀ (PER TIPOLOGIA)

Valori in euro

Tipologia attività	Descrizione	Valore 2010	Valore 2009
Erogazioni liberali	contributi e donazioni di denaro o in natura a favore di organizzazioni non profit per progetti o iniziative di breve durata	980.962	820.250
Sponsorizzazioni	iniziative scelte per promuovere il brand della società (a valenza commerciale) a favore delle organizzazioni socie, della cultura, dello sport e del territorio (sponsorizzazioni locali di filiale/agenzia)	3.045.543	2.850.540
Fondazione Unipolis	percentuale dell'utile d'esercizio destinata alla Fondazione	1.238.000	1.000.000
Totale		5.264.505	4.670.790

Fonte: Direzione Amministrazione di Gruppo

L'incremento maggiore ha riguardato le erogazioni liberali (+ 19%): interventi che rappresentano una volta di più l'attenzione che il Gruppo rivolge a realtà che operano nel sociale proponendo modelli di eccellenza ed ispirandosi nel contempo a principi come solidarietà e responsabilità nei confronti della comunità civile e delle generazioni future.

Alle attività realizzate dall'azienda si aggiungono le iniziative promosse dai **Circoli Ricreativi** dipendenti, dalle associazioni di rappresentanza degli agenti, dalle Assicoop e dalle singole Agenzie.

Tra le prime, realizzate con il coinvolgimento dei dipendenti, si ricorda l'iniziativa realizzata dal Circolo Aziendale UGF Bologna sia nel mese di giugno che in occasione delle festività natalizie, che ha promosso in entrambi i casi la vendita dei prodotti biologici delle cooperative aderenti a Libera Terra, arrivando in dicembre a costituire

il primo Gas (Gruppo di Acquisto Solidale) apposito di prodotti di Libera Terra fra i lavoratori del Gruppo Unipol e aderendo direttamente all'associazione. Entrambi i momenti sono state occasioni importanti per stimolare l'attenzione e la curiosità attorno alla realtà delle organizzazioni aderenti e del loro impegno contro le mafie. Altrettanto significativo per la sensibilizzazione ai temi sociali dei dipendenti il mercatino solidale organizzato, per il secondo anno, in occasione dell'8 marzo e i cui ricavi vanno alla Onlus-Casa delle donne contro la violenza di Bologna.

Significativo è d'altro canto l'impegno del Cral di S. Donato Milanese per rendere accessibili e diffusi importanti occasioni culturali, con particolare attenzione alla valorizzazione del patrimonio artistico culturale locale come in occasione della visita alla mostra "Il codice atlantico di Leonardo" nella splendida cornice della Biblioteca Ambrosiana o la visita alla Stazione Centrale.

Le attività promosse dagli **agenti** e dalle **loro associazioni** rappresentano iniziative solidaristiche tra loro molto variegata indirizzate al territorio a livello locale, ma che arrivano a realizzare anche interventi importanti e significativi nei paesi più poveri del mondo ed in situazioni di profondo disagio economico e sociale.

Occorre segnalare, peraltro, come molte delle iniziative che producono valore per la comunità siano strettamente connesse al business, cioè al valore sociale che contraddistingue una grande parte dei prodotti e dei servizi proposti dal Gruppo e dalle società controllate – prevenzione e sicurezza stradale e sociale, iniziative di carattere previdenziale e di tutela del benessere, in chiave di welfare ecc. – e che come tali sono approfondite nel dettaglio nelle sezioni dedicate di questo Bilancio. Di seguito si approfondiscono esclusivamente le azioni promosse dal Gruppo con una molteplicità di entità territoriali – scuole, università, enti, associazioni non profit – con cui collabora attivamente attraverso una logica di partnership, di natura esclusivamente sociale.

Per una corretta ed efficace destinazione delle risorse si sono individuate apposite **linee guida** comuni, basandosi sulle quali, le singole società decidono in autonomia come operare, ad esclusione della Fondazione Unipolis che ha propri assi di intervento rendicontati nel paragrafo successivo. Le risorse possono, infatti, essere diversamente destinate dalle singole compagnie o ad un'unica/poche iniziative di ampio respiro, o su un tema specifico, o ripartite tra una pluralità di interventi variamente articolati. In particolare, sono state individuate quattro aree di intervento nell'ambito delle quali orientare le proprie scelte:

- **patrimonio artistico-culturale** – iniziative volte ad accrescere e preservare il patrimonio artistico, storico e culturale del territorio in cui Unipol opera nonché a consentirne la fruizione da parte dei cittadini;
- **ambiente** – iniziative a tutela dell'ambiente e di sensibilizzazione su tematiche quali: cambiamento climatico, risparmio energetico, raccolta differenziata e inquinamento;
- **generazioni future** – iniziative di carattere sportivo giovanile, amatoriale e professionistico, e ricreativo-culturali rivolte alle giovani generazioni;

- **visibilità commerciale e istituzionale** – iniziative per la gran parte in partnership con le Organizzazioni Socie, su temi di diverso contenuto spesso trasversali alle tre aree principali e che mirano a dare visibilità mediatica all'iniziativa oltre che ai partecipanti stessi.

Le linee guida focalizzano gli interventi per renderli maggiormente efficaci all'interno di un sistema complessivo di gestione sostenibile. I criteri utilizzati nella scelta delle iniziative da sostenere tengono conto, oltre che delle aree di intervento prioritarie, anche della valenza sociale dell'iniziativa proposta e dell'affidabilità degli enti promotori.

Oltre a queste, ulteriore ambito di azione è classificabile sotto le iniziative di solidarietà, più ampiamente definibili come contributi erogati a diverse onlus per progetti volti a migliorare la società in tutti i suoi aspetti, con particolare riguardo a quelle che si prefiggono di sensibilizzare la comunità su tematiche quali la sicurezza stradale, la salute e il volontariato; sostenere la ricerca, soprattutto medica, scientifica ed economica; sostenere le persone in difficoltà anche tramite percorsi di reinserimento nel tessuto sociale.

Per quanto riguarda il sostegno al **patrimonio artistico-culturale**, interpretato dal Gruppo quale strumento fondamentale per la crescita sociale e civile della comunità, essenziale per il suo stesso sviluppo economico, si ricordano: il Concerto per Santo Stefano a Bologna, esempio fra l'altro di sinergia tra banca e assicurazione, promosso da "Il Resto del Carlino" e finalizzato alla raccolta fondi per il restauro della Basilica; i contributi al Teatro La Fenice di Venezia in occasione del Concerto di Capodanno 2010, alla stagione dell'opera del Teatro Comunale di Bologna, all'attività dell'Arena del Sole e al Teatro stabile di Genova. Di particolare successo la mostra "Salvador Dalí. Il sogno si avvicina" organizzata a Milano da Palazzo Reale e 24Ore Cultura e sponsorizzata da Unipol Gruppo Finanziario. In 134 giorni di apertura al pubblico, la mostra ha fatto segnare un totale di 330.000 visitatori con una media di 2.465 ingressi giornalieri, rappresentando così, nel settore mostre, il principale evento culturale italiano del 2010.

UGF Banca ha contribuito inoltre alle attività delle Librerie Coop, tra cui ad esempio le letture

della domenica dedicate ai più piccoli e, in particolare ha allestito negli spazi delle librerie pannelli e maxischermo interattivi che aiutano a vivere la libreria come un ambiente di socializzazione, confronto e contaminazione, e non come un semplice luogo di acquisto. Complessivamente sono così stati erogati oltre 1,2 milioni di euro.

L'impegno per la cultura si sviluppa anche grazie al supporto alla ricerca scientifica. A questo proposito il 2010, oltre alle borse di ricerca conferite dalla Fondazione Unipolis e successivamente rendicontate, ha visto l'importante sostegno alla Onlus "Associazione Amici del rene", legata all'Ospedale S. Bortolo di Vicenza ed in particolare al reparto di Nefrologia, Dialisi e Trapianto renale. Un progetto che prevede la strutturazione di un'ampia area ambulatoriale all'interno dell'ospedale, l'allestimento di un nuovo laboratorio di genetica dedicato e la continuazione dell'attività clinica e di ricerca tramite la dazione di borse di studio.

In linea con l'attenzione per la **sostenibilità ambientale**, si ricordano il supporto a Legambiente nella campagna nazionale "Spiagge e Fondali puliti", e la partecipazione di UGF Banca a Cooperambiente nel corso di Ecomondo, la fiera della sostenibilità ambientale a Rimini, oltre alla partnership con Mercedes Benz ed Enel in e-mobility, che è descritta nel successivo capitolo ambientale.

Per quanto riguarda le **generazioni future**, Unipol Gruppo Finanziario presta il proprio sostegno allo sport quale importante strumento per la crescita e veicolo di linguaggio universale per la realizzazione della persona, con un contributo per il 2010 superiore ad 1,1 milioni di euro. Anche per la stagione 2010-2011 si è così rinnovata la partnership con Briantea84, associazione che promuove l'integrazione delle

persone con disabilità attraverso l'attività agonistica. UGF Assicurazioni è anche *main sponsor* della Fortitudo Bologna Baseball, mentre UGF Banca sostiene il settore giovanile della Virtus basket. Il Gruppo non dimentica peraltro le associazioni sportive "minori", a conferma della sua partecipazione alla vita del territorio: fra le altre, la polisportiva "Acquadela" di Bologna, l'associazione di pallavolo di San Lazzaro, il settore giovanile della società di football americano Warriors Bologna e l'Associazione dilettantistica Pattinatori Bononia. Per un'impresa assicurativa il tema del rapporto tra le generazioni future e la sicurezza è un elemento strettamente connesso con l'attività caratteristica, per questo Unipol ha promosso insieme a "Il Resto del Carlino" nel 2010, in occasione del 125° anniversario del giornale, un premio letterario, rivolto ai giovani dai 16 ai 26 anni, dal titolo "Storie di ordinaria (in)sicurezza", mettendo a disposizione dei vincitori alcune borse di studio.

Anche nel 2010 si è inoltre confermato l'appuntamento con la Borsa di Studio intitolata a Grazia Fortuna Mascolo, figlia di un agente di Barletta rivolta a cinque ragazzi - figli di dipendenti, agenti, subagenti e personale di agenzia di tutte le società del Gruppo - in procinto di intraprendere gli studi universitari. Giunta alla sua undicesima edizione, ha premiato nel corso degli anni diversi giovani studenti con una brillante carriera scolastica.

Tra le iniziative di **carattere solidaristico** il Gruppo si è riconfermato partner di Save the Children, sostenendo in particolare il nuovo progetto Civico Zero, intervento rivolto a ragazzi e ragazze stranieri presenti a Roma, che vivono in condizioni di marginalità sociale e sono a rischio di devianza, criminalità e sfruttamento. In questo ambito, esempio di partecipazione trasversale con le **Organizzazioni Socie**,

TABELLA 14.2
CONTRIBUTI ALLA
COMUNITÀ (PER AMBITO)

Valori in euro

Ambito attività	valore 2010
Ambiente	132.660
Patrimonio artistico-culturale	1.264.678
Generazioni Future	1.112.569
Visibilità commerciale/istituzionale	1.129.271
Solidarietà	402.040
TOTALE	4.041.218

Fonte: Direzioni Amministrazione
di Gruppo

INIZIATIVE PER LA LEGALITÀ

IL GRUPPO UNIPOL DA ANNI È IMPEGNATO AL FIANCO DI LIBERA, ASSOCIAZIONI, NOMI E NUMERI CONTRO LE MAFIE, L'ASSOCIAZIONE COSTITUITA PER SOLLECITARE LA SOCIETÀ CIVILE NELLA LOTTA ALLE MAFIE E PROMUOVERE L'AFFERMAZIONE DI LEGALITÀ E GIUSTIZIA. QUESTO RAPPORTO SI È SVILUPPATO SOSTANZIALMENTE IN CINQUE AMBITI: CONTRIBUTI ATTRAVERSO LA CAMPAGNA "UN EURO PER POLIZZA E CC BANCARIO" E FINANZIAMENTI AGEVOLATI ALLE COOPERATIVE ADERENTI A LIBERA TERRA; PARTECIPAZIONE ALL'AGENZIA COOPERARE CON LIBERA TERRA; SENSIBILIZZAZIONE PRESSO I DIPENDENTI; SOSTEGNO ALL'ATTIVITÀ DELL'ASSOCIAZIONE LIBERA DA PARTE DELLA FONDAZIONE UNIPOLIS.

La campagna "Un euro per polizza e conto corrente" in particolare ha favorito la nascita di nuove imprese nel Sud d'Italia che operano nel rispetto della legalità, dell'ambiente e dell'etica.

Dalla fine del 2005, infatti, Unipol destina a Libera un euro per ogni nuova polizza e per ogni nuovo conto corrente stipulati nel quadro delle Convenzioni sottoscritte dalla Compagnia con le Organizzazioni Socie (i sindacati Cgil, Cisl, Uil, gli agricoltori della Cia, gli artigiani del Cna, la Legacoop e la Confesercenti), con l'Arco e il Sunia; da quest'anno, inoltre, l'impegno per la Banca si estenderà a tutti i conti correnti aperti. Complessivamente, sono stati raccolti in cinque anni circa 700mila euro, devoluti alle cooperative di giovani costituite per riutilizzare i beni confiscati alla mafia, di cui 140mila euro nel solo 2010. A beneficiarne sono state negli anni la cooperativa Placido Rizzotto e la Pio La Torre in Sicilia, Terre di Puglia in Puglia, Valle del Marro in Calabria, Le Terre di Don Peppe Diana in Campania e, nel 2010, la costituenda cooperativa di Crotone, in fase di formazione. Le aziende gestiscono soprattutto terreni agricoli, pari a circa settecento ettari, sui quali si realizzano produzioni di alta qualità nel settore agro-biologico a marchio "Libera Terra" e vengono effettuati campi di volontariato per i giovani nel periodo estivo.

Le cooperative Pio La Torre e Placido Rizzotto, inoltre, gestiscono insieme la cantina "Centopassi", marchio approdato a Vinitaly.

Sono 95 i giovani che, grazie a questi interventi, hanno trovato occupazione.

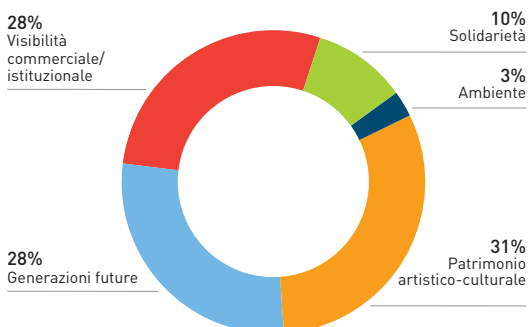
Complessivamente, alle Cooperative di Libera Terra e all'Associazione Libera negli ultimi cinque anni sono stati destinati oltre un milione di euro, cui vanno aggiunti i finanziamenti a tassi e condizioni particolarmente agevolate erogati dalla Banca del Gruppo.

L'impegno del Gruppo Unipol si è infatti concretizzato anche nel sostegno finanziario della "Calcestruzzi Ericina" tramite un finanziamento ventennale di 700mila euro, senza interessi e senza garanzia concesso dalla Banca per la costruzione di un nuovo impianto di riciclaggio inerti. L'azienda è così diventata un'attività confiscata alla mafia del trapanese e oggi gestita da una cooperativa di sei soci, già lavoratori dell'azienda prima del sequestro.

Dai silos "verdi" della nuova "Ericina Libera" esce cemento ecologico, in parte frutto del recupero della materia prima dalle macerie di demolizione. Unipol e la Fondazione Unipolis sono inoltre impegnati quali partner delle iniziative più importanti di Libera, tra cui: la Giornata Nazionale della Memoria, l'organizzazione dei Master in beni confiscati, il Festival Politicamente Scorretto, l'iniziativa Libero Cinema in Libera Terra.

Infine, per rafforzare la sensibilità dei dipendenti l'azienda ha organizzato un momento di incontro con Don Luigi Ciotti, rivolto a tutti i dipendenti, in occasione degli auguri di natale, ricorrenza nella quale è stato inoltre regalato un Dvd con un video realizzato da Cinemovel Foundation che racconta l'esperienza di Libero Cinema in Libera Terra.

GRAFICO 14.1
CONTRIBUTI ALLA
COMUNITÀ (PER AMBITO)



Fonte: Direzioni Amministrazione di Gruppo

il Gruppo ha contribuito alla campagna di raccolta fondi a sostegno della popolazione di Haiti colpita dal terremoto e lanciata dalla Presidenza nazionale della Lega delle cooperative, con una donazione di 30.000 euro. UGF Banca, inoltre, ha allestito il conto corrente intestato "Legacoop pro Haiti" sul quale far affluire le offerte del sistema cooperativo ed ha sostenuto un concerto destinato a raccogliere fondi in favore delle popolazioni colpite. Ancora, si ricordano il contributo alla Lilt per la ricerca sulla prevenzione dei tumori, l'appoggio di Linear alla Casa dei risvegli e a Medici senza Frontiere, quello di Bnl Vita per Telethon.

14.2 LA FONDAZIONE UNIPOLIS – SINTESI DEL BILANCIO DI MISSIONE 2010

Fondazione Unipolis ha scelto di realizzare, per la prima volta, il proprio Bilancio di Missione relativamente all'attività svolta nel 2010. Si tratta di una modalità di rendicontazione più strutturata e più trasparente, capace di meglio valorizzare l'impegno della Fondazione nei confronti della Comunità, oltre che del socio fondatore e dell'insieme dei propri Stakeholder.

In questa sede viene presentata una sintesi del Bilancio di Missione, che sarà pubblicata integralmente sul sito della Fondazione: www.fondazioneunipolis.org.

14.2.1 Chi siamo

Unipolis è la Fondazione d'impresa del Gruppo Unipol, del quale costituisce uno degli strumenti più rilevanti per la realizzazione di iniziative di responsabilità sociale e civile, nel quadro della più complessiva strategia di sostenibilità. La Fondazione persegue, senza scopo di lucro, finalità di ricerca scientifica e culturale, di promozione della sicurezza e dell'inclusione sociale, attraverso progetti e interventi diretti e in partnership con altri soggetti attivi nella comunità, e contribuendo con l'erogazione di risorse economiche ad azioni di solidarietà.

La Missione

In quanto espressione del Gruppo Unipol, la Fondazione Unipolis ne ha assunto pienamente l'impianto valoriale – Carta dei Valori e Codice Etico – e sviluppa la propria azione sulla base di una Missione coerente con quella dell'impresa

della quale è emanazione.

Facendo propria una strategia di sostenibilità di lungo periodo, la Fondazione Unipolis persegue obiettivi di crescita culturale, sociale e civile delle persone e della comunità. Opera su quattro ambiti fondamentali di intervento – cultura, ricerca, sicurezza, solidarietà – privilegiando l'attenzione e l'impegno nei confronti dello sviluppo della conoscenza e della formazione, in particolare delle nuove generazioni.

Il Governo e la gestione della fondazione

Sulla base di quanto previsto dalla Statuto, il governo della Fondazione è garantito da un Consiglio di Amministrazione, espresso dal socio fondatore, cioè Unipol Gruppo Finanziario.

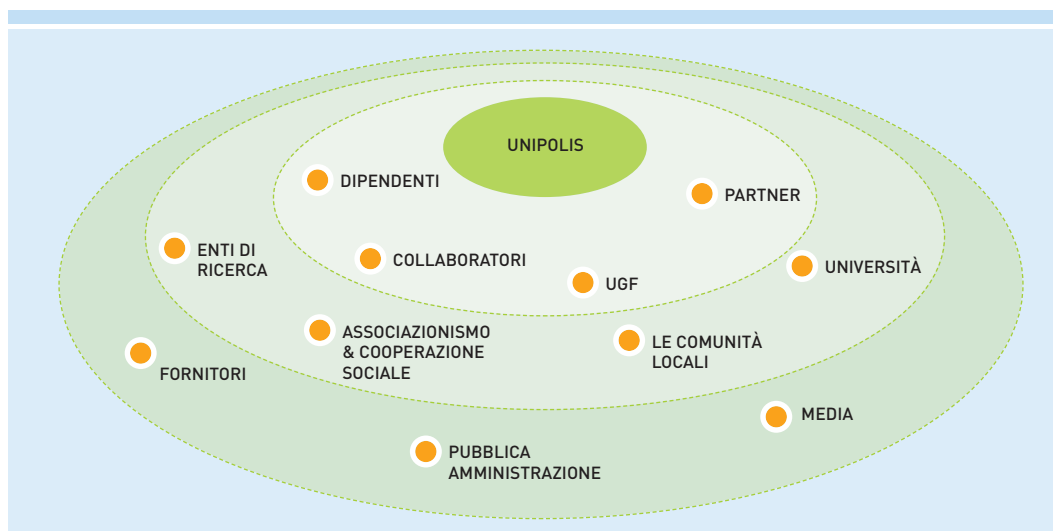
Il Consiglio nomina il Presidente e il Consigliere Delegato, nonché una Presidenza e il Direttore.

La gestione operativa della Fondazione Unipolis viene realizzata attraverso il lavoro delle persone che fanno parte dello Staff, attualmente cinque persone, sotto la guida e la responsabilità del Direttore.

Gli Stakeholder

La Fondazione ha elaborato una propria "mappa" degli Stakeholder che solo in parte si identifica con quella del Gruppo Unipol del quale essa è espressione, in quanto tiene evidentemente conto della specificità del ruolo e della propria missione. La "mappa", configurata come una serie di ellissi concentriche con al centro Unipolis, definisce il grado di incidenza, inclusione e correlazione rispetto agli Stakeholder da parte della Fondazione in relazione alle propri attività.

GRAFICO14.2
LA MAPPA DEGLI
STAKEHOLDER



14.2.2 Cosa facciamo

Sono quattro gli ambiti fondamentali sui quali la Fondazione Unipolis sviluppa la propria attività: Cultura; Ricerca; Sicurezza e Solidarietà.

Cultura

Sviluppo della conoscenza, promozione e diffusione della cultura, costituiscono oggi fattori essenziali per la crescita sociale e civile delle persone e delle comunità: significa dotare gli individui e le collettività degli strumenti indispensabili per l'esercizio della libertà e dell'autonomia, per assumere un ruolo nella società e nel rapporto con gli altri.

Proprio a partire da questa consapevolezza, la Fondazione ha operato e opera per lo sviluppo e la realizzazione di progetti, sia in proprio che in partnership, per favorire la creazione di nuove opportunità espressive e, soprattutto, per agevolare l'accesso alla cultura, alla conoscenza, all'educazione da parte delle persone più deboli, o comunque in condizioni difficili e che sono perlopiù escluse da queste opportunità.

Il 2010 è stato l'anno nel quale si è concretizzato il progetto, avviato l'anno precedente, denominato "culturability – la responsabilità della cultura per una società sostenibile".

Il progetto è stato costruito con il concorso di una molteplicità di soggetti e di persone; ha visto il coinvolgimento di esperti e operatori della cultura e del mondo sociale e associativo, per la definizione della visione e delle opzioni strategiche dell'iniziativa, configurando un vero e proprio "manifesto" di culturability. Si sono svolte due iniziative pubbliche molto partecipate (la prima ancora nel luglio 2009) che hanno permesso di confrontare apertamente idee e proposte.

Dal "manifesto" si è passati alla concretizzazione delle iniziative. La realizzazione di un sito internet dedicato (ma sempre collegato alla Fondazione Unipolis), con lo scopo di diffondere informazioni su progetti e attività culturali, specificatamente orientate ad aspetti sociali e inclusivi della cultura e, in secondo luogo a promuovere e sviluppare la discussione intorno alle tematiche di maggiore rilevanza culturale, sempre nell'ottica definita dal "manifesto". In secondo luogo, si è proceduto

alla identificazione di un progetto culturale a forte valenza sociale da realizzare nel territorio, con il sostegno di Unipolis, ma attraverso un attivo coinvolgimento e partecipazione di organizzazioni e persone operanti nello specifico contesto e in grado di dare continuità all'iniziativa. Da qui il progetto della "Bibliocasa" dell'Aquila.

Sempre nell'ottica di promuovere la cultura a fini sociali, soprattutto nei confronti dei giovani, la seconda edizione del Bando "Le Chiavi del Sorriso" è stata espressamente rivolta al sostegno a progetti che utilizzano la cultura con l'obiettivo di realizzare maggiore inclusione.

Ricerca

Lo studio, l'approfondimento, l'ampliamento degli orizzonti del sapere, sono alla base dell'innovazione e, quindi dei processi in grado di alimentare il benessere e la qualità della vita, oltre la semplice dimensione economica. Da qui la scelta della Fondazione Unipolis di contribuire allo sviluppo dell'attività di ricerca, privilegiando i campi collegati, direttamente e indirettamente, alla missione che essa si è data.

Unipolis, perciò, realizza e promuove 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. I cambiamenti demografici e degli stili di vita, indotti anche dallo sviluppo delle nuove tecnologie, richiedono nuovi approcci analitici e propositivi, ad esempio in materia di Welfare ed assistenza, ma anche del sistema di istruzione, come della capacità delle imprese di ripensare la loro funzione sociale, alla luce dei processi di globalizzazione. Rientra in questa impostazione, la decisione di stabilire relazioni con Università e mondo accademico, con centri di ricerca impegnati nello studio e nell'analisi della società.

In particolare, a partire dal 2009 è diventato operativo un accordo con l'Università di Bologna e la Fondazione Alma Mater, finalizzato a sostenere attività di ricerca realizzate da giovani ricercatori studiosi.

In questo quadro, nel 2010 sono state portate a termine, e presentate pubblicamente, due ricerche in ambito Welfare, condotte da giovani

operanti nel Dipartimento di Economia e nella Facoltà di Economia. Inoltre, sono stati deliberati due assegni di ricerca: uno al Dipartimento di Scienze Giuridiche per la realizzazione della seconda fase della ricerca su "Governance e responsabilità sociale" (la prima parte, svolta nel 2009, ha riguardato l'analisi dei Codici etici delle imprese italiane); il secondo con il Dipartimento di Scienze dell'Educazione, per una ricerca su tematiche legate alla sicurezza sul lavoro, nell'ambito del tavolo salute e sicurezza sul lavoro presso la Fondazione Alma Mater e di cui Unipolis è partner promotore.

Sicurezza

La sicurezza è una delle questioni centrali della società moderna. Ed è trasversale a molteplici aspetti della vita delle persone, legata com'è a temi che vanno dai rischi individuali a quelli collettivi, dalla tutela ambientale a quella dell'alimentazione, dalla difesa dell'incolumità personale a quella delle comunità dall'aggressione e dai condizionamenti della criminalità organizzata, dalla protezione sociale alla sicurezza sul lavoro a quella sulla strada.

La sicurezza non può che configurarsi come un tema cardine dell'attività della Fondazione Unipolis, intrinseca com'è alla missione e al ruolo sociale di Unipol. La problematica viene declinata e sviluppata, quindi, sotto diversi aspetti e con iniziative che spesso sono – come nel caso della cultura – intrecciate a tutti e quattro i fondamentali assi di attività della Fondazione.

L'obiettivo di ricondurre la sicurezza al suo originario significato e obiettivo sociale, è all'origine del lavoro che la Fondazione Unipolis, dal 2007, realizza con l'istituto di ricerca DemoS&Pi, che ha portato all'elaborazione dell'annuale Rapporto sulla sicurezza. Attività che si caratterizza per la sua innovatività e che si è arricchita nel tempo di altri contributi specifici – a cominciare da quello dell'Osservatorio di Pavia sul ruolo dell'informazione televisiva – che hanno portato alla nascita, nel corso del 2010, dell'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza e alla realizzazione dei suoi report periodici, oltre a quello annuale, diventato un vero e proprio punto di riferimento per tutti coloro che si occupano di queste problematiche. Così, la sicurezza stradale costituisce l'ambito

storicamente più frequentato dalla Fondazione, attraverso il progetto "Sicustrada", che nel corso del 2010 ha intrapreso anche nuove modalità. In particolare, attraverso il progetto "Sicurstory" che ha visto il coinvolgimento di dipendenti e agenti del Gruppo Unipol in un concorso teso a individuare le situazioni più a rischio sulla strada per farle diventare delle "storie" e trasformarle in cartoni animati da utilizzare come strumento e modalità di sensibilizzazione al tema.

La dimensione della sicurezza sul lavoro, una delle piaghe più rilevanti della nostra società, ha trovato nell'impegno accanto alla Fondazione Alma Mater, un nuovo terreno di iniziativa, che coniuga ancora una volta ricerca (Unipolis ha finanziato un assegno per un giovane ricercatore) e impegno sociale.

Uno capitolo a sé, per particolarità e rilevanza, merita il rapporto che si è storicamente consolidato con *Libera – Associazioni, numeri e nomi contro le mafie*. L'impegno per combattere la criminalità organizzata e le forme di condizionamento e oppressione che ne derivano è strettamente connesso a quello per promuovere una cultura della legalità, affermare i valori di giustizia e legalità, per il diritto a un lavoro giusto e pulito. Insieme all'attività di Unipol per il sostegno alla costituzione e allo sviluppo delle cooperative sui beni confiscati alle mafie, la Fondazione Unipolis è al fianco di Libera, con un concreto aiuto economico e altre iniziative, nello sviluppo della attività di sensibilizzazione, educazione, crescita culturale e civile, soprattutto nei confronti dei giovani.

Solidarietà

Da parte della Fondazione Unipolis la solidarietà è intesa in una accezione assai più ampia di quella che viene normalmente utilizzata con questo termine: non tanto e non solo erogazione di contributi in chiave di beneficenza, ma impegno attivo nei confronti delle organizzazioni che operano nella società civile a favore delle persone più deboli. Così, molte delle iniziative assunte nell'ambito degli altri filoni di attività della Fondazione – cultura, ricerca, sicurezza – hanno una loro peculiare caratterizzazione in senso sociale e solidale. Infatti, in un'ottica di sussidiarietà e responsabilità sociale, la Fondazione Unipolis destina una parte delle

proprie risorse a interventi sociali e di solidarietà, attraverso progetti realizzati in partnership con soggetti istituzionali, del non profit e della cooperazione sociale. In questo quadro naturalmente possono essere ricompresi i progetti di ambito culturale, compresi l'intervento a L'Aquila e le Chiavi del Sorriso così come il sostegno a Libera. Per altro verso, vanno invece segnalati il progetto biennale, conclusosi nel 2010, in Brasile a favore di Unisol per lo sviluppo delle piccole imprese sociali nelle aree più povere del paese.

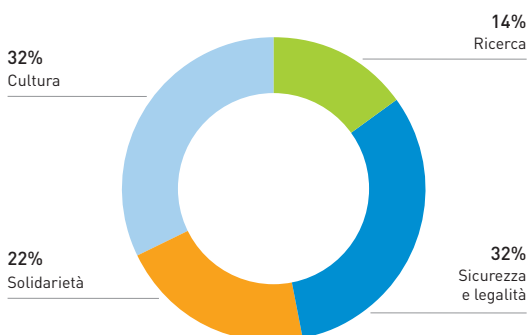
Così come, per altri versi è il sostegno pluriennale che, attraverso la Fondazione Barberini per la storia e civiltà della cooperazione, viene dato ai soci delle cooperative in dissesto, che hanno perduto lavoro e quote sociali.

14.2.3 Le risorse e gli impieghi

Nel 2010 la Fondazione Unipolis ha ricevuto dal socio fondatore Unipol Gruppo Finanziario, un contributo pari a 1.238.000 euro che, sommati a risorse accantonate dall'esercizio precedente per circa 178 mila euro per progetti da realizzare già preventivati, hanno consentito una gestione equilibrata dell'attività. In particolare, sono state compiute scelte volte a contenere i costi di gestione – personale e funzionamento – per privilegiare impieghi su progetti e iniziative. Mentre i primi sono scesi di circa il 2% i secondi sono saliti di quasi il 3%. Anche nel 2010 sono stati tuttavia accantonate risorse per circa 100 mila euro che verranno destinate a progetti da realizzare nell'anno nuovo. La ripartizione degli impieghi sul 2010 per le linee di azione evidenzia l'impegno significativo della Fondazione sulla sicurezza e legalità (32%) e sulla cultura (32%) in coerenza con l'attività caratteristica della Compagnia e le linee guida di cui si è dotata.

Complessivamente queste attività si sono realizzate con una rete di 363 organizzazioni, di cui 27 enti istituzionali, 279 associazioni e 13 organizzazioni.

GRAFICO 14.3
RIPARTIZIONE IMPIEGHI
PER AREA TEMATICA



Fonte: Bilancio di Missione
Fondazione Unipolis

TABELLA 14.3
SCHEMA SINTETICO
DEL BILANCIO 2010
ENTRATE E USCITE

ENTRATE	
Contributo socio fondatore	1.238.000
Accantonamento 2009 per progetti da realizzare	178.000
Entrate varie	9.000
Totale	1.425.000
USCITE	
Progetti propri o in partnership	618.000
Erogazioni liberali	253.000
Costi gestionali	216.000
Costi personale	212.000
Oneri vari	16.000
Accantonamento per progetti da realizzare	110.000
Totale	1.425.000

Fonte: Bilancio di Missione
Fondazione Unipolis



LA PERFORMANCE AMBIENTALE



15. GLI IMPATTI AMBIENTALI

15.1 LE TIPOLOGIE DI IMPATTO

Le attività del Gruppo Unipol impattano sull'ambiente sia direttamente (tramite le attività realizzate) che indirettamente (tramite le attività connesse al perseguimento del core business, ma non direttamente realizzate dall'Azienda). Per entrambe, già da alcuni anni, sono stati individuati gli ambiti prioritari di intervento (tre diretti e tre indiretti) e sono state realizzate azioni volte alla diminuzione dell'impatto ambientale. L'Azienda ha definito le proprie politiche, orientate tanto a monitorare in maniera strutturata l'impatto ambientale, quanto a ridurlo nella maniera più rilevante possibile. Al termine di questo processo sono state identificate dal management le azioni da intraprendersi per intervenire concretamente negli ambiti individuati e secondo le politiche scelte.

Lo schema seguente illustra graficamente quali sono stati gli ambiti individuati, che rappresentano una parte consistente rispetto a quelli sui quali si impegnano le società del Gruppo, sia assicurative che bancarie, e comprende le azioni realizzate specificatamente nel 2010, per quanto spesso si tratti di interventi iniziati e/o studiati negli anni precedenti.

Nei paragrafi successivi verranno illustrati in maniera precisa i risultati raggiunti per ciascun ambito, partendo dal presupposto che ve ne sono alcuni di più difficile realizzazione, per i quali il Gruppo intende comunque lavorare negli anni prossimi. Questo accade specialmente negli impatti indiretti, per ragioni imputabili alle poche leve di cui dispone l'Azienda per intervenire.

IMPATTI DIRETTI

AMBITO	POLITICA	AZIONE
1 IMMOBILI	Montaggio e riduzione consumi di input	Controllo consumi termici Controllo consumi idrici Controllo consumi energetici
	Valutazione e riduzione consumi di output	Diminuzione rifiuti prodotti Diminuzione CO ₂ emessa
2 MOBILITÀ DEI LAVORATORI	Definizione politiche e controllo consumi	Monitoraggio spostamenti casa-lavoro Policy sulle trasferte Sistema di car pooling
3 CONSUMI CARTA	Monitoraggio	Accentramento ordini degli stampati per agenzia Acquisto e diffusione stampanti multifunzione

IMPATTI INDIRETTI

AMBITO	POLITICA	AZIONE
1 SERVIZI POSTALI	Diminuzione consumi carta	Razionalizzazione flussi
2 IMPATTI AMBIENTALI DEGLI ASSICURATI	Monitoraggio e riduzione impatto ambientale delle persone e delle aziende	Tagliacarta, finanziamenti per fotovoltaico, prestiti o agevolazioni per green economy
3 IMPATTI AMBIENTALI DEI FORNITORI	Monitoraggio e riduzione impatto ambientale dei fornitori	Valorizzazione sistemi di gestione ambientale (anche con il portale fornitori)

Riguardo, invece, le leve a disposizione per migliorare le proprie performance, nel 2010 il Gruppo ha utilizzato:

- la sensibilizzazione dei dipendenti verso comportamenti virtuosi (ad esempio mettendo a disposizione il *car pooling*);
- l'incremento del grado di virtualizzazione

tramite sistemi informativi all'avanguardia ed in continua evoluzione, in modo da ridurre – in special modo e ad esempio – i flussi di carta;

- la ristrutturazione, per quel che concerne gli immobili, definita in un'ottica di riduzione degli sprechi ed efficientamento delle prestazioni in chiave ambientale.

15.2 I CONSUMI

15.2.1 I consumi energetici

Per diminuire i suoi impatti diretti in materia di emissioni prodotte dai consumi energetici, nel 2010 il Gruppo ha investito in maniera significativa sul **fotovoltaico**. Nel corso dell'anno, infatti, si è definito l'intervento sul fabbricato di Porta Europa a Bologna, oltre a predisporre la realizzazione di impianti fotovoltaici per la Torre di Via Larga (sempre a Bologna), di cui il presente Bilancio riferisce in un'apposita scheda. A Porta Europa, nello specifico, è stato installato un impianto fotovoltaico di potenza nominale pari a 20 KWp, destinato ad operare in parallelo alla rete elettrica.

Si tratta di un impianto che provvede ad erogare energia verso la rete generale, oltre che a coprire parte del fabbisogno energetico del boiler per acqua calda dell'edificio stesso. Essendo entrato, di fatto, a regime nei primi mesi del 2011, in questo contesto è possibile soltanto ipotizzare che l'impianto, in relazione al materiale in cui è realizzato ed alla configurazione progettuale adottata, produrrà circa 23.300 KWh annui.

In merito al monitoraggio dei **consumi elettrici** totali si riscontra un lieve incremento, pari al 6%, dovuto essenzialmente all'apertura della nuova sede di Porta Europa e all'incremento complessivo del numero dei dipendenti.

D'altro canto, analizzando il consumo elettrico pro capite si evidenzia una contrazione del 9%, grazie agli interventi di ecoefficienza attuati. La significativa diminuzione dei consumi per la sede del Pilastro a Bologna è dovuta alla sostituzione di una unità di trattamento aria con una nuova a recupero energetico e al trasferimento del server nel *data center* centrale. Un'importante area di incidenza sui consumi elettrici è rappresentata dalle attrezzature informatiche utilizzate dai dipendenti e dai Centri di elaborazione dati (Ced), sia per il funzionamento delle macchine che per il condizionamento degli ambienti in cui sono situate.

I Ced rappresentano circa il 20% dei consumi totali ad eccezione della sede di Stalingrado dove tale percentuale cresce essendovi situato il *data center* di Gruppo.

TABELLA 15.1
CONSUMI ELETTRICI

	2010		2009		2008	
	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente
Porta Europa (BO)	833.861	4.532	-	-	-	-
San Donato (MI)	6.878.307	6.328	6.877.981	6.163	6.800.061	6.391
Costituzione (BO)	4.551.020	7.970	4.035.673	7.324	3.975.537	7.228
Stalingrado (BO)	4.658.901	4.076	4.834.438	4.375	4.813.605	4.121
Calzoni (BO)	377.676	4.721	290.336	3.923	314.375	4.137
Esquilino totale (Roma)	1.722.996	6.381	1.529.178	5.097	1.262.108	4.854
Gomito (BO)	733.810	1.723	717.326	1.807	nd	nd
Pilastro (BO)	841.052	2.162	1.142.539	2.922	1.533.664	3.922
TOTALE	20.597.623	5.021	19.427.471	5.493	18.699.350	5.329

I **consumi termici** e quelli frigoriferi risentono in maniera diretta delle condizioni atmosferiche e meteorologiche dell'anno in questione.

I consumi termici sono cresciuti del 20% a fronte, in particolare, dell'apertura della nuova sede di Porta Europa caratterizzata, tra l'altro, da consumi particolarmente elevati dovuti al fatto che l'edificio non è ancora ultimato ed è stato necessario, per buona parte del 2010, un utilizzo maggiore del riscaldamento per la parte ancora in fase di ultimazione.

I **consumi frigoriferi** complessivi hanno registrato nel 2010 una crescita significativa in parte dovuta all'inserimento di tre nuovi stabili nel monitoraggio; in merito ai consumi

pro capite si registra un incremento particolare nelle sedi di Stalingrado e Costituzione. Nel primo caso ciò è dovuto alla realizzazione del data center di Gruppo che, avendo concentrato diverse macchine, necessita di maggiore raffreddamento. Nel secondo caso, per ridurre l'alto consumo frigorifero l'Azienda ha dotato l'edificio di pellicole a protezione, poste sulle vetrate per diminuire il riscaldamento solare dei mesi estivi. Con questo intervento (i cui risultati saranno visibili sui consumi frigoriferi a partire dal 2011) si persegue un duplice obiettivo:

- diminuire l'uso del condizionamento,
- aumentare il benessere dei dipendenti che hanno il proprio ufficio nella parte esposta al sole.

TABELLA 15.2
CONSUMI TERMICI

	2010		2009		2008	
	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente
Porta Europa (BO)	2.003	10,9	-	-	-	-
San Donato (MI)	5.421	5,0	4.894	4,4	4.828	4,5
Costituzione (BO)	2.053	3,6	1.749	3,2	1.554	2,8
Stalingrado (BO)	3.778	3,3	3.652	3,3	3.363	2,9
Calzoni (BO)	316	3,9	333	4,5	282	3,7
Esquilino 5 e 12 (Roma)*	803	3,0	696	2,3	515	2,0
Gomito (BO)	1.675	3,9	844	2,1	nd	nd
Pilastro (BO)	1.428	3,7	1.721	4,4	995	2,5
Totale	17.477	4,3	13.889	4,5	11.537	3,7

Fonte:
Direzione Amministrazione e Operations

* Per quanto riguarda gli immobili di Roma (Esquilino 5 e 12), essendo presenti macchine uniche sia per il raffrescamento che per il calore, i dati relativi ai consumi termici e frigoriferi sono stati calcolati distribuendoli in ugual misura.

TABELLA 15.3
CONSUMI FRIGORIFERI

	2010		2009		2008	
	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente	Consumo KWh/anno	Consumo per dipendente
Porta Europa (BO)	1.087	5,9	-	-	-	-
San Donato (MI)	8.295	7,6	5.275	4,7	4.752	4,5
Costituzione (BO)	6.476	11,3	1.172	2,1	1.127	2,0
Stalingrado (BO)	6.252	5,5	1.808	1,6	1.666	1,4
Calzoni (BO)	145	1,8	135	1,8	117	1,5
Esquilino 5 e 12 (Roma)*	997	3,7	696	2,3	515	2,0
Gomito (BO)	1.185	2,8	-	-	nd	nd
Pilastro (BO)	935	2,4	-	-	-	-
Totale	25.372	6,2	9.087	3,0	8.177	2,6

Fonte:
Direzione Amministrazione e Operations

* Per quanto riguarda gli immobili di Roma (Esquilino 5 e 12), essendo presenti macchine uniche sia per il raffrescamento che per il calore, i dati relativi ai consumi termici e frigoriferi sono stati calcolati distribuendoli in ugual misura.

LA TORRE DI VIA LARGA

NEL PIÙ AMPIO NOVERO DI INIZIATIVE CHE UNIPOL HA INTRAPRESO NEGLI ULTIMI ANNI IN CAMPO AMBIENTALE SI INSERISCE IL PROGETTO DI COSTRUZIONE DELLA TORRE DI VIA LARGA, NELLA ZONA EST DI BOLOGNA, SOLUZIONE CHE MIRA A CONTRIBUIRE ALLA CREAZIONE DI UN NUCLEO DI ATTRAZIONE CITTADINO VOLTO ALLA RIQUALIFICAZIONE URBANA DI UNA ZONA INDUSTRIALE, IN PARTE RICONVERTITA.

L'impegno per la sostenibilità si è concretizzato sull'intero progetto fin dalla fase di ideazione: dalla progettazione alla scelta dei materiali; dal processo produttivo all'organizzazione del cantiere, operando per coniugare sicurezza, rispetto e tutela dei lavoratori, dell'ambiente e del contesto urbano. L'obiettivo della proprietà è quello di coniugare ed armonizzare più esigenze con una nuova sensibilità etica attingendo alla più moderna tecnologia e ponendo il risparmio energetico e l'uso di energie rinnovabili come scelte strategiche. L'elaborazione della proposta è il risultato di un lungo processo di concertazione fra la proprietà, il Comune di Bologna e gli altri Enti interessati, supportata da un'analisi di Valsia (fra le prime nel Comune di Bologna) con benefici di più ampio respiro per la città, tra cui la bonifica del sito che ha consentito di ripristinare lo stato del suolo a parametri migliori di quelli normalmente richiesti dalla normativa, rendendolo compatibile all'utilizzo per la funzione residenziale. Le principali linee del nuovo assetto infrastrutturale mirano a una maggiore interconnessione fra i sistemi viario, ciclo-pedonale, trasporto pubblico di bus e ferrovia e ad una fluidificazione dei flussi viari. Si è inoltre previsto di ricavare un'area di verde pubblico in una zona extra comparto (ma sempre all'interno del quartiere) di superficie quasi doppia rispetto alla superficie normalmente richiesta dallo standard urbanistico. Certificata Leed U.S. Green Building Council, la Torre diventerà il più alto grattacielo dell'Emilia, 125 metri su 32 piani totali fuori terra ed una superficie utile complessiva di circa 15.250 mq. Oltre alla Torre sarà presente una piastra multifunzionale di circa 5.500 mq con un albergo per un totale di circa 10.500 mq, che sarà sviluppato in un corpo edilizio a differenti altezze ed il cui piano terra sarà collegato formalmente alla piastra multifunzionale, che comprenderà anche un centro commerciale e un parcheggio interrato. La piazza centrale del complesso sarà caratterizzata da una "vela" di copertura con funzioni di schermatura solare ad alto rendimento energetico (sfruttamento energie rinnovabili). La proprietà Unipol ha richiesto ai progettisti, lo studio Open Project, di realizzare un approfondito studio sull'orientamento dell'edificio al fine di raggiungere gli obiettivi di una maggiore difesa dagli orientamenti

critici dell'estate, di una adeguata esposizione agli orientamenti solari dell'inverno e di allontanamento dalle fonti di rumore. Tale esigenza ha orientato la ricerca per le soluzioni di facciata della Torre uffici: la scelta della forma quasi trapezoidale ha infine permesso di far prevalere l'orientamento nord-sud e di limitare lo sviluppo di facciata ad Ovest, dove sono stati collocati invece i locali tecnici e il vano scala/ascensore a cuscinetto della zona uffici. Le facciate esposte a Sud e a Est sono realizzate con tecnologia a doppia pelle con "intercapedine dinamica discontinua a corridoi orizzontali e frangisole a lamelle orientabili" per ridurre le dispersioni di calore e sfruttare al massimo la luce diurna, ottimizzando i consumi e garantendo un elevato confort interno. La scelta dei materiali utilizzati risponde al criterio della positività/tollerabilità e della loro sostenibilità: riciclabili come vetro, alluminio e legno (particolarmente durevoli) e coibenti come vetro cellulare e fibre minerali, che garantiscono le prestazioni nel tempo.

Il progetto si caratterizza anche per l'utilizzo di energie rinnovabili attraverso pannelli fotovoltaici installati sia in copertura (di tipo monocristallino a base silicio), sia in facciata (esente da silicio e completamente integrato alle pannellature in vetro smaltato) sull'intero sviluppo del prospetto Ovest dell'edificio. La potenza di picco complessiva è pari a 52,5 KW per il sistema fotovoltaico installato in copertura e a 91,65 KW per quello in facciata: la somma dei due sistemi installati è pari a 144,15 KWp. Su una superficie utile complessiva di 15.000 mq, la potenza installata complessiva è dunque quasi doppia rispetto alla potenza richiesta dalla Delibera 156/08 (pari a $15.000/100 \times 0,5 = 75$ KWp).

Il cantiere della Torre è anche luogo di creazione di buone prassi in materia di sicurezza sul lavoro. Cmb, socio del Ccc quale partner di Unipol nella realizzazione del progetto, che ha un Programma di Responsabilità Sociale di Impresa e una precisa Politica per la Qualità, la Sicurezza sul Lavoro e l'Ambiente, ha adottato tutte le tecnologie di ultima generazione per la costruzione in altezza e vi sperimenta il programma "Sicuri per Mestiere" volto a definire comportamenti di sicurezza coerenti con gli impegni assunti. Questa esperienza è inoltre oggetto di studio da parte del "Tavolo salute e sicurezza sul lavoro", promosso e coordinato dalla Fondazione Alma Mater (Università di Bologna), cui partecipa attivamente come partner la Fondazione Unipolis (Fondazione d'impresa del Gruppo Unipol), che sostiene anche alcuni specifici progetti di ricerca ad opera di giovani ricercatori. La conclusione dei lavori è prevista entro la fine dell'anno 2012.

¹ Acronimo che indica la Valutazione degli Studi di Impatto Ambientale per i piani e le opere pubbliche nel Comune di Bologna

15.2.2 I consumi idrici

I consumi complessivi di acqua sono stati nel 2010 pari a 168.847 m³, con un incremento dell'11% rispetto allo scorso anno se si considerano i medesimi stabili rilevati nel 2009. Infatti, nel 2010, per la prima volta sono state introdotte nella rilevazione le sedi di via del Gomito e di Porta Europa, ed il consumo procapite è rimasto sostanzialmente invariato. Dal confronto con gli anni precedenti si osserva una diminuzione significativa dei consumi delle due sedi di via Stalingrado e Piazza della

Costituzione a Bologna, dovuta in particolare alla sostituzione con fioriere delle fontane precedentemente in funzione. Particolarmente cresciuti sono invece i consumi relativi alla sede di San Donato Milanese, nella quale vi è un impianto di climatizzazione con torri evaporative condensate ad acqua che ha utilizzato per il condizionamento 79.430 m³ d'acqua. Viceversa, se si considera il dato relativo esclusivamente al consumo per uso igienico-sanitario, il consumo pro capite dei dipendenti è pari a 26 m³ in linea con quelli delle altre società del Gruppo.

TABELLA 15.4
CONSUMI IDRICI

	2010		2009		2008	
	Consumo m ³ /anno	Consumo per dipendente	Consumo m ³ /anno	Consumo per dipendente	Consumo m ³ /anno	Consumo per dipendente
Porta Europa (BO)	4.050	22				
San Donato (MI)	107.392	99	63.604	57	74.063	70
Costituzione (BO)	10.130	18	12.040	22	9.817	18
Stalingrado (BO)	19.700	17	37.920	34	26.727	23
Calzoni (BO)	1.839	23	922	12	1.249	16
Esquilino 5 e 12 (Roma)	13.806	51	21.769	73	15.693	60
Gomito (BO)	5.205	12	nd	nd	nd	nd
Pilastro (BO)	6.724	17	5.526	14	6.730	17
Totale	168.847	41	141.781	46	134.279	43

Fonte: Direzione Amministrazione e Operations

15.3 LE EMISSIONI

15.3.1 Le emissioni di CO₂

Facendo seguito a quanto pubblicato nel precedente Bilancio di sostenibilità, anche in questa edizione vengono rendicontate le emissioni di CO₂ prodotte dal Gruppo nello svolgimento delle proprie attività. Se nel precedente, quindi, venivano presentati per la prima volta i dati, in questo Bilancio si ha la possibilità di confrontarli e valutare eventuali

miglioramenti/peggioramenti rispetto al 2009, in modo da dare continuità al monitoraggio ed avere elementi per definire eventuali azioni correttive.

Per realizzare il calcolo sono stati confermati i parametri utilizzati lo scorso anno, derivanti dalla metodologia Ghg Protocol (Greenhouse Gas Protocol Initiative).

TABELLA 15.5
EMISSIONI IN TON. DI CO₂
RELATIVE AI VIAGGI IN AUTO,
TRENO E AEREO

	2010		2009		var.% 10-09	var.% 10-09
	Km percorsi	Emissioni t (CO ₂)	Km percorsi	Emissioni t (CO ₂)	Km percorsi	Emissioni t (CO ₂)
Auto	12.881.588	1.932,24	13.300.081	1.994,99	-3	-3
Treno	8.035.636	353,57	6.649.787	292,59	21	21
Aereo	2.223.845	311,34	3.624.000	507,36	-39	-39
Totale	23.141.069	2.597,15	23.573.868	2.794,94	-2	-7

Fonte: Direzioni Risorse Umane e Organizzazione, Amministrazione e Operations

Nota: le emissioni sono stimate sulla base dei seguenti coefficienti: 100 percorsi da auto di taglia media = 0,15 kg di CO₂; treno 44gr per Km percorso; aereo 140gr per Km percorso

Il calcolo di tali emissioni include quelle prodotte dalle trasferte e dai consumi energetici.

Nel 2010, i dipendenti del Gruppo hanno effettuato viaggi di lavoro per complessivi 23.141.069 chilometri, di cui circa l'80% in auto, il resto in treno e in aereo. I dati relativi evidenziano un decremento sia per l'utilizzo dell'automobile (-3%) che, soprattutto, dei viaggi in aereo diminuiti quasi del 40% a conferma dell'impegno profuso per la sensibilizzazione all'utilizzo sostenibile dei trasporti: in tal senso va letto anche l'aumento dei viaggi in treno.

In merito, invece, ai consumi energetici delle sedi, i dati evidenziano un globale incremento della CO₂ prodotta, in parte spiegabile con i consumi della nuova sede di Porta Europa e in parte per l'inserimento di rilevazioni precedentemente non presenti.

15.3.2 La gestione dei rifiuti

I rifiuti generati dall'attività del Gruppo si riferiscono principalmente al materiale da ufficio. Negli ultimi anni è stata avviata un'importante azione di contenimento dei rifiuti prodotti e di differenziazione nel processo di raccolta e di smaltimento.

Vengono raccolti con modalità differenziata: toner e materiali per stampanti; carta da ufficio; lattine e plastica (principalmente proveniente dai distributori disposti nei diversi punti ristoro delle sedi); rifiuti infermieristici delle infermerie presenti nelle sedi del Gruppo.

Per quel che riguarda i prodotti per stampanti, nel 2010 sono stati acquistati per tutte le Società del Gruppo i seguenti materiali:

I **toner**, che comprendono anche quelli per le agenzie assicurative e delle filiali bancarie per la stampa di contratti e documenti bancari, sono in

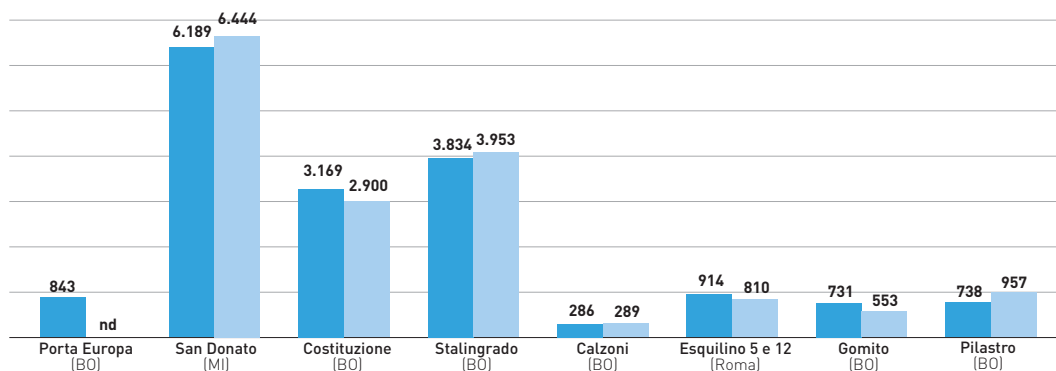
TABELLA 15.6
EMISSIONI IN TONNELLATE
DI CO₂ RELATIVE AI
CONSUMI ENERGETICI

	2010				2009				var.% 10-09
	Consumi elettrici	Consumi termici	Consumi frigoriferi	Totale	Consumi elettrici	Consumi termici	Consumi frigoriferi	Totale	
Porta Europa	442	401		843					
San Donato (MI)	3.646	1.335	1.208	6.189	3.901	1.223	1.319	6.444	-4
Costituzione (BO)	2.412	513	244	3.169	2.170	437	293	2.900	9
Stalingrado (BO)	2.511	945	378	3.834	2.588	913	452	3.953	-3
Calzoni (BO)	179	79	28	286	172	83	34	289	-1
Esquilino 5 e 12 (Roma)	914			914	810	nd	nd	810	13
Gomito (BO)	389	342		731	380	172	-	553	32
Pilastro (BO)	446	292		738	606	352	-	957	-23
Totale	10.939	3.907	1.858	16.704	10.627	3.180	2.098	15.906	5

Fonte: Direzione Amministrazione e Operations

Nota: le emissioni sono stimate sulla base dei seguenti coefficienti:
1 kWh elettrico = 0,53 kg di CO₂; 1 kWh termico = 0,25 kg di CO₂; 1 kWh frigorifero = 0,25 kg di CO₂.

GRAFICO 15.1
EMISSIONI IN KG DI CO₂
PER M² RELATIVE AI
CONSUMI ENERGETICI 2010



Fonte: Direzione Amministrazione e Operations

prevalenza - 81% - relativi a tre modelli di stampanti. Forniti direttamente dalla casa costruttrice (Ibm/Lexmark e Samsung), rispettano i requisiti ISO di prodotto per il miglior funzionamento e la minor dispersione a seguito di eventuale malfunzionamento.

L'aumento del dato rispetto agli anni precedenti va relazionato con la messa a regime, nel 2010, del nuovo sistema di approvvigionamento che ha portato alla chiusura dei precedenti magazzini, con conseguente riallineamento degli ordini in passato bloccati per esaurire le scorte.

Per quanto riguarda la carta, nel 2010 sono stati acquistate 211.069 risme di carta bianca da copie, al netto di quelle ordinate per le Agenzie assicurative e pari a circa 54.830 risme (carta per la stipula di contratti assicurativi). Il 99,73% (in aumento sull'anno precedente) di queste risme sono di **carta ecologica certificata Fsc**² (Forest Stewardship Council) e a bassa grammatura (75 gr), che nel consumo in numero di fogli garantisce una diminuzione in termini di peso e un notevole risparmio in termini di risorse naturali utilizzate per la sua produzione. Il rimanente 0,27% di carte non FSC sono state acquisite per esigenze specifiche di determinati servizi di direzione.

La quantità di carta smaltita è stata pari a oltre 615 tonnellate (oltre a 56 tonnellate relative al consumo della Banca), per la maggior parte sulle sedi di Bologna.

Per raggiungere un sistema ancora più efficiente di raccolta dei rifiuti sono state attivate nuove iniziative di raccolta differenziata, per ridurre i quantitativi di rifiuti indifferenziati prodotti, minimizzare lo sfruttamento delle risorse grazie al riciclo dei materiali (e se possibile al loro recupero), nonché di ridurre i costi della gestione dei rifiuti. Dall'inizio del 2010 sono presenti nelle diverse sedi del Gruppo i nuovi contenitori per la raccolta:

- **raccoglitori carta:** presso le stampanti multifunzione di ogni piano e in numerosi uffici sono presenti contenitori appositi che vengono svuotati con cadenza giornaliera. Il ricavato delle operazioni di smaltimento viene devoluto all'Associazione Italiana Sclerosi Multipla;
- **distruggi-documenti:** presso ogni piano di sede e in alcuni uffici sono presenti i distruggi documenti, appositi apparecchi atti alla distruzione e raccolta della documentazione cartacea contenente dati sensibili. Tali contenitori sono svuotati con cadenza giornaliera;
- **raccoglitori pile esauste:** presso le portinerie, ad oggi nelle sole sedi principali, sono presenti i contenitori per la raccolta delle pile esauste che vengono svuotati mensilmente;
- **raccoglitori toner:** nelle sedi di San Donato e Bologna, presso le stampanti multifunzione, sono presenti contenitori di carta dove introdurre toner esausti di fax e stampanti. Nella sede di UniSalute sono presenti nei pressi degli ascensori. Sono inoltre presenti nelle altre sedi del Gruppo e presso i Centri Liquidazione di Gruppo. Sono ritirati da un'azienda specializzata che ne certifica il trattamento. La raccolta dei toner è iniziata, inoltre, anche sulle filiali di UGF Banca dove è previsto che vada a regime nel 2011, quando anche le filiali saranno integrate nell'attività di raccolta.
- **raccoglitori plastica, lattine e rifiuti indifferenziati:** i contenitori, distinti per tipologia di rifiuto, sono ubicati presso le aree ristoro e sono svuotati con cadenza giornaliera. Anche i rifiuti infermieristici hanno appositi punti di raccolta collocati nelle infermerie delle sedi principali. Per quanto riguarda, infine, l'hardware dismesso, viene consegnato gratuitamente ad organizzazioni ed Enti che ne facciano specifica richiesta per una prevalente destinazione a usi sociali.

² Forest Stewardship Council, il marchio che garantisce, attraverso un rigoroso sistema di controlli e di norme, che la parte di materie prime proveniente dalle foreste abbia a monte un processo di lavorazione rispettoso dell'"ecosistema foresta": un albero ripiantato per ogni albero abbattuto e processo di raffinazione e lavorazione chimica della carta non inquinanti

TABELLA 15.7
ACQUISTI MATERIALI
PER STAMPANTI

	2010	2009	2008*
Nastri per stampanti ad aghi e microfilatrici	863	2.460	6.254
Cartucce a getto di inchiostro (b/n e colore)	1.975	1.640	1.962
Tamburi	259	150	653
Toner	19.509	15.100	12.881
Totale	22.606	19.350	21.750

16. AZIONI A FAVORE DELL'AMBIENTE

16.1 LE INIZIATIVE DI RIDUZIONE DI IMPATTO AMBIENTALE

La sostenibilità ambientale si declina anche in un corretto uso delle risorse all'interno del Gruppo, attraverso una diffusione organica e strutturata di una "cultura della sostenibilità", con particolare riferimento alle tematiche di riduzione dell'impatto ambientale:

- verso i dipendenti e gli agenti, tramite azioni di promozione della mobilità sostenibile e comportamenti coerenti nello svolgimento delle proprie mansioni;
- verso i fornitori, con l'inserimento nei processi di selezione e valutazione di criteri socio-ambientali (si veda sezione dedicata).

Anche le scelte operate nel percorso di rinnovamento dei servizi informatici hanno tenuto conto degli aspetti di responsabilità sociale ed ambientale, attraverso interventi volti a ridurre gli impatti ambientali ed i costi di gestione derivanti da una riduzione dei consumi di energia elettrica di alimentazione e di raffreddamento, delle esigenze di smaltimento di materiali e dalla minimizzazione degli spostamenti tra sedi.

L'hardware acquistato, ad esempio, deve essere "certificato" da fornitori in possesso di certificazioni sociali/ambientali, che forniscono materiale innovativo dal punto di vista ambientale e di risparmio energetico (rumore, conformità di risparmio energetico, emissioni termiche).

Nel quadro della minimizzazione degli spostamenti tra sedi e dei conseguenti benefici in termini di miglioramento della qualità del lavoro, riduzione degli impatti di CO₂ e riduzione dei costi, è proseguito invece il progetto di *web-conferencing*, con l'installazione nel corso del 2010 di dieci nuove postazioni per videoconferenze,

Da alcuni anni nel Gruppo i dipendenti sono invitati a privilegiare i mezzi pubblici (treno/aereo) a fronte dell'auto privata; indicazione che è stata nuovamente ribadita nell'ultima policy emessa dall'Amministratore Delegato. Questo indirizzo è stato arricchito nell'ultima parte del 2010 dalla messa a regime del sistema di *car pooling* (utilizzo collettivo di una stessa auto da parte di più persone).

La nuova forma di mobilità, che può essere utilizzata dal dipendente, consiste nella condivisione del taxi, dell'auto aziendale, privata o a noleggio per spostamenti di lavoro,

promuove la filosofia aziendale basata su cooperazione e mobilità sostenibile.

Il servizio è accessibile da un'apposita sezione dell'intranet aziendale dove il dipendente può consultare l'elenco dei viaggi già inseriti per trovare quello che si avvicina alle proprie esigenze (partenza, arrivo, orario ecc.), o in alternativa inserire un nuovo viaggio indicandone i dettagli. Una volta effettuata la scelta, i dipendenti possono scambiarsi informazioni per accordarsi sul viaggio da effettuare insieme.

Sono proseguite, inoltre, le iniziative per ridurre il consumo di **carta** attraverso soluzioni informatiche ed elettroniche. La Direzione Risorse Umane e Organizzazione, infatti, con la collaborazione della Direzione Sistemi Informatici, ha avviato un processo graduale di riduzione dei documenti cartacei attraverso la sostituzione delle principali dichiarazioni e certificazioni (cedolini, Cud, ecc.), con documenti elettronici che i dipendenti possono visualizzare e/o utilizzare all'interno del portale dedicato. Da metà del 2009 è stata avviata un'ulteriore iniziativa con cui si è sostituita la documentazione cartacea da consegnare ai nuovi assunti con un cd dove sono memorizzati il Ccnl e il Cia, i manuali per l'utilizzo degli applicativi di rilevazione presenze e gestione delle trasferte, le condizioni bancarie e assicurative riservate ai dipendenti delle Società del Gruppo, la normativa interna aziendale (Modello di Organizzazione e Gestione, antiriciclaggio, privacy, ecc.), la Carta dei Valori e il Codice Etico.

Per quanto riguarda gli agenti, ha preso avvio la fase sperimentale del **Magazzino stampati on-line**. Il nuovo applicativo, dedicato alle agenzie per l'accesso al catalogo della modulistica in versione web, consentirà di effettuare gli ordini "navigando" all'interno di una lista interattiva, anch'esso volto alla riduzione degli stampati non necessari. Sempre sulla riduzione del consumo di carta si ricordano: l'impostazione di default dell'opzione di stampa fronte retro sulle stampanti; la sostituzione delle stampanti individuali, fotocopiatrici e fax con stampanti multifunzione centralizzate per ufficio/piano.

Nel 2010 sono proseguite le iniziative nell'ambito del progetto, di durata quadriennale, per razionalizzare i **flussi di posta**, in un'ottica

di riduzione dei consumi di carta. Iniziato nel 2009 con uno studio di fattibilità funzionale, peraltro unico nel panorama dei *competitors*, lo scorso anno si è dato seguito alle diverse attività di dettaglio:

- obiettivo principale conseguito è stato quello di razionalizzare le attività dei fornitori, integrandone alcune ed eliminando le ridondanze;
- in collaborazione con la Funzione Organizzazione è iniziata la fase di omogeneizzazione dei comportamenti operativi tra le varie sedi.

Inoltre, si è avviata la gestione della posta in uscita via postazioni Pc con sistema di archiviazione elettronica; la gestione della posta in entrata con scansione dei plichi e utilizzo di "scrivanie" virtuali (*mail room*); la gestione della posta della Banca accentrata presso il Gruppo, in modo da fruire di un unico punto di raccolta, sia assicurativo che bancario, con maggior efficientamento e riduzione degli sprechi. Queste ultime attività andranno a regime nel corso del 2011, quando partirà - tra le altre - la fase test di omogeneizzazione dei modelli funzionali e comportamentali sulle sedi di Bologna e San Donato.

Il lavoro svolto consentirà di ottenere benefici su più fronti: ambientale, tramite la trasformazione

dell'utilizzo della carta in soluzioni informatiche; a livello del personale, tramite l'utilizzo di soluzioni *web based* che permetteranno di valorizzare gli addetti agli uffici; economica, tramite la standardizzazione dei processi si potrà accedere a tariffe più basse a parità di qualità del servizio.

Ancora, nel 2010 è proseguito l'iter per la realizzazione del progetto di gestione dell'**Archivio Unico di Gruppo** e di inoltro a macero dell'archivio Unipol ex Winterthur ed ex Meieaurora con previsione di fine lavori entro il primo quadrimestre del 2011.

Le iniziative descritte, strettamente connesse fra di loro, nascono dall'esigenza di unificare le modalità di gestione dei documenti precedentemente conservati in diversi siti e ridurre la quantità di carta, limitando la custodia ai soli documenti per i quali non sono scaduti i termini di obbligatorietà della conservazione. Nel corso del 2010, le operazioni di trasferimento dei documenti all'Archivio Unico si sono estese anche a UGF Banca e sono terminate nel mese di dicembre, escluso il macero. Il progetto sarà terminato nel 2011 con previsione di renderne operativa l'ultima fase, ovvero consentendo a tutti gli utenti, previa formazione, di procedere in autonomia al reperimento dei documenti all'interno dell'Archivio di Gruppo.

IL NUOVO SISTEMA DI BACK-UP A RIDOTTO CONSUMO ENERGETICO

LA DIREZIONE SERVIZI INFORMATICI DI GRUPPO HA MESSO IN FUNZIONE UN NUOVO SISTEMA DI GESTIONE DEI BACKUP DEI SISTEMI CENTRALI CHE CONSENTE DI MEMORIZZARE GRANDI QUANTITÀ DI DATI, RISPARMIANDO SIA SULLO SPAZIO SIA SUL TEMPO ATTUALMENTE NECESSARI: NEL MESE DI DICEMBRE È STATA INFATTI COLLAUDATA LA NUOVA INFRASTRUTTURA DI *DISASTER RECOVERY* DELLE SOCIETÀ ASSICURATIVE DEL GRUPPO, CONSENTENDO DI ALLINEARSI ALLE TECNOLOGIE PIÙ EVOLUTE E DI MINIMIZZARE I RISCHI DI INTERRUZIONE DI BUSINESS, IN LINEA CON IL PIANO DI *BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT*.

Punto di riferimento per tutta l'operazione le linee guida del nuovo Piano Industriale, che vedono coinvolti i sistemi informativi, tra l'altro, anche nel miglioramento dell'efficienza operativa, da raggiungersi con un mix di interventi concreti, tra cui progetti di lunga durata che si traducono in azioni di rinnovamento su applicazioni, tecnologie, architetture.

Se la vecchia tecnologia utilizzava macchinari che gestivano 450 TB (450 miliardi di caratteri, di dati storici e salvataggi memorizzati in 900 nastri) con una velocità di memorizzazione e recupero dei dati limitata dall'uso dei supporti magnetici, la nuova impostazione, grazie ad una tecnica di compressione più evoluta dei salvataggi, consente di superare tali limiti e replicare istantaneamente, su un sistema analogo presso il sito remoto di *Disaster Recovery*, i dati in esso memorizzati. In questo modo è possibile procedere con la realizzazione

del nuovo sistema di DR "a caldo", prevista per fine anno, e sostituire il vecchio robot con un'unità disco da "soli" 50 TB (capace peraltro di contenere più dati rispetto all'attrezzatura in uso).

Sono 9, attualmente, le unità nastro sostituite completamente con 2 unità di deduplica.

La virtualizzazione è peraltro una strategia a 360° che non coinvolge solo i data center ma anche tutti gli altri elementi dell'infrastruttura IT, migliorando la qualità e l'affidabilità dell'intera piattaforma informatica e consentendo di ottenere importanti risultati sul fronte dei costi e dell'ecosostenibilità: nel centro elaborazione dati Host, consumo energetico e dissipazione di calore per l'alimentazione e il condizionamento del nuovo sistema sono stati ridotti del 50%, a parità di costi di manutenzione hardware;

si è virtualizzato il 33% dei server precedenti che, considerato l'incremento del 55% dei server nel 2010, ha comportato una riduzione complessiva dei server fisici del 28%; si è tagliato del 39% il costo delle licenze software; si è ridotto del 90% lo spazio occupato dalla nuova apparecchiatura in sala macchine; non sarà più necessario smaltire circa 120 nastri l'anno, equivalenti circa a 30 Kg di "rifiuti speciali", come avveniva in precedenza. Il tutto con un risparmio di CO₂ su base annua equivalente a circa 300 alberi.

16.2 LE INIZIATIVE DI SENSIBILIZZAZIONE E FORMAZIONE

Nell'ambito del suo impegno volto alla sostenibilità, il Gruppo sensibilizza e coinvolge i propri collaboratori all'uso sostenibile delle risorse, orientando l'acquisto di beni e servizi a forte valenza ambientale e sociale.

Oltre a quella sulla raccolta differenziata, per cui si rimanda al paragrafo dedicato, sono diverse le **Policy** adottate dal Gruppo in tema di educazione alla cultura della sostenibilità.

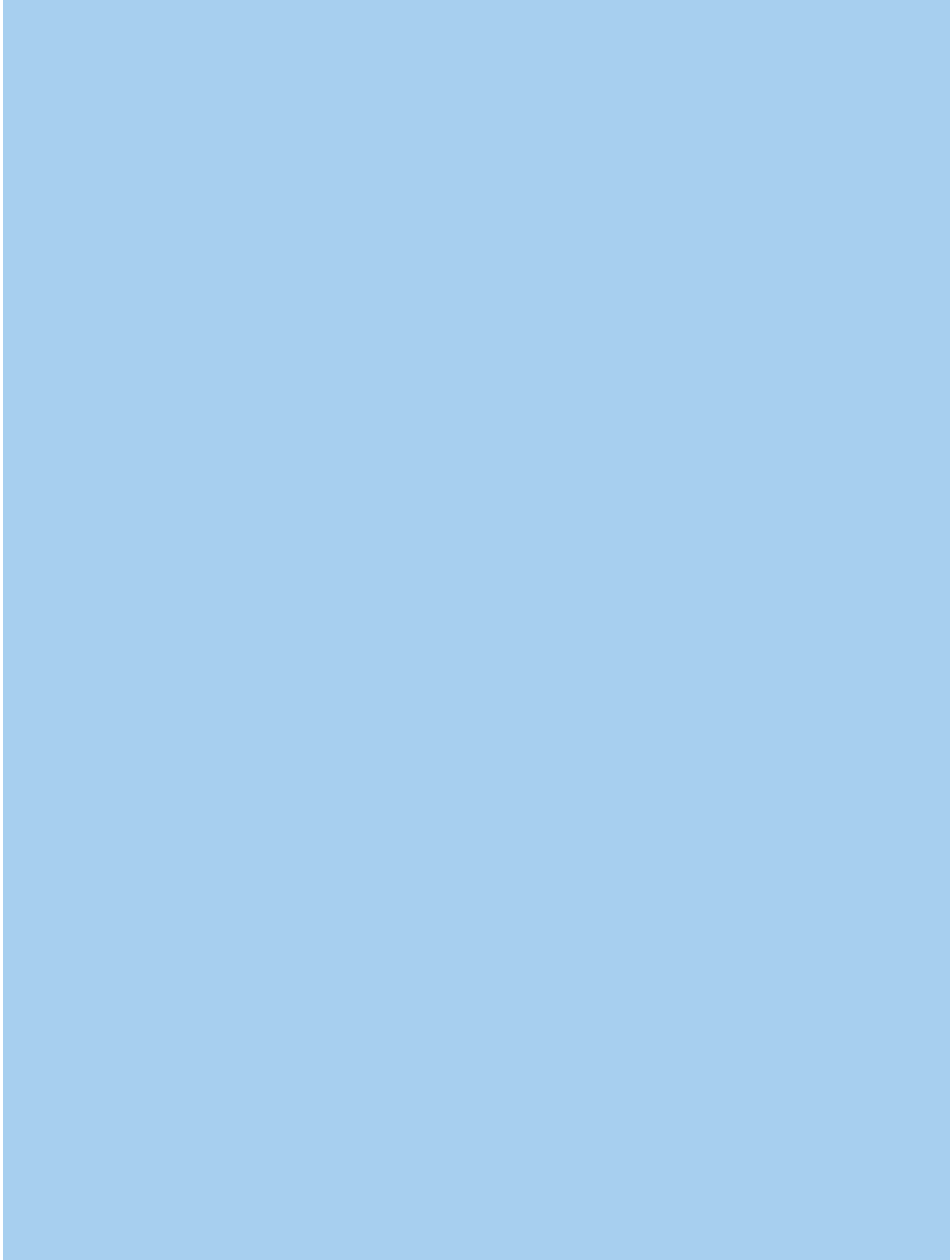
Una prima, già nel 2008, contenente le linee guida per l'utilizzo responsabile degli strumenti di lavoro e degli impianti; l'indicazione di misure e comportamenti volti al contenimento dell'utilizzo di carta e ad una più efficiente gestione dei sistemi di illuminazione e condizionamento.

Più recentemente, nel 2010, è stata emanata la policy sulle trasferte per motivi di lavoro, in coerenza con l'attuazione del servizio di *car pooling*, volta a razionalizzare l'impiego delle risorse, mantenendo uno standard di servizio adeguato. Prosegue, in parallelo, il lavoro per incentivare l'utilizzo degli apparati predisposti per videoconferenze e conference call, al fine di ridurre significativamente gli spostamenti dei lavoratori per riunioni da svolgersi tra le varie sedi dislocate sul territorio nazionale.

Il Gruppo ha poi aderito a diverse iniziative in campo ambientale.

Tra queste, **M'illumino di meno**, la giornata del

risparmio energetico, organizzata dalla trasmissione radiofonica *Caterpillar*, che coinvolge centinaia di Comuni, Istituzioni, scuole, associazioni, aziende e case. L'impegno simbolico è quello di spegnere le luci non necessarie e accendere luci con l'impiego di energie alternative. Il Gruppo, coerentemente agli impegni assunti in questi anni per il risparmio energetico, ha partecipato spegnendo tutte le principali insegne delle proprie sedi. Coerente con l'obiettivo di educare ad un trasporto sostenibile, il Gruppo è anche partner assicurativo di Mercedes Benz Italia in **e-mobility**, un progetto mondiale congiunto per la mobilità elettrica che rende possibile la diffusione e l'utilizzo efficiente di veicoli elettrici, con tecnologie di ricarica all'avanguardia, grazie allo sviluppo di infrastrutture su misura realizzate da Enel. È prevista la fornitura da parte di Mercedes di oltre 100 Smart elettriche a clienti/aziende nelle città di Roma, Pisa e Milano. Enel è responsabile dello sviluppo, della creazione e del funzionamento dell'infrastruttura con 400 punti di ricarica dedicati, oltre al sistema di controllo centrale. Il Gruppo Unipol è il partner assicurativo, fornendo attraverso UGF Assicurazioni un pacchetto comprensivo di R.C. Auto, Incendio e Furto per tutte le autovetture e per l'intera durata del progetto (4 anni).



LE SOCIETÀ DEL GRUPPO




www.ugfassicurazioni.it

17. UGF ASSICURAZIONI

17.1 Il profilo

Presidente:

VANES GALANTI

Vice Presidente:

FRANCESCO BERARDINI

Amministratore Delegato:

CARLO CIMBRI

UGF Assicurazioni è la Compagnia multiramo, quinta assoluta nel 2009 nel mercato assicurativo italiano, che fa capo a Unipol Gruppo Finanziario. Nata nel 2009 a seguito del processo di fusione tra Unipol Assicurazioni e Aurora Assicurazioni, in data 21 dicembre 2010 ha visto unire alla sua compagine societaria, tramite incorporazione, anche Navale Assicurazioni. L'atto di conferimento e l'atto di fusione hanno assunto efficacia civilistica, contabile e fiscale dall'1 gennaio 2011.

Una scelta che prosegue il percorso intrapreso fra il 2006 ed il 2009, caratterizzante un'ulteriore fase evolutiva della razionalizzazione societaria e funzionale del comparto assicurativo del Gruppo. L'integrazione delle attività di Navale con quelle di UGF Assicurazioni, in linea con il Piano Industriale 2010-2012 del Gruppo, è funzionale al rafforzamento del *core business* assicurativo, al fine di conseguire i benefici economici derivanti dal consolidamento di strutture operative oggi separate e dall'ulteriore recupero di efficienza dei processi.

Attualmente, quindi, la Società opera attraverso i marchi di Divisione Unipol e Aurora (a cui si

sommerà Navale a partire dal gennaio 2011), per un totale di 3.544 collaboratori (+6%) e 1.588 agenzie (-2%) distribuite su tutto il territorio nazionale.

UGF Assicurazioni si propone di offrire una gamma completa ed innovativa di soluzioni per la persona, la famiglia e l'azienda che, oltre alla convenienza economica, si caratterizzano per la presenza di elementi di valenza sociale.

17.2 La relazione socioeconomica

Nel corso del 2010 UGF Assicurazioni ha mantenuto l'intento volto a unificare progressivamente l'offerta dei prodotti Danni delle due Divisioni, impegnandosi al contempo, sia a rafforzare e diffondere i prodotti, che a realizzarne alcuni innovativi.

In linea con quanto previsto nel Piano Industriale in cui il Gruppo UGF, fra l'altro, si è impegnato per l'ideazione di nuovi prodotti auto con soluzioni innovative/distintive e servizi aggiuntivi che combinino efficienza e giusto prezzo.

L'obiettivo perseguito è stato quello di garantire

TABELLA 17.1
SINTESI DEI DATI PIÙ
SIGNIFICATIVI

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Premi lordi	5.473,6	5.894,7	5.917,0
var. %	-7,1	-0,4	7,3
Premi diretti	5.445,5	5.865,0	5.888,1
var. %	-7,2	-0,4	7,4
Pagamenti (sinistri, scadenze, riscatti, rendite)	4.663,6	4.983,7	5.619,1
var. %	-6,4	-11,3	-6,5
Rapporto % sinistri / premi rami Danni (lavoro diretto)	77,7	85,7	76,4
Spese di gestione	905,1	913,6	954,4
var. %	-0,9	-4,3	-1,2
Rapporto % spese di gestione / premi Combined ratio lavoro diretto*	22,7	22,3	22,6
Riserve tecniche	18.917,4	18.596,3	17.854,4
var. %	1,7	4,2	-3,0
Rapporto % riserve tecniche / premi Danni	176,4	179,1	171,8
Vita	661,2	546,0	541,1
Danni + Vita	345,6	315,5	301,7

* Rapporto sinistri / premi e spese di gestione sui premi rami danni

Fonte: Bilancio UGF Assicurazioni

la mission stessa del settore assicurativo del Gruppo, ovvero proporre prodotti, corredati da servizi, e non semplici polizze.

Per quel che riguarda le Aziende, si è occupata di prevedere apposite coperture per tutelare l'attività professionale e gli interessi dell'impresa, dei collaboratori e dei dipendenti. Nello specifico ha mantenuto e rafforzato:

- **Modular**, un programma assicurativo indirizzato all'artigianato e alla piccola e media impresa, con garanzie personalizzabili per ogni singolo settore di attività;
- **Sicurezza Esercenti**, che comprende fino a 8 aree di copertura ed è adattabile al singolo settore di attività;
- **Commercio Aurora**, la copertura globale per gli esercizi commerciali.

UGF Assicurazioni offre anche un programma rivolto all'azienda agricola e agrituristica, **AgriNova**, frutto della collaborazione con le principali associazioni di categoria.

Unibox, Aurobox e Linearsat, i dispositivi satellitari adottati da tutte le società del Gruppo operanti sul Ramo Auto, continuano a essere elementi qualificativi per l'offerta del settore, consentendo, fra l'altro, significativi sconti, sia sulle coperture R.C. Auto, che sulle garanzie Incendio/Furto.

Dal punto di vista dell'innovazione di prodotto, nel 2010 assume un ruolo importante **KmSicuri**,

che punta sul servizio al cliente con una polizza a consumo declinata su un target preciso di automobilisti, aggiungendo un contenuto di servizio alla tradizionale copertura risarcitoria. La novità sta nell'immediata dotazione sul mezzo dell'assicurato della **blackbox** che rileva automaticamente i chilometri percorsi attraverso il web. La polizza, in risposta alle esigenze dei clienti, si caratterizza per:

- il risparmio: con una percorrenza inferiore ai 10mila chilometri, può oscillare tra il 5% e il 30%. La polizza non è sostitutiva di quelle tradizionali, ma è un'opportunità di risparmio in più offerta al cliente che usa meno il proprio veicolo;
- la sostenibilità ambientale: rappresenta un incentivo a comportamenti di mobilità sostenibile, trasformando un costo fisso in variabile;
- la sicurezza: con la tecnologia Unibox il proprietario può ricercare il veicolo in caso di furto e accedere al servizio di alert in caso di incidente, 24 ore al giorno per tutto l'anno.

Per il 2011 l'Azienda si pone l'obiettivo di proseguire il proprio impegno per sviluppare prodotti in grado di rispondere alle aspettative ed ai bisogni dei clienti, mantenendo l'attenzione verso l'ideazione di caratteristiche che uniscano buone condizioni economiche, sicurezza, sostenibilità ambientale e attenzione ai bisogni sociali emergenti.


www.linear.it

 Presidente:
FEDERICO CORRADINI

 Vice Presidente:
ENRICO SAN PIETRO

 Direttore Generale:
ANDREA PEZZI

18. LINEAR ASSICURAZIONI

18.1 Il profilo

Linear è la compagnia del Gruppo specializzata nella vendita su internet e telefonica di polizze per le automobili, i veicoli a motore in genere, la casa e il nucleo familiare.

Nasce nel 1996 e nel tempo ha consolidato il proprio ruolo in questo specifico settore del mercato assicurativo: la propria quota nell'ambito dei *competitors* diretti si attesta oggi intorno al 15%.

La Compagnia intende distinguersi nel mercato assicurativo auto italiano quale modello di eccellenza nella sintesi tra qualità del servizio ed efficienza.

18.2 La relazione socioeconomica

Linear offre in modo diretto un servizio personalizzato e di qualità ad un prezzo fortemente competitivo grazie all'impegno e alla professionalità dei propri dipendenti e ad un elevato livello tecnologico. L'esercizio 2010 si chiude con un utile di 5,6 milioni di euro con una raccolta premi diretti pari a 171 milioni, in crescita del 6,6% rispetto all'esercizio

precedente, per effetto sia dell'incremento del portafoglio clienti (+5%), sia dell'aumento del premio medio. La Compagnia declina la propria strategia su due aspetti: l'elevata personalizzazione delle tariffe e la grande attenzione alla qualità del servizio. Grazie ad un'attenta politica di personalizzazione tariffaria, infatti, Linear è in grado di offrire prezzi competitivi rispetto alla media del mercato, particolarmente premianti verso coloro che guidano e sono assicurati da anni senza causare incidenti e pertanto nelle migliori classi di merito. Tale offerta si rivolge in particolare all'automobilista esperto e prudente, con tariffe premianti di una condotta di guida attenta e responsabile.

A ciò si affianca l'impegno per un'elevata qualità del servizio: per qualsiasi operazione o informazione oltre 250 dipendenti della Compagnia tutti assunti a tempo indeterminato, sono raggiungibili tramite numero verde, in un'ampia fascia temporale (tutti i giorni, festivi esclusi, dalle 8.30 alle 20.00), e 24x7 via Internet, grazie al sito www.linear.it. Per i casi che necessitano di un approfondimento particolare, è

TABELLA 18.1
SINTESI DEI DATI
PIÙ SIGNIFICATIVI

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Premi	170,6	160,0	165,6
var. %	6,6	-3,4	-0,7
Riserve tecniche	237,7	234,5	240,9
var. %	1,4	-2,6	0,4
Rapporto % riserve tecniche/premi	139,3	146,5	145,4
Investimenti e disponibilità	277,3	273,1	259,6
var. %	1,6	5,2	-4,7
Costo dei risarcimenti	129,5	129,0	126,9
var. %	0,4	1,7	-1,5
Rapporto % sinistri/premi rami Danni	80,0	80,2	76,9
Spese di gestione	28,1	27,8	27,5
var. %	1,0	1,1	13
Rapporto % spese di gestione / premi	16,5	17,4	16,6
Combined ratio*	96,5	97,6	93,5
Patrimonio netto	43,6	50,5	40,2
var. %	-13,7	25,8	-6,0
Utile netto	5,6	14,2	4,2
var. %	-60,6	240,4	-63,8

* Rapporto sinistri/premi e spese di gestione sui premi Rami Danni

Fonte: Bilancio Linear Assicurazioni

anche disponibile un servizio di Customer Care (dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 18.30) con figure specializzate per la soluzione di problemi complessi.

Come da indicazioni del Piano Industriale 2010-2012, e in coerenza con la propria mission di eccellenza nella sintesi tra qualità ed efficienza, dalla metà del 2010 è stato messo a punto un importante progetto pilota sulle **macrolesioni**, in collaborazione con UniSalute, società del Gruppo specializzata nella sanità. Il progetto è disegnato per fornire una opportunità di servizio aggiuntiva a clienti Linear o a persone coinvolte in un sinistro con un assicurato Linear, che a seguito di incidente automobilistico abbiano riportato un trauma grave con invalidità permanente superiore al 30%. Alle persone che in seguito a sinistro riportino rischi di gravi invalidità, con situazioni cliniche che richiedono interventi e cure specialistiche, al fine di massimizzare le possibilità di recupero, viene offerta la possibilità di usufruire di un piano terapeutico, definito ed erogato attraverso la rete nazionale e internazionale di strutture sanitarie di eccellenza, che UniSalute ha identificato e selezionato. In questo modo i pazienti hanno la possibilità di effettuare presso le strutture più idonee, o anche direttamente presso la propria abitazione, tutte le prestazioni necessarie al miglioramento del loro stato fisico senza doversi preoccupare del costo di visite, operazioni e terapie, perché interamente coperto da Linear, per tramite di UniSalute. Linear quindi, attraverso le competenze di UniSalute, può offrire, a coloro che lo desiderano, un servizio socialmente utile garantendo consulenza e supporto a persone con gravi danni fisici.

Nel corso del 2010 si è inoltre conclusa la fase pilota del progetto **Salutesì**, anch'esso in sinergia con UniSalute, che prevede di fornire consulenza immediata e di mettere a disposizione i centri fisioterapici convenzionati con UniSalute, agli assicurati Linear R.C. Auto che abbiano denunciato un sinistro in constatazione amichevole e abbiano riportato un danno di entità contenuta. Sempre nel corso dell'anno, circa il 40% degli assicurati interpellati ha scelto di affidarsi ad UniSalute per la cura della propria salute.

Sempre nella seconda parte del 2010 Linear ha avviato un ulteriore rinnovamento per efficientare tutti i processi operativi, in particolare quelli inerenti le modalità di richiesta del preventivo.

Infatti, grazie all'utilizzo più ampio e mirato delle informazioni contenute nel database Ania, è possibile ottenere molti dei dati necessari al calcolo del preventivo, verificandone preventivamente la correttezza, evitando gli errori involontari dei clienti e velocizzando la fase di intervista (telefonica e web) e quindi l'emissione del contratto.

Il sito è stato al centro di questo processo di semplificazione delle procedure: in scia con le sempre più diffuse logiche di *web collaboration*, i clienti possono gestire le pratiche assicurative con sempre maggiore autonomia sul web. Inoltre, l'attenzione è stata mirata dal punto di vista della comunicazione utilizzando formati più coinvolgenti ed innovativi: **Adotta un banner**, ad esempio, è la nuova modalità che consente di superare la staticità caratteristica di questo strumento, grazie all'inserimento in esso di un video interattivo che consente all'utente di agire subito, dando però anche la possibilità di rimandare ad un secondo momento l'interazione con il banner e quindi con la Compagnia. Con questo banner interattivo, Linear ha inaugurato un nuovo modo di comunicare online. Il rinnovamento dei processi proseguirà per tutto l'anno 2011.

NUMERO VERDE 800.112233

Centrale Operativa con oltre 250 addetti suddivisi tra front-office, back-office e customer care tutti i giorni, festivi esclusi, dalle 8.30 alle 20

WWW.LINEAR.IT

24 ore su 24
- informazioni
- calcolo preventivo
- acquisto o rinnovo polizza

CUSTOMER CARE

(*problem solving*)
Lunedì-Venerdì 8.30 - 18.30

È proseguita anche la comunicazione diretta con i clienti: tramite l'invio mensile via e-mail della **newsletter InLinea**, contenente un estratto degli articoli che è possibile leggere direttamente sul sito, cliccando su un link dedicato con lo scopo di fornire un ulteriore servizio, di tipo informativo, specifico per coloro che utilizzano un veicolo a motore. Gli argomenti trattati nei quattro articoli che la compongono sono legati alla tecnologia e alla manutenzione del veicolo; all'espletamento delle pratiche o all'ottemperanza delle norme vigenti; alla sicurezza del veicolo e del proprio comportamento di guida, nonché ai diversi, e spesso sconosciuti, aspetti della copertura assicurativa e delle procedure ad essa legata. In aggiunta, i clienti sono invitati a segnalare alla casella di posta elettronica dell'ufficio Marketing gli argomenti di interesse comune (pratiche auto, codice della strada, sicurezza, politiche ambientali delle amministrazioni locali, ecc.) che vorrebbero fossero trattati nei numeri successivi, colmando così dubbi o mancanza di informazione. La newsletter raggiunge mensilmente oltre 220.000 clienti, con tassi di apertura di oltre il 30% (molto elevati in considerazione del mezzo e del contenuto). È inoltre continuata l'attività della **Tribù** di Linear, la prima community assicurativa online: chi pensa di assicurarsi o chi ha dei dubbi sul funzionamento della polizza Linear, può parlare con un cliente Linear con caratteristiche simili alle proprie, chiedendo liberamente un parere sul servizio ricevuto. Per ogni risposta data dai clienti, la Compagnia contribuisce con una donazione a "Gli Amici di Luca - Progetto La

Casa dei Risvegli" e "Medici Senza Frontiere - Missione Indonesia".

Lo scambio dei messaggi avviene direttamente su una piattaforma presente sul server di Linear, quindi non invasivo per i clienti, ma nella più totale libertà di espressione: Linear si limita a ricevere eventuali segnalazioni di abuso da parte degli stessi iscritti al servizio.

La campagna pubblicitaria 2010 "Abbiamo il rispetto stampato in faccia" ha voluto esaltare i valori fondanti di questa Tribù: rispetto reciproco tra assicurati e assicuratori, rispetto di procedure agili, rispetto di tempi di liquidazione, rispetto di ogni singola esigenza, rispetto del risparmio, rispetto delle promesse fatte.

Nel 2010 Linear si conferma realtà produttiva importante per il nostro territorio, come testimonia la capacità di creare nuovi posti di lavoro: nel corso del 2010 sono stati 32 i nuovi colleghi inseriti in organico.

Per il 2011 Linear intende continuare a sviluppare il proprio core business consolidando la propria posizione di Compagnia di eccellenza nella sintesi tra qualità del servizio ed efficienza facendo leva su internet e sulle tecnologie più evolute e sul loro utilizzo sia in ambito di processo che in ambito di comunicazione. Linear intende inoltre differenziarsi ulteriormente rispetto alla concorrenza, facendo leva sulla sinergia con UniSalute: cresceranno le collaborazioni reciproche per lo sviluppo delle iniziative sulle macro e micro lesioni e la sinergia nell'offerta di coperture individuali innovative in grado di fare sintesi tra le specifiche competenze delle due Società.

175.121

PREVENTIVI EMESSI DA CANALE TELEFONICO

1.310.792

PREVENTIVI WEB

1.709.189

CHIAMATE AL NUMERO VERDE

424.816

CONTRATTI IN PTF

4.292.841

VISITE AL SITO

UNISALUTE

www.unisalute.it

Presidente:

LORENZO BIFONE

Vice Presidente:

GIULIO CESARE BORZELLINO

Direttore Generale:

ANDREA PEZZI

19. UNISALUTE

19.1 Il profilo

UniSalute è la Compagnia del Gruppo Unipol che si occupa di salute e assistenza attraverso una rete di strutture convenzionate direttamente, ed opera principalmente nel mercato delle polizze collettive, erogando coperture sanitarie per i dipendenti di aziende di ogni dimensione e settore, istituzioni pubbliche e associazioni di categoria. Punto di forza è un modello di business unico nel mercato, grazie al quale la Compagnia riesce ad essere al tempo stesso centrale di acquisto e controllore di qualità delle prestazioni sanitarie presso le oltre 6.200 strutture convenzionate, in cui gli assicurati possono usufruire di un'ampia gamma di prestazioni sanitarie. Il controllo diretto dei processi di gestione del servizio e dell'erogazione delle prestazioni, permettono a UniSalute di monitorare la qualità e il costo del servizio offerto e di garantire la sostenibilità economica nel tempo. Le competenze e la specializzazione maturate nel settore hanno portato UniSalute a diventare il principale assicuratore dei Fondi sanitari integrativi di categoria, per estendere la possibilità di usufruire di coperture e benefit sanitari ad una gamma di lavoratori sempre più ampia.

L'orientamento al cliente e al servizio si manifestano nella continua ricerca di innovazione per lo sviluppo di prodotti indirizzati ad intercettare i nuovi bisogni presenti nel mercato e le nuove possibilità aperte dalla normativa fiscale in materia sanitaria. Sono state così messe a punto coperture sanitarie per la non autosufficienza e l'odontoiatria, prodotti per lo screening delle principali malattie causa di morbidità e piani sanitari dedicati alla cura dei problemi psicologici.

STRUTTURE CONVENZIONATE

223 CASE DI CURA, OSPEDALI**1.848** POLIAMBULATORI, CENTRI DIAGNOSTICI,
STUDI MEDICI E CENTRI FISIOTERAPICI**2.120** CENTRI ODONTOIATRICI**2.086** STUDI DI PSICOTERAPIA**28** MEDICI COLLABORATORITABELLA 19.1
SINTESI DEI DATI
PIÙ SIGNIFICATIVI

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Premi	182,0	160,4	136,8
var. %	13,5	17,3	15,4
Riserve tecniche	135,5	128,9	98,6
var. %	5,1	30,7	15,5
Rapporto % riserve tecniche/premi	74,5	80,3	72,1
Investimenti e disponibilità	117,2	131,5	95,8
var. %	-10,9	37,3	11,1
Pagamenti	139,8	120,6	100,2
var. %	15,9	20,4	8,7
Rapporto % sinistri/premi rami Danni	77,4	76,9	72
Spese di gestione	24,3	23,6	22,2
var. %	3,0	6,3	17,4
Rapporto % spese di gestione / premi	13,4	14,7	16,2
Combined ratio*	90,8	91,6	88,2
Patrimonio netto	42,3	40,5	37
var. %	4,4	9,5	7,6
Utile netto	9,2	9,9	8,6
var. %	-7,1	15,1	32,3

* Rapporto sinistri/premi e spese di gestione sui premi Rami Danni

Fonte: Bilancio UniSalute

19.2 La relazione socioeconomica

L'esercizio 2010 si chiude con un utile di 9,2 milioni di euro e la raccolta premi diretti ha raggiunto i 177 milioni di euro, continuando a crescere a doppia cifra (+14,1% rispetto al 2009). La redditività dell'attività caratteristica ha consentito a UniSalute di vincere l'**MF Insurance Award 2010** nella categoria "Compagnie di Valore" per il ramo malattia, grazie al risultato ottenuto nel saldo tecnico, il più alto tra le compagnie operanti in questo ramo. Questo riconoscimento evidenzia la capacità di UniSalute di espandere il proprio business, attraverso la crescita della raccolta premi e un attento controllo dei costi.

Con l'obiettivo di massimizzare le varie competenze presenti nel Gruppo, nel corso del 2010 sono stati sviluppati importanti collaborazioni tra UniSalute e le altre Società di Unipol Gruppo Finanziario. Questi progetti permettono di offrire servizi innovativi per la creazione di valore aggiunto, sia nei confronti dei clienti che per il Gruppo stesso e, al contempo, di ottimizzare la gestione interna delle attività e il controllo dei costi. Tra queste:

- la collaborazione tra UniSalute e Linear Assicurazioni nel progetto pilota sulle **macrolesioni**, disegnato per fornire una opportunità di servizio aggiuntiva a clienti Linear o persone coinvolte in un sinistro con un assicurato Linear, che a seguito di incidente automobilistico abbiano riportato un trauma grave con invalidità permanente superiore al 30%. A quanti riportino un rischio di gravi invalidità, con situazioni cliniche che richiedono interventi e cure specialistiche, viene offerta la possibilità di usufruire di un piano terapeutico definito ed erogato attraverso la rete nazionale e internazionale di strutture sanitarie di eccellenza appositamente selezionate da UniSalute.
- conclusa la fase pilota del progetto **Salutesi**, sinergia tra UniSalute, UGF Assicurazioni e Linear, che prevede di fornire consulenza immediata e di mettere a disposizione i centri fisioterapici convenzionati con UniSalute, agli assicurati UGF R.C. Auto e Linear R.C. Auto che abbiano denunciato un sinistro in constatazione amichevole e abbiano riportato un danno di entità contenuta. Nel corso del 2010 sono state contattate alcune migliaia di assicurati e tra quelli interpellati circa il 40%

ha scelto di affidarsi ad UniSalute per la cura della propria salute;

- il programma di prevenzione della Sindrome Metabolica, attivo già per molti clienti di UniSalute, nel 2010 è stato offerto a tutti i dipendenti del Gruppo nell'ambito della campagna di prevenzione **Proteggi il tuo cuore**. Da aprile 2010, circa 1 migliaio di dipendenti del Gruppo hanno aderito al programma di screening UniSalute per rilevare il rischio di insorgenza di malattie cardiovascolari. Per quanti sono risultati a rischio (circa il 4% dei partecipanti), la Società ha messo a disposizione un programma di allenamento realizzato in collaborazione con Technogym, disponibile sul sito www.unisalute.it, per guidarli nello svolgimento di una sana attività fisica. Questo progetto ha altresì permesso di investire sulle competenze interne al Gruppo, valorizzando la specializzazione di UniSalute nell'ottica della prevenzione e della tutela della salute;
- i servizi di assistenza alla persona offerti da UniSalute (invio a domicilio di un medico, di una babysitter, di una collaboratrice domestica, consegna della spesa e di medicinali, ecc.): le relative garanzie sono state inserite all'interno di **Più Sereni**, il prodotto infortuni e salute del Gruppo in commercio da fine 2010. I clienti possono quindi usufruire di un prodotto innovativo e fare affidamento sull'assistenza offerta dalla Centrale Operativa UniSalute, 24 ore su 24, in Italia e all'estero.

Nel 2010 UniSalute ha inoltre lanciato **Oasi del Benessere**, un'iniziativa riservata in esclusiva ai clienti UniSalute, che offre condizioni agevolate nei soggiorni presso le aziende agrituristiche di Turismo Verde aderenti, selezionate in prossimità di centri termali. UniSalute intende così promuovere uno stile di vita sano, a contatto con la natura e valorizzare il concetto di salute e benessere a trecentosessanta gradi. L'iniziativa ha riscosso l'interesse e l'apprezzamento dei clienti: riscontri positivi che aprono la strada allo sviluppo di iniziative analoghe per il futuro.

A febbraio 2010 è stato implementato il sito www.unisalutedental.it che mette a disposizione dei dentisti convenzionati, contenuti e strumenti di supporto per facilitare il lavoro, la gestione dei pazienti e gli scambi informativi con UniSalute.

È stata anche consolidata la rete odontoiatrica che conta oltre 2.100 aderenti, per aumentarne ulteriormente la capillarità e consentire agli assicurati di tutta Italia di accedere agevolmente alle strutture convenzionate. L'obiettivo per il 2011 sarà, invece, quello di continuare a investire sulla qualità delle rete, per garantire l'efficienza nelle prestazioni e la massima soddisfazione ai clienti.

Per assicurare ai propri clienti di usufruire in modo pratico e veloce del proprio Piano sanitario, nel 2010 è continuata la strategia di **integrazione tra il canale internet e quello telefonico**, con l'utilizzo di tecnologie evolute e comunicazioni elettroniche indirizzate ai clienti. Gli assicurati UniSalute possono prenotare direttamente online le prestazioni e, grazie ai miglioramenti apportati nel corso del 2010, possono sapere in tempo reale se la prestazione richiesta è prevista dal loro Piano sanitario. Il sistema di prenotazione online, inoltre, propone anche un servizio di consulenza ai clienti circa la struttura più adeguata per la specifica necessità individuata, permettendo da un lato di offrire ai clienti **consulenza e supporto** nella scelta del centro in cui recarsi, dall'altro a UniSalute di valutare e monitorare costantemente, e quindi governare, sia il livello di qualità delle prestazioni che il costo sostenuto.

Nel 2010, UniSalute ha inviato ai propri clienti più di 1.500.000 messaggi, pari al 250% in più rispetto al 2009, ed ha registrato una crescita significativa delle prenotazioni online che nel 2010 sono state 240.000, il 288% in più rispetto all'anno precedente.

Attraverso la strategia di rafforzamento del canale internet, UniSalute può offrire servizi sempre più innovativi ai propri clienti che per le prestazioni più frequenti possono quindi utilizzare i servizi online, rapidi ed immediati, e ricorrere al telefono solo per le prestazioni più complesse.

L'indagine annuale di soddisfazione dei clienti, nel 2010 è stata arricchita con un ulteriore elemento di analisi. Come gli altri anni, il tema principale è rimasto il servizio offerto dalla Centrale Operativa, ma poiché nel corso del 2010 il numero di strutture convenzionate è aumentato molto, e in particolare il numero di centri odontoiatrici, si è deciso di valutare in maniera più approfondita la qualità percepita delle strutture.

UniSalute è anche attenta all'**ambiente**.

Per ridurre l'utilizzo di stampati, infatti, ha continuato ad investire sulla tecnologia: è stata implementata la nuova funzionalità di upload della documentazione relativa alle prestazioni per tutte le strutture sanitarie convenzionate che possono essere così inviate in formato digitale. Migliorata anche la tecnologia fax server che converte in formato digitale i fax e permette di visualizzarli direttamente su pc.

Nel 2010 UniSalute si conferma realtà produttiva importante per il territorio, come testimonia la capacità di creare posti di lavoro: nel corso del 2010 sono stati 39 i nuovi colleghi inseriti in organico.

Per il 2011 UniSalute intende continuare sviluppare il proprio *core business* nel mercato delle coperture collettive, e attraverso la propria consulenza specializzata, consolidare la propria posizione di attore di riferimento nel panorama della sanità integrativa.

All'attività nel mercato delle collettive, UniSalute intende affiancare anche l'offerta di Piani individuali attraverso il canale internet e in questo modo raggiungere due importanti obiettivi:

Cresceranno le collaborazioni tra UniSalute e altre Società del Gruppo:

- nell'ambito del progetto UniSalute **"fabbrica unica" per tutti i prodotti malattia di Gruppo**, estensione a tutta la clientela dei benefici dell'applicazione del modello UniSalute: servizio, consulenza, qualità delle prestazioni e sostenibilità nel tempo;
- per lo sviluppo delle iniziative delle macro e micro lesioni in collaborazione con UGF Assicurazioni e Linear;
- per la sinergia con Linear nell'offerta di coperture individuali innovative in grado di fare sintesi tra le specifiche competenze delle due Società.

Infine, nell'ottica di ridurre ulteriormente l'utilizzo della carta, è in fase di progettazione l'invio via e-mail degli estratti conto con il riepilogo delle richieste di rimborso che, attualmente, vengono inviati agli assicurati via posta, con cadenza minima mensile. L'introduzione dell'**estratto conto online**, oltre ad essere un servizio utile e pratico per gli assicurati, consentirà di risparmiare oltre 3 milioni di fogli di carta, pari a 26,6 tonnellate di CO₂.

20. IL GRUPPO BANCARIO

Nel corso dell'esercizio 2010 il Gruppo Bancario UGF Banca ha proseguito nella propria attività, tra cui spicca quella commerciale della capogruppo UGF Banca: un sistema articolato di società che hanno lo scopo di fornire servizi ai clienti nel campo bancario, finanziario e di gestione del risparmio. Le altre società del Gruppo, UGF Merchant nel settore Merchant Banking; Unipol Fondi, nel comparto del risparmio gestito; Unicard e UGF Leasing proseguono anch'esse nel proprio operato peraltro in un contesto di mercato che continua a mostrare forti criticità soprattutto sotto il profilo del rischio creditizio. Per quanto riguarda Unicard, i ritardi rispetto agli obiettivi sono invece dovuti ad un ritardo nell'entrata a pieno regime dell'attività dopo la ristrutturazione posta in essere sin dal 2009.

Dal 4 gennaio 2010, la Capogruppo UGF Banca e la controllata UGF Merchant hanno migrato il proprio sistema informativo sulla nuova piattaforma informatica fornita dal service informatico Cedacri. Tale attività rientra nel progetto avviato nel 2009 finalizzato a dotare le società bancarie del Gruppo di strumenti adeguati a supportare lo sviluppo previsto nel Piano Industriale.

Per quanto riguarda il settore del risparmio gestito, continuano a persistere le difficoltà connesse all'elevata volatilità dei mercati finanziari: mentre si sta assistendo ad una riduzione delle masse gestite dalla controllata Unipol Fondi emerge un buon contributo alla raccolta nel comparto Vita (prodotti di UGF Assicurazioni).



www.ugfbanca.it

20.1 UGF BANCA

20.1.1 Il profilo

Presidente:
OSCAR GUIDETTI

Vice Presidente:
GILBERTO COFFARI

Direttore Generale:
LUCIANO COLOMBINI

Dall'avvio dell'attività avvenuta nel 1998 l'istituto di credito del Gruppo UGF si pone al servizio principalmente delle persone e delle piccole e medie imprese. Una realtà di quasi 2.300 dipendenti diffusi sul territorio nazionale, con prevalenza in quelle zone dove è più radicata la presenza degli assicurati del Gruppo Unipol. La sua peculiarità, infatti, è rappresentata da un modello distributivo che integrando, anche fisicamente – sempre nel rispetto delle proprie autonomie – le filiali bancarie con le agenzie assicurative del Gruppo offre ai clienti servizi coordinati che si traducono in risposte efficaci ai loro bisogni e in concreti vantaggi economici. La rete distributiva della Banca, nel corso del 2010, si è incrementata di 4 filiali arrivando così a 303 sportelli. Già nel corso del 2009, è stato avviato un processo di riorganizzazione territoriale che ha comportato nel 2010 la chiusura di 5 sportelli con la contestuale apertura di 9 nuove filiali. Pertanto al 31 dicembre 2010 la rete distributiva si

componeva di 182 filiali integrate con agenzie assicurative e 121 sportelli tradizionali, cioè operanti in regime di prossimità con una o più agenzie assicurative del Gruppo Unipol. Rimangono inoltre operativi 28 negozi finanziari e 1.586 agenzie assicurative abilitate alla proposizione di prodotti bancari. La rete dei promotori finanziari al 31 dicembre 2010 contava 361 professionisti, a cui si aggiungono 129 dipendenti regolarmente abilitati. Il numero dei promotori professionisti si è ridotto di 13 unità rispetto al dato consuntivo dell'anno 2009, per effetto di interventi di razionalizzazione della rete in funzione di parametri di produttività. La razionalizzazione della rete dei promotori finanziari continuerà anche nel corso del 2011. Nel 2011 entrerà inoltre a pieno regime l'ultimo passo della rivisitazione organizzativa iniziata con la divisionalizzazione nel 2008: tutta la clientela corporate, piccola/media impresa e medi depositanti, sarà assegnata ad uno

specifico gestore dedicato con il compito di presidiare e sviluppare la relazione con il cliente. Questo ultimo passaggio sarà fondamentale per presidiare al meglio la clientela sia sotto il profilo del rischio di credito sia sotto il profilo commerciale. Ogni gestore sarà responsabile del proprio portafoglio clienti ed avrà obiettivi personalizzati, nonché una formazione specifica per il proprio ruolo in modo da migliorare la redditività delle relazioni acquisite oltre ad aumentare lo sviluppo esterno della Banca. Il primo semestre 2010 ha visto il post avvio della migrazione del Sistema Informativo sulla nuova piattaforma Cedacri con l'impegno di tutti i comparti della Banca, sia dal punto di vista organizzativo che informatico.

20.1.2 La relazione socioeconomica

Il risultato netto dell'esercizio 2010, pari ad un utile di 6,5 milioni di euro, evidenzia una crescita del 13,5% a rispetto all'esercizio 2009, nonostante il perdurare delle forti criticità del contesto macroeconomico in cui si è operato e uno scenario caratterizzato dalla contrazione dei tassi interbancari.

Quest'ultimo aspetto ha prodotto una riduzione del **margin di interesse** per effetto di una diminuzione dei tassi attivi applicati ai finanziamenti concessi alla clientela, superiore a quella applicata alla remunerazione dei depositi; tale fenomeno è da leggersi anche quale sforzo della Banca per aiutare le persone e sostenere

le attività produttive in questa particolare fase non positiva dell'economia.

La diminuzione del **margin di interesse** (-7,7%) è stata compensata dall'incremento del margine da servizi (+7,6%), grazie esclusivamente all'incremento delle commissioni nette (+21,6%) che hanno più che compensato i minori margini registrati nell'attività di gestione del portafoglio di proprietà. Complessivamente, quindi, il **margin di intermediazione** 2010 si è attestato a 323,8 milioni con un decremento del 2,3% rispetto all'anno precedente.

A questi risultati economici si è giunti con un ammontare di raccolta diretta da clientela pari a 9,3 miliardi di euro, caratterizzata da un aumento della percentuale dei volumi provenienti dal retail, a fronte di una contrazione delle masse provenienti dalle società del Gruppo e in linea con i programmi di sviluppo della Banca, che prevedono una sua maggiore penetrazione nella clientela retail ed una maggior autonomia finanziaria dalle società del Gruppo.

Quest'ultimo aspetto si riscontra anche nei risultati degli impieghi a clientela il cui totale, cresciuto del 5,6% rispetto la fine dell'esercizio 2009, si è portato a 9,7 miliardi di euro. Crescita dovuta alla migliorata capacità di approccio nei confronti del comparto retail e alla costante produzione registrata nei confronti della clientela privata sul fronte dei mutui ipotecari. Molto più contenuta la crescita per le imprese medio grandi (clientela corporate) nei confronti

TABELLA 20.1
SINTESI DEI DATI
PIÙ SIGNIFICATIVI

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Margine di interesse	198,1	214,5	238,3
Margine di intermediazione	323,8	331,3	315,0
Risultato d'esercizio	6,5	5,7	-88,5
Roe	0,6	0,6	-9,5
Patrimonio netto	1.037,6	1.039,9	827,8
Raccolta indiretta	23.599,6	21.699,7	20.146,9
Raccolta diretta	9.300,3	9.538,6	8.731,4
Raccolta Diretta*			
- Retail	4.298,4	4.159,0	3.505,4
- Corporate	5.001,9	5.379,6	5.226,0
Totale Raccolta diretta	9.300,3	9.538,6	8.731,4
Impieghi verso la clientela			
- Retail	4.343,6	3.928,3	3.692,1
- Corporate	5.392,0	5.290,0	4.788,0
Totale	9.735,6	9.218,3	8.480,1

* Si precisa che nell'ambito della clientela retail, sono incluse le masse riconducibili ai segmenti persone e piccole/medie imprese (società con fatturato inferiore a 2,5 milioni di euro) mentre nella clientela corporate sono inclusi tutti i clienti impresa con fatturato superiore a 2,5 milioni di euro oltre alle masse riconducibili alle società collegate al Gruppo Unipol.

delle quali l'attività dei Centri Impresa è stata soprattutto dedicata ad un miglioramento qualitativo degli utilizzi (riduzione delle esposizioni sul versante delle operazioni puramente finanziarie sostituite da linee di credito finalizzate a supportare il ciclo economico delle aziende stesse).

Il **progetto Icc** ha comportato la ridefinizione del processo di **gestione del credito**, con particolare focus sulla fase di monitoraggio degli andamenti. L'Icc, implementato nel corso del 2010, è uno strumento di supporto automatizzato all'attività di controllo creditizio. L'ambito di riferimento è quello della clientela in bonis che presenti anomalie e quello della clientela già classificata "sotto controllo" o rientrante nel novero degli inadempimenti persistenti. L'applicazione è in grado di generare automaticamente le segnalazioni di anomalie e di determinare la scelta dell'iter di controllo che le pratiche stesse devono seguire. L'Icc (un cruscotto visibile giornalmente per le rispettive competenze alle filiali ed alla sede) permette alla Banca di definire in modo personalizzato quali clienti porre sotto monitoraggio e quale percorso di controllo assegnare ad circa 18 tipologie di anomalie individuate.

Nel corso del 2010 è stata data continuità al catalogo costruito nel 2009 arricchendo la gamma dei prodotti e sviluppando le sinergie tra Banca e Assicurazione e i sistemi di offerta per sottosegmenti.

In particolare, ci si è dedicati alla realizzazione di una gamma di prodotti completa per il mondo delle piccole imprese *Small Business*, che rispondesse a tutte le esigenze di questa categoria di clientela.

Tra le novità si ricordano, in particolare, **Valore Terra**, un'offerta articolata appositamente dedicata al mondo dell'agricoltura, e la sottoscrizione della convenzione con **Unindustria Bologna** riservata alle PMI.

È proseguita nel corso dell'anno la commercializzazione dei mutui **Anche Tu**, dedicati in particolare ai giovani all'inizio dell'attività lavorativa e alle famiglie con basso

reddito; confermata l'adesione al **Piano Famiglie**, promosso dall'Abi e da 13 Associazioni di consumatori, per la sospensione del rimborso delle rate dei mutui ipotecari delle famiglie in difficoltà a seguito della crisi. Nel 2010, in linea con quanto fatto nel 2009, UGF Banca ha continuato a proporre condizioni migliorative rispetto a quanto definito dal Piano, per valutare anche richieste presentate da famiglie che, pur in assenza degli eventi definiti nell'iniziativa, presentano situazioni di criticità che non consentono il regolare pagamento delle rate del mutuo. A ciò si aggiunge anche la rinnovata adesione al Protocollo per il **Sostegno al reddito dei lavoratori di aziende in difficoltà** promosso dalla Provincia di Bologna. Con la sottoscrizione di tale protocollo, l'Istituto ha ribadito la disponibilità ad attivare finanziamenti individuali a costo zero e a tasso zero a lavoratori dipendenti o provenienti da aziende in crisi.

Sempre in collaborazione con Abi, l'Istituto ha aderito al **Fondo Nuovi Nati**, iniziativa promossa dal Dipartimento per le politiche della famiglia che prevede la concessione di finanziamenti a favore delle famiglie per un importo massimo di 5.000 euro rimborsabile in 5 anni.

A completamento della gamma di prodotti dedicati alle famiglie, accanto alle nuove linee – **L'Albero** e **Idea Young** – dedicate ai minori, è stato realizzato **Formula Rendipiù**, che integra le caratteristiche di un conto corrente bancario ad una polizza vita. Inoltre, con l'obiettivo di garantire ai sottoscrittori di finanziamenti il rimborso del debito residuo in caso di eventi imprevisti come morte, invalidità, malattia grave, perdita del lavoro, è continuata, in collaborazione con UGF Assicurazioni, il collocamento della polizza **Formula Serena**, implementata nel 2010, con la nuova tariffa "durata parziale" per consentire ai Clienti, che supereranno i 70 anni di età allo scadere del mutuo, di assicurarsi fino al compimento del settantesimo anno, per la durata parziale del mutuo. Confermata, infine, anche nel 2010 la linea **Nuova energia al futuro**, i finanziamenti finalizzati all'acquisto e installazione di impianti fotovoltaici per la produzione di energia elettrica.


www.ugfmerchant.it

Presidente:
SERGIO COSTALLI

Vice Presidenti:
IVAN SONCINI
LUCIANO COLOMBINI

Direttore Generale:
DANILO TRABACCA

20.2 UGF MERCHANT

20.2.1 Il profilo

UGF Merchant – Banca per le Imprese, nata nel 2003, è la banca all'interno di Unipol Gruppo Finanziario specializzata nel segmento corporate. La banca d'affari si propone come riferimento per le piccole e medie aziende del territorio, svolgendo le proprie attività in stretta sinergia con le attività corporate della capogruppo UGF Banca (che ne possiede l'86,18%).

I servizi offerti ai clienti sono caratterizzati da capacità e competenze di business in tutti i comparti e da una forte specializzazione nel merchant e nell'investment banking: Ipo (offerta pubblica iniziale), Aucap (operazioni di aumento di capitale), M&A (fusioni e acquisizioni), ristrutturazioni finanziarie, *project financing*, organizzazione di *pool*. In particolare, dal 2003 ad oggi ha quotato in Borsa circa una ventina di aziende, su tutti i tipi di mercati, dal segmento Star all'Aim (il mercato della Borsa italiana dedicato alle piccole e medie imprese). In quest'ultimo nel 2010 ha quotato quattro aziende, raggiungendo la posizione di leader di mercato (6 quotazioni su 12 effettuate) ed ha finalizzato più di 35 accordi di M&A nella sua esperienza pluriennale.

Le principali linee strategiche di UGF Merchant sono finalizzate a porre attenzione alle esigenze anche di riconversione e reinvenzione industriale e di reimpianto delle filiere produttive del territorio dell'Emilia Romagna e delle regioni limitrofe, con particolare attenzione anche al mondo dell'agricoltura. Questa attenzione è in linea con le opportunità di business derivanti dalla crescita del filone delle energie alternative e delle conseguenti specializzazioni finanziarie richieste.

In questo senso, sono in corso diverse collaborazioni a vari livelli con i principali gruppi industriali e finanziari del territorio, concernenti progetti comuni nel campo delle energie alternative (biogas e fotovoltaico in particolare), tesi a programmare iniziative congiunte di sostenibilità produttiva ed ambientale.

Le attività connesse al mondo agricolo, infatti, sono nella loro storia maggiormente relazionate ai sistemi naturali, peraltro caratterizzate negli ultimi vent'anni da una spoliazione costante dei terreni ed atteggiamenti di spreco energetico, oggi recuperabili con progettazioni economiche dedicate (design sistemico) e incentrate anche sul ruolo di una banca d'affari innovativa e di riferimento.

20.2.2 La relazione socioeconomica

Per quanto riguarda l'attività di *Merchant Banking* si segnalano per il 2010 i seguenti mandati, tra quelli di cui è possibile rendere evidenza:

- assistenza nel processo di quotazione (anche in qualità di *Nominated Adviser*) delle società Poligrafici Printing, Pms, Società Editoriale Vita, First Capital e Unione Alberghi Italiani (le prime quattro quotate nel 2010 e la quinta quotata ad inizio 2011);
- *joint lead manager* nell'operazione di aumento di capitale effettuata da UGF Spa;
- assistenza alla società Coop Adriatica nella realizzazione di un processo di *joint venture*.

Tra le varie operazioni di quotazione un posto particolare per significatività dell'esperienza va attribuito a **Vita**, la prima quotazione in Italia di un'azienda che non distribuisce dividendi e che è attiva nel settore non profit, operazione che si è peraltro chiusa con grande successo ed attenzione dei media.

Per le attività di *Investment Banking* da sempre UGF Merchant pone attenzione e al centro del business il tema dell'**energia e della sicurezza energetica**, energie alternative e da fonti rinnovabili in particolare: coniugare gli impegni assunti con il Protocollo di Kyoto con la necessità di assicurare un sistema di approvvigionamento energetico sicuro e rispettoso dell'ambiente, è una sfida costante

per il tessuto industriale della piccola e media impresa del territorio naturale di riferimento di UGF Merchant.

Nel 2010 sono stati deliberati crediti al settore energetico ambientale per 96,4 milioni di euro, pari al 13% dei crediti complessivamente erogati, a cui si aggiungono i 9,6 milioni in partecipazioni societarie nello stesso comparto, pari all'81% del totale investito in partecipazioni, a conferma dell'impegno della società per la *green economy*. Più generalmente, nel 73% dei casi di partecipazione (pari a 15 imprese) vengono affrontate insieme problematiche inerenti la sostenibilità, nell'ambito di una progettazione strategico-finanziaria lungimirante e di ampio respiro.

Ponendo attenzione a tutte le possibilità di sviluppo ma anche alle eventuali criticità, UGF Merchant sta approfondendo con le

principali aziende del territorio anche le tematiche finanziarie relative ai **biocarburanti** in generale (un sottoinsieme di biocombustibili utilizzati per produrre energia meccanica), etanolo di seconda generazione (bioetanolo di origine lignocellulosica), biometano, biomasse e sta approcciando, con primari operatori nazionali ed anche internazionali, il **business delle batterie al sale**, una tecnologia a forte riduzione di emissioni inquinanti.

È inoltre allo studio la creazione, nell'ambito della Direzione Centrale Merchant Banking, di un Dipartimento dedicato alle energie alternative, altamente specializzato sotto il profilo finanziario, che possa fungere da catalizzatore di esperienze e di competenze, in collaborazione con consulenti esterni di alto profilo, legale e tecnico. Per luglio 2011 è previsto l'avvio sostanziale della prima parte di tale progetto.

20.3 LE ALTRE SOCIETÀ DEL GRUPPO BANCARIO



Presidente:
CLAUDIO ALBERTINI

Vice Presidente:
MARIO VIDALE

Direttore Generale:
MASSIMILIANO NAGLIA

UGF PRIVATE EQUITY

Partecipata al 100% da UGF Banca, UGF Private Equity Sgr è stata costituita nel 2008 e opera nel servizio di gestione collettiva del risparmio. In particolare, gestirà il fondo chiuso riservato a investitori qualificati denominato **Preludio** per cui nel corso del 2009 ha completato il processo autorizzativo presso la Banca d'Italia e nel mese di aprile 2010 l'autorizzazione ad operare. Ha pertanto avviato una fase di ricerca di potenziali investitori al fine di completare, entro i termini normativi, la raccolta formale delle sottoscrizioni di quote del Fondo. Relativamente all'attività svolta, questa si è sviluppata da una parte sul fronte organizzativo ed amministrativo, con l'adozione di processi, policies e documenti aziendali (conflitti di interessi, reclami, Mog, codice di

comportamento, ecc.) e con la stipula dei contratti di *outsourcing* con le società del Gruppo, dall'altra sul fronte del *fund raising*, proseguendo nei contatti e negli incontri con potenziali investitori. UGF Merchant inoltre opererà come *advisor* della Sgr sulla base di uno specifico contratto.

L'attuale normativa prevede che l'obiettivo minimo di raccolta (in questo caso 100 milioni di euro) debba essere raggiunto entro 24 mesi dall'approvazione del Regolamento del Fondo, e cioè entro ottobre 2011.

Solo al raggiungimento di tale traguardo la Società comincerà a beneficiare di ricavi. Pertanto, il bilancio 2010, chiuso con una perdita netta pari a 271 mila euro, non ne riflette la piena operatività.



www.ugfleasing.it

Presidente:

FABIO COLOMBERA

Vice Presidente

e Direttore Generale:

ROBERTO GIOVANNELLI

UGF LEASING

UGF Leasing è una società partecipata al 100% da UGF Banca, acquisita nel settembre 2007. Nel corso del 2010 la Società ha stipulato 747 nuovi contratti (+38%) per un valore di 73,5 milioni di euro, con un incremento di circa il 20% sul 2009. Il risultato è da ritenersi positivo, soprattutto se rapportato al dato di sistema (+ 4%). L'ammontare dei crediti a bilancio a fine esercizio si attesta su 157,5 milioni di euro, contro i 121,7 milioni di euro dell'anno precedente. La Società, a fine 2010, presentava un organico di 12 dipendenti a cui se ne aggiungono

6 distaccati da altre società del Gruppo. Il Bilancio 2010 ha chiuso con una perdita di 0,7 milioni di euro, di poco superiore a quanto preventivato ad inizio anno, determinata principalmente da rettifiche su crediti di importo superiore alle previsioni. Le spese amministrative, invece, si attestano su valori inferiori rispetto a quanto preventivato per l'anno, compensando così in buona parte i minori ricavi derivati da una produzione che, seppur sensibilmente in crescita, è risultata ancora al di sotto dei livelli necessari al raggiungimento del *break-even*.

UNIPOL FONDI

Consiglio di Amministrazione:

BEATRICE PAOLETTI

ATTILIO SELLERI

ANDREA ZANARDI

FRANK ENNIS

MICHAEL JACKSON

UNIPOL FONDI

Costituita nel gennaio 2002 è partecipata al 100% da UGF Banca. L'utile netto conseguito nell'esercizio 2010 è stato pari a 854 mila euro, in calo rispetto all'esercizio precedente che aveva registrato

un utile pari a 1,4 milioni di euro. La riduzione è riconducibile esclusivamente alla contrazione delle masse gestite che sono passate da 296 milioni di euro del 2009 a 246 milioni del 2010.

Unicard

www.unicard.it

Presidente:

ELISABETTA BINACCHI

Vice Presidente:

FABIO COLOMBERA

Direttore Generale:

MASSIMO PADUOS

UNICARD

Società partecipata al 53,39% da UGF Banca, che ne ha acquisito il controllo nel luglio 2008, opera nel settore delle carte di credito e della monetica in genere, sia come *Issuer* (emissione di carte di credito e di pagamento personali e aziendali) che come *Acquirer* (gestione delle transazioni di spesa e nella convenzione con gli esercenti per l'accettazione delle carte). Dopo la riorganizzazione avviata nel 2009, ha iniziato lo sviluppo e la commercializzazione di nuovi prodotti: il livello di *acquiring*, ossia il volume di transato con carte di credito effettuato

presso esercenti convenzionati con Unicard, al 31 dicembre 2010 si attestava a 603 milioni di euro, in incremento del 52,7% rispetto all'esercizio precedente, ed il parco carte in essere era pari a 51.446 (+29% rispetto al 2009). Tali volumi hanno comportato una crescita del margine di intermediazione (+ 5,2%) ma non in misura tale da poter compensare le spese amministrative. Pertanto nel 2010 la società ha chiuso con una perdita netta di 736 mila euro (comunque in calo rispetto al 2009, quando la società chiuse con una perdita netta di 874 mila euro).

21. BANCASSURANCE

Le attività di Bancassurance del Gruppo sono state realizzate fino al 2010 dalla società Bnl Vita, nel giugno dello stesso anno Unipol Gruppo Finanziario ha acquistato la maggioranza della società Arca e delle sue associate, che

nel secondo semestre ha integrato l'offerta di bancassicurazione con prodotti proposti nella rete di alcune Banche Popolari, in particolare la Popolare di Sondrio e la Popolare dell'Emilia Romagna.



www.arcassicura.com

21.1 ARCA

21.1.1 Il profilo

Presidente:
FABIO CERCHIAI

Vice Presidenti:
ROBERTO GIAY
PIERO MELAZZINI

Amministratore Delegato:
FEDERICO CORRADINI

Arca Vita è la Compagnia di assicurazione nata nel 1987 per offrire un vantaggio competitivo alle proprie banche distributrici attraverso l'ideazione, la realizzazione e il supporto alla vendita di soluzioni assicurative, rivolte alla famiglia e alle imprese. Nel 1995 nasce Arca Assicurazioni, specializzata nel settore Danni. Arca Vita ed Arca Assicurazioni hanno ampliato negli anni la propria offerta fino a coprire un numero crescente di esigenze assicurative, migliorando costantemente la qualità del servizio. Il target di riferimento di Arca Vita ed Arca Assicurazioni è "l'individuo", nell'ambito di tutti i suoi interessi: la persona, la famiglia, il reddito, il patrimonio, l'attività lavorativa e privata. Complessivamente Arca Vita e le compagnie da essa controllate possono contare su 2.130 sportelli, che consentono una presenza capillare in Italia, con particolare riferimento alle regioni del nord-est, oltre ad alcune del centro-sud. I valori alla base dell'azione dell'Azienda sono essenzialmente:

- l'attenzione alle necessità assicurative e di risparmio del cliente;
- lo spirito di coesione e cooperazione con le banche distributrici;
- la flessibilità e rapidità nell'interpretare i

mutamenti del mercato e nel prendere decisioni nell'interesse dei propri clienti. Il 22 giugno 2010 si è perfezionata l'acquisizione della maggioranza di Arca Vita ed Arca Assicurazioni da parte di Unipol Gruppo Finanziario. L'operazione prevede un accordo di partnership strategica, di durata decennale, nelle attività di bancassicurazione Vita e Danni tra il Gruppo, Banca Popolare dell'Emilia Romagna e Banca Popolare di Sondrio.

21.1.2 La relazione socioeconomica

Complessivamente, alla fine del 2010, lavoravano in Arca 285 persone, di cui:

- 136 in Arca Assicurazioni, costituita nel 1995 con l'obiettivo di offrire alla clientela una gamma completa di prodotti assicurativi, in risposta alle esigenze di sicurezza nell'area della salute, della famiglia, del patrimonio;
- 76 in Arca Vita, la Compagnia di assicurazione nata nel 1987 come specialista nel settore del risparmio e della previdenza, che ha ampliato negli anni la propria offerta di prodotti assicurativi;
- 48 in Arca Inlinea, la Società dedicata

ad offrire alla clientela un servizio di assistenza telefonica tramite Numero Verde per la richiesta di informazioni;

- 25 in Arca Sistemi, la società con scopo consortile che ha per oggetto la fornitura ai propri soci di servizi e prodotti per la progettazione, realizzazione e gestione di applicazioni informatiche, di processi operativi e correlate strutture organizzative, di patrimoni dati nonché di servizi relativi a sistemi di telecomunicazione e telefonia.

La Compagnia ha, al termine dell'anno 2010, 1.099.000 polizze attive: 317.000 di queste sono stipulate con Arca Vita e 782.000 con Arca Assicurazioni.

L'Azienda si caratterizza per una forte attenzione ai temi sociali e culturali, specialmente all'interno del territorio in cui è andata crescendo ed intensando relazioni. Anche nel corso del 2010

ha erogato oltre 6.500 euro per sovvenzionare associazioni senza scopo di lucro che si occupano del benessere dei bambini nel Sud del mondo, la ricerca scientifica e l'arte teatrale.

Con il secondo semestre si è altresì avviato un importante processo di integrazione nel Gruppo, in merito alle procedure (gestione finanziaria, gestione paghe dei dipendenti, Mosaico, Compliance, ecc.), ai documenti normativi (in dicembre è stato adottato il Codice Etico del Gruppo) e gestionali.

Per il 2011 la società si pone gli obiettivi di:

- chiudere nella prima parte dell'anno la rete agenziale, completando il processo di razionalizzazione iniziato nel secondo semestre 2010;
- focalizzarsi sulla rete bancaria;
- incrementare l'integrazione con la Capogruppo.

TABELLA 21.1
SINTESI DEI DATI
PIÙ SIGNIFICATIVI *

Valori in milioni di euro

	2010	
	Arca Assicurazioni	Arca Vita
Premi	220,9	720,8
Riserve tecniche	359,5	3.312,2
Investimenti e disponibilità	323,3	3.443,8
Pagamenti	101,6	534,4
Spese di gestione	45,1	17,2
Rapporto % spese di gestione / premi	20,42	2,39
Patrimonio netto	38,3	208,9
Utile (perdita) netto	-13,2	-3,4

* Si ricorda che la Società è stata consolidata all'interno del Gruppo a partire dal 1/07/2010.

Fonte: Bilanci Arca Assicurazioni e Arca Vita


www.bnlvita.it

Presidente:
NICCOLÒ PANDOLFINI

Vice Presidente
e Amministratore Delegato:
ROBERTO GIAY

Direttore Generale:
MAURIZIO PELLICANO

21.2 BNL VITA

21.2.1 Il profilo

Bnl Vita è la società nata nell'ambito Bnl al fine di promuovere la vendita di prodotti assicurativi vita nelle rete di filiali dell'istituto bancario. È partecipata fin dall'origine dalla Banca Nazionale del Lavoro Spa e successivamente, dal 1987, da assicuratori di primario rilievo a livello di mercato quali Ina, Assicurazioni Generali e dal 2001 dal Gruppo Unipol. A seguito dell'accordo strategico tra Unipol e Bnp Paribas del febbraio 2006, e con il perfezionamento dell'acquisto dell'1% della società da parte di Unipol, avvenuto il 31 luglio 2007, Bnl Vita è oggi controllata al 51% dal Gruppo. Già nel 2010 è stato sottoscritto un accordo tra il Gruppo e Bnp Paribas per la cessione entro il 2011 della partecipazione detenuta da Unipol in Bnl Vita. Essa continua a sviluppare la propria attività di collocamento presso la clientela di Bnl-Bnp Paribas.

21.2.2 La relazione socioeconomica

L'attività commerciale del 2010 ha mostrato un andamento in linea con il precedente esercizio; la contrazione della produzione va considerata come un riassetto fisiologico dopo l'eccezionale risultato del precedente esercizio. I premi emessi nell'anno, ammontano complessivamente a 2.475 milioni di euro, con un decremento del 19% rispetto all'esercizio precedente.

La nuova produzione del 2010 ha registrato una diminuzione rispetto al 2009, attestandosi su 2.419 milioni di euro.

La raccolta effettuata dalla rete degli sportelli Bnl-Bnp Paribas è pari a 2.407 milioni di euro e mostra un incremento del 19,4% rispetto al dato 2009. L'esercizio 2010 evidenzia un decremento dei prodotti tradizionali (-22,2% rispetto al 2009), il cui peso rappresenta l'84% del totale (88% nel 2009), mentre il ramo III ha segnato una leggera ripresa sia in termini relativi (+4% rispetto al 2009) che in relazione al totale della produzione con un peso del 16% (12% nel 2009).

TABELLA 21.2
SINTESI DEI DATI
PIÙ SIGNIFICATIVI

Valori in milioni di euro

	2010	2009	2008
Premi var. %	2.475,2 -18,9	3.050,8 98,7	1.535,3 -41,2
Riserve tecniche var. %	11.652,5 4,3	11.172,7 16,8	9.564,5 -6,4
Investimenti e disponibilità var. %	11.809,2 3,3	11.430,5 18,8	9.617,8 -7,9
Pagamenti var. %	2.277,6 14,0	1.997,4 -4,5	2.091,2 -29,2
Spese di gestione var. %	29,9 27,4	23,5 -5,1	24,8 -35,9
Rapporto % spese di gestione / premi	1,2	0,8	1,6
Patrimonio netto var. %	413,0 0,5	410,9 88,4	218,1 -30,4
Utile (perdita) netto var. %	2,2 -98,4	132,8 -252,5	-87,1 -270,9

Fonte: Bilancio BNL Vita

I contratti tradizionali legati al canale diretto mostrano invece una raccolta di circa 12 milioni di euro (4 milioni nel 2009).

Le spese di gestione pari a 29,9 milioni di euro, al netto delle commissioni di gestione iscritte negli altri oneri tecnici, sono incrementate del 27,4% rispetto all'analogia voce dell'esercizio precedente e rappresentano un'incidenza sui premi dello 1,2% rispetto all'0,8% del 2009.

Gli investimenti complessivi e la liquidità ammontano a 11.809,2 milioni di euro (+378,7 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2009), a fronte di riserve tecniche pari a 11.652,5 milioni di euro (+479,8 milioni di euro rispetto al 2009). L'esercizio 2010 chiude con un risultato lordo positivo per 1,2 milioni di euro; l'utile netto è pari a 2,2 milioni di euro comprensivo di un effetto positivo delle imposte pari a 1 milione di euro. Il personale al 31 dicembre 2010 risultava

costituito da 91 dipendenti di cui 1 a tempo determinato, in crescita sul 2009 (+5%).

Nel 2010 significativo è stato il progetto di formazione linguistica attuato in seguito all'intensificarsi delle occasioni di confronto con modelli internazionali. Il progetto, articolato in 9 corsi collettivi e 2 individuali, ha coinvolto il 30% circa dei dipendenti ed è stato in parte finanziato da Fba, fondo interprofessionale di settore. Sempre in ambito formativo, si è allineata la Società rispetto agli obblighi formativi dettati da diverse normative quali la Disciplina della responsabilità amministrativa delle società (D.Lgs. 231/2001), l'Antiriciclaggio (D.Lgs. 231/2007), la Sicurezza sul Luogo di Lavoro (D.Lgs. 81/2008) e la Privacy (D.Lgs. 196/2003). Bnl Vita si avvale degli 857 sportelli della rete Bnl dislocati in tutto il territorio nazionale. I contratti in portafoglio nel 2010 erano 473.036.

UNIPOL
GRUPPO FINANZIARIO S.P.A.

Sede Legale e Direzione Generale
via Stalingrado, 45
40128 Bologna

Capitale sociale
Euro 2.699.066.930,11 i.v.

Codice fiscale e iscrizione
registro delle imprese di Bologna
n. 00284160371 - R.E.A. n. 160304

UNIPOL
GRUPPO FINANZIARIO S.P.A.

Sede Legale e Direzione Generale
via Stalingrado, 45
40128 Bologna



www.unipolgf.it