

Bilancio Sociale 2007

Sintesi

la versione integrale
è consultabile su
www.unipolgf.it



**UNIPOL
GRUPPO
FINANZIARIO**



Quello trascorso è stato l'anno nel quale abbiamo dato concretezza al progetto strategico e agli obiettivi delineati nel corso dell'anno precedente. È stato costituito Unipol Gruppo Finanziario, la holding che rende più chiara, trasparente e leggibile dal mercato la nostra realtà imprenditoriale.

Con questo Bilancio Sociale rendicontiamo, con serietà e rigore, le scelte e le attività della nostra Impresa, sulla base di una dimensione qualitativa che misura l'impatto sulle persone, sulla comunità, nei confronti degli stakeholder della nostra attività. Confermiamo, da un lato, le forti radici valoriali e sociali che caratterizzano Unipol e che sono state un determinante contributo a farla crescere. E che non sono mai venute meno, nonostante le difficoltà, i problemi, gli errori, nel corso dei 45 anni di vita di questa azienda.

Dall'altro lato, affrontiamo i cambiamenti che sono indispensabili per continuare a essere protagonisti nella società e nel mercato, per dare risposte più adeguate a tutti coloro che – a partire dai clienti, dai lavoratori agli agenti, dagli azionisti a tutti gli altri stakeholder – ripongono fiducia in noi. Una fiducia che si è consolidata e per tanti versi accresciuta. Come abbiamo potuto verificare in decine di incontri pubblici in tutte le regioni, durante i quali abbiamo presentato il Bilancio Sociale del 2006. Si è trattato di occasioni di confronto molto serie e partecipate, utili per migliorare il nostro lavoro e che ripeteremo quest'anno. Presentando significativi risultati del nostro impegno sociale su tanti versanti: dai prodotti assicurativi, bancari e finanziari rivolti alle fasce più deboli della popolazione, al sostegno a Libera nella lotta contro le mafie, per la legalità e uno sviluppo fondato su una economia sana e pulita, al nuovo corso che abbiamo impresso alla Fondazione Unipolis, con la quale il nostro Gruppo intende sviluppare attività di ricerca, di promozione della cultura e della sicurezza, di solidarietà.

Del processo che ha portato a UGF vorrei evidenziare – al di là della forte valenza imprenditoriale che esso esprime – la novità che riguarda l'assetto di governance. Prendemmo l'impegno di procedere ad una netta separazione tra rappresentanza della proprietà e gestione manageriale, con modalità di governo dell'impresa fondate su una maggiore trasparenza e su una più piena adesione al Codice di autodisciplina delle società quotate. L'abbiamo fatto: ci siamo dotati di un nuovo Codice di Governance; il Consiglio di Amministrazione è stato investito di un maggior ruolo; sono stati costituiti diversi Comitati, assegnando ai Consiglieri più estesi poteri di indirizzo, verifica e controllo. Cito, tra gli altri, il Comitato per la Responsabilità Sociale che costituisce una pressoché assoluta novità nel panorama delle società quotate in Italia: uno strumento importante per verificare la coerenza tra i valori e gli obiettivi proclamati e la pratica quotidiana.

E, a proposito di valori, è stato avviato un importante percorso di elaborazione di una nuova "Carta dei Valori" del nostro Gruppo. Vogliamo, anche in questo modo, costruire una nuova, più solida e moderna identità di UGF e favorire l'affermarsi di un forte senso di appartenenza alla nostra società. Andremo, inoltre, ad un aggiornamento del nostro Codice Etico.

Vogliamo farne non solo una, pur importante e solenne, dichiarazione di principi. Ma uno strumento vivo, di stimolo e sollecitazione, vincolo e impegno per tutti coloro che stanno in Unipol Gruppo Finanziario. A rispettare pienamente la legge, certo, ma soprattutto ad operare con profonda responsabilità nei confronti di clienti e risparmiatori, del mercato e della società. Solo così l'attività imprenditoriale ritrova la sua legittimazione nella produzione di ricchezza e la propria funzione sociale.

Pierluigi Stefanini



Care amiche, cari amici,
mi trovo al secondo appuntamento con il Bilancio Sociale di UGF dopo un anno in cui si sono avviati importanti processi di cambiamento, i cui risultati sono qui illustrati.

Il Bilancio Sociale conferma la sua funzione di descrivere le ragioni dello sviluppo sostenibile del Gruppo in termini di risultati per tutti gli stakeholder, in questo anno particolarmente significativo per gli azionisti.

Lo strumento del Bilancio Sociale è stato interessato da un profondo cambiamento, in quanto la consuntivazione si è svolta secondo le *best practices* e secondo un nuovo sistema di parametri e di processi di redazione.

Unipol Gruppo Finanziario, nato formalmente il 1 settembre 2007, è una grande squadra di oltre 6.500 persone di grande spessore umano e professionale.

Abbiamo dedicato tanto tempo e tante risorse al completamento del nuovo assetto, organizzativo e societario, necessario per mettere il Gruppo nelle condizioni di meglio competere in un mercato finanziario in rapido cambiamento. Oggi Unipol Gruppo Finanziario ha una identità, una *mission* ed una struttura organizzativa più chiare, più comprensibili e più trasparenti.

Per tutto il 2007 siamo andati avanti nella realizzazione del Piano strategico 2006-2009, che si è dimostrato solido e flessibile, cioè in grado di adattarsi alle difficoltà dei mercati e di superarle. E' quello che può, meglio di ogni altra cosa, valorizzare le persone che lavorano nel Gruppo e garantire a loro ed alle loro famiglie un futuro sereno.

Stiamo investendo importanti risorse nel progetto formativo "Costruiamo insieme il futuro", che guida le nostre persone in un percorso di rinnovata crescita e di approfondimento su diverse tematiche. Ritengo la formazione uno dei principali fattori di sviluppo delle imprese. E' un momento che esalta le relazioni interpersonali, e fornisce alle persone strumenti e norme di comportamento per lavorare meglio e per consentire ai collaboratori di lavorare meglio.

Nel 2007 si è intensificato il rapporto con gli Agenti sul territorio sia in ambiente Unipol che in ambiente Aurora. Io stesso, insieme ai colleghi delle direzioni commerciali, ho incontrato tutti i nostri agenti, in diverse occasioni, per spiegare la nostra *vision* e raccogliere da loro nuove idee per il nostro sviluppo. Il cliente rimane al centro della nostra attenzione.

Oggi Unipol Gruppo Finanziario sta lavorando per la realizzazione di una Carta dei Valori di Gruppo visti come ispiratori di modelli di comportamento aziendale da perseguire, ed in grado di fondere le diverse esperienze e le diverse anime che hanno raggiunto il Gruppo nel corso degli anni.

Profilo e vision del Gruppo

Il Bilancio Sociale di Unipol Gruppo Finanziario rendiconta agli stakeholder, affinché possano valutare l'operato e i risultati conseguiti, e verificare la coerenza tra valori ed obiettivi dichiarati e la gestione quotidiana.

Il 2007 è stato un anno di attività denso di scelte strategiche, decisioni e progetti.

- La costituzione di UGF – Unipol Gruppo Finanziario nel settembre 2007 e la conseguente riorganizzazione societaria.
- Il consolidamento e la riaffermazione della volontà di crescere di un Gruppo con la forza delle proprie radici per costruire, con la partecipazione e la coesione di tutte le sue componenti, il proprio futuro.
- L'avvio del percorso di elaborazione di una nuova "Carta dei Valori" del Gruppo e l'aggiornamento del Codice Etico.

L'obiettivo è la costruzione di una più solida e moderna identità e senso di appartenenza, attraverso il più ampio coinvolgimento di tutte le persone che lavorano in e per UGF, a cominciare dal rilancio della formazione ad ogni livello della struttura aziendale.

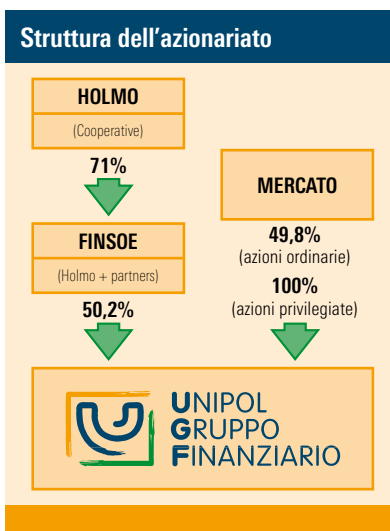
- UGF considera strategico uno sviluppo sostenibile e la responsabilità sociale di impresa, capace di coniugare crescita economica e valore per gli azionisti con la tutela e la valorizzazione della persona, la promozione sociale e civile della comunità in cui si opera, il rispetto per l'ambiente, la tutela delle generazioni future.
- UGF fonda la propria strategia sull'integrazione tra assicurazione e banca per dare risposte semplici ed efficaci ai clienti.



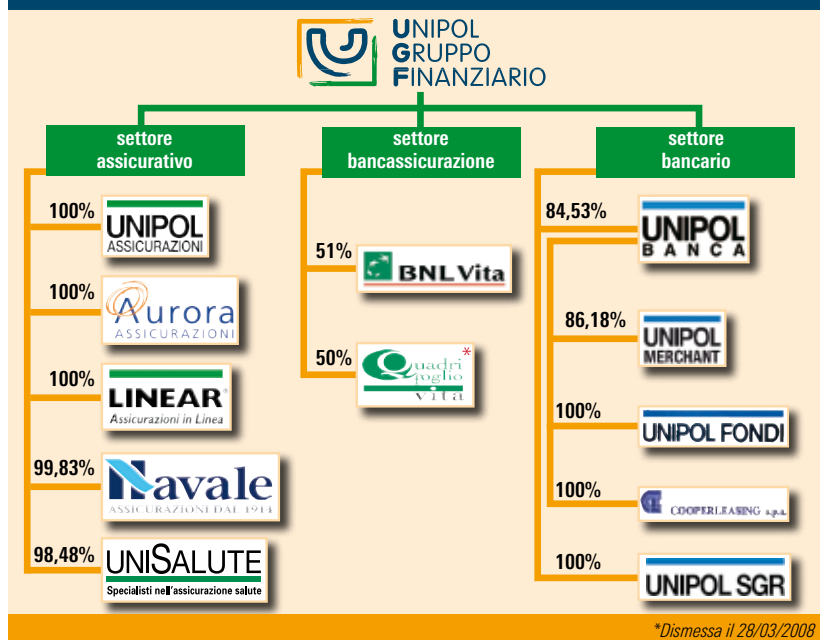
Il maggiore azionista di Unipol Gruppo Finanziario è Finsoe S.p.A., che detiene stabilmente il 50,2% del suo capitale ordinario (50,75% al 31 dicembre 2007).

La maggioranza del capitale di Finsoe (71,07%) è detenuta da Holmo S.p.A., controllata da aziende appartenenti al movimento cooperativo (tra cui le principali cooperative di consumatori e del settore di produzione e lavoro).

Il 49,8% del capitale ordinario di Unipol Gruppo Finanziario ed il 100% delle azioni privilegiate costituiscono invece capitale flottante, trattato sul mercato azionario della Borsa Italiana.



UGF: le principali società controllate



Il sistema di governo

- Nel mese di maggio 2007 il Consiglio di UGF S.p.A. ha deliberato l'adozione del Codice di Corporate Governance del Gruppo, che descrive la composizione e le funzioni degli organi sociali responsabili del governo della stessa UGF S.p.A. e delle società operative del Gruppo.
- Il CdA è composto da 25 membri, 10 dei quali indipendenti.
Nell'ambito del CdA sono stati costituiti 5 Comitati Consultivi, tra cui il Comitato per la Responsabilità Sociale.
- Il Codice di Corporate Governance ha adottato il Codice di Autodisciplina delle società quotate definendo una netta separazione tra le funzioni di rappresentanza, indirizzo e controllo affidate alla Presidenza e la gestione operativa della società affidata all'Amministratore Delegato.
- In questo modo si è voluto aumentare la trasparenza dei processi decisionali, nonché la garanzia di tutela rispetto ai potenziali conflitti di interesse.
- Con la riorganizzazione societaria, UGF S.p.A. ha avviato un articolato processo di revisione organizzativa e funzionale del Gruppo, cui è conseguita la progressiva separazione delle funzioni centralizzate e di coordinamento, svolte da UGF S.p.A. nella veste di holding di partecipazioni e servizi, dalle attività operative in capo a ciascuna società del Gruppo.

Il processo di revisione organizzativa così realizzato ha fatto sì che il Gruppo disponga di un assetto idoneo a rafforzare la propria posizione sul mercato assicurativo e finanziario, con chiarezza di obiettivi e responsabilità e secondo logiche di trasparenza, efficacia ed efficienza.

Contestualmente alla nascita di Unipol Gruppo Finanziario – il 1° settembre 2007 – ha preso il via anche il sito istituzionale della nuova holding, andato on line qualche minuto dopo la mezzanotte del 31 agosto.

- Il Mercato assicurativo italiano per dimensione si colloca al 4° posto nel mercato assicurativo Europeo. Tuttavia, l'Italia si differenzia dagli altri Paesi avanzati per il basso tasso di penetrazione assicurativa rispetto al Prodotto Interno Lordo.
- È crescente nel Paese il bisogno di sicurezza delle persone, delle famiglie e delle imprese e aumenta la consapevolezza e la necessità di dover disporre di moderni e più efficaci strumenti di prevenzione, previdenza, tutela. Una nuova cultura della sicurezza delle persone si sta lentamente consolidando.
- UGF nasce con l'obiettivo di garantire un servizio integrato tra banca e assicurazione, capace di fornire prodotti di qualità, trasparenti e a costi sostenibili che meglio rispondano alle esigenze di cittadini, imprese e famiglie.
- Il Piano Industriale 2006-2009 costituisce il logico sviluppo di tale strategia.

Il Piano strategico 2006-2009

La strategia seguita dal Gruppo nel 2007 trova le sue origini nel Piano strategico 2006-2009, presentato alla comunità finanziaria nel settembre 2006, che si fonda su 4 pilastri.

I PILASTRI DEL PIANO STRATEGICO

Strategie

Azioni

SETTORE ASSICURATIVO

consolidamento della leadership nel mercato italiano per quota di mercato, efficacia tecnica e profittabilità

miglioramento dell'offerta e della performance commerciale
riduzione dei costi operativi realizzando le sinergie inespresse
mantenimento dell'eccellenza tecnica in particolare sui sinistri
valorizzazione della nuova produzione vita per effetto di un mix a maggior valore

SETTORE BANCARIO

sviluppo del settore mediante l'ampliamento della scala operativa ed il perseguimento della redditività

miglioramento del rapporto costo/income:
- portata a regime delle nuove filiali aperte
- aumento della produttività commerciale della rete
espansione della rete di filiali

CORPORATE CENTER

rafforzamento delle funzioni di holding per aumentare l'integrazione e lo sviluppo coordinato delle aree di business

razionalizzazione dell'articolazione del Gruppo
promozione del coordinamento tra aree di business

GESTIONE DEL CAPITALE

valorizzazione delle opportunità di crescita esterna in coerenza con le strategie del Gruppo

riacquisto delle minorities delle controllate
attenzione alle opportunità di crescita sul mercato
conferma della politica di dividendi

Il Bilancio Consolidato

Il 2007 è stato caratterizzato da una congiuntura economica difficile per il Paese, che ha determinato effetti riflessivi anche sul mercato assicurativo. Lo scorso anno è stato peraltro caratterizzato da importanti interventi normativi nelle assicurazioni (nuovo Codice, Indennizzo Diretto, plurimandato).

Inoltre, è stato dato impulso alla previdenza integrativa con il trasferimento del TFR ai fondi pensione.

In questo contesto il Bilancio consolidato di UGF al 31/12/2007 ha chiuso con un **risultato di 421 milioni di euro (+16,5%)** dopo aver svalutato per 59 milioni di euro la partecipazione in Hopa. L'utile netto di pertinenza di Unipol Gruppo Finanziario è stato di 389 milioni di euro (+38,4%).

Agli azionisti è stato distribuito un miliardo di euro di dividendi, di cui 184 milioni di dividendo ordinario e 816 milioni di dividendo straordinario, quale restituzione di capitale sottoscritto con l'aumento attuato nell'autunno 2005.

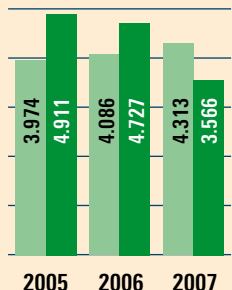
Sintesi dei dati più significativi di Unipol Gruppo Finanziario

	2007
Raccolta assicurativa diretta	7.851
Raccolta bancaria diretta	9.097
Premi netti	7.463
Risultato consolidato	421
Utile netto di Gruppo	389
Investimenti e disponibilità	39.405
Riserve tecniche e passività finanziarie	37.885

Importi in milioni di euro • Fonte: Bilancio consolidato 2007

Raccolta assicurativa

■ Danni
■ Vita e prodotti investimento

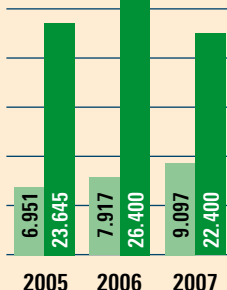


importi in milioni di euro

Fonte: Bilancio consolidato 2007

Raccolta bancaria

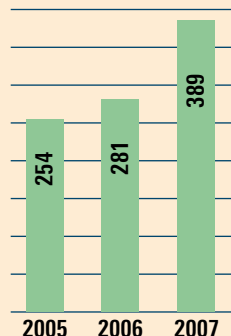
■ Raccolta diretta
■ Raccolta indiretta



importi in milioni di euro

Fonte: Bilancio consolidato 2007

Utile netto

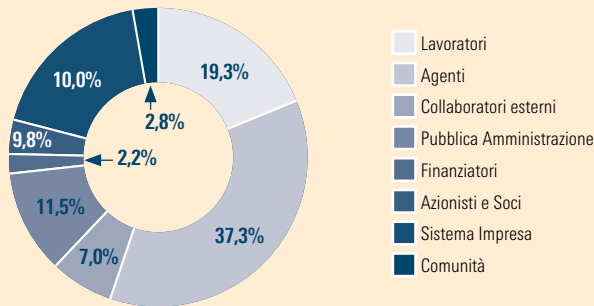


importi in milioni di euro

Fonte: Bilancio Consolidato 2007

Il Valore aggiunto è determinato come Valore prodotto dal Gruppo nell'esercizio, e calcolato come differenza tra il valore della produzione e i costi relativi alle prestazioni assicurative e bancarie e all'acquisizione di beni e servizi.

Distribuzione del Valore aggiunto



• Fonte: Direzione Amministrazione di Gruppo

Distribuzione del Valore aggiunto

Il prospetto di distribuzione del Valore aggiunto quantifica i benefici economici che il Gruppo apporta ad alcune categorie di *stakeholder*, consentendo di ottenere una valutazione "oggettiva" dell'impatto sociale delle attività svolte.

Nel 2007 la ricchezza prodotta è ammontata a 2.121,6 milioni di euro, così ripartiti:

1. Ai Lavoratori è distribuito 19,3% del Valore aggiunto, sotto forma di salari e stipendi, oneri sociali.
2. Agli Agenti è distribuito il 37,3% del Valore aggiunto, principalmente sotto forma di provvigioni.
In tale categoria sono rendicontate anche le provvigioni corrisposte ai promotori finanziari e alle banche che distribuiscono i prodotti assicurativi del Gruppo.
3. Il 7,0% del Valore aggiunto è distribuito ai Collaboratori esterni che hanno rapporti continuativi e strategici per lo sviluppo del business del Gruppo, come ad esempio medici, periti e avvocati.
4. Alla Pubblica Amministrazione è distribuito il 11,5% del Valore aggiunto sotto forma di imposte dirette e indirette.
5. Ai Finanziatori è stato distribuito il 2,2% del Valore aggiunto.
6. Agli Azionisti e Soci è stato distribuito il 9,8% del Valore aggiunto sotto forma di dividendi.
7. Al Sistema Impresa è stato distribuito il 10,0% del Valore aggiunto, formato dall'utile dell'esercizio non distribuito e destinato all'autofinanziamento.
8. Alla Comunità è stato distribuito il 2,8% del Valore aggiunto, sotto forma di liberalità, sponsorizzazioni e contributi obbligatori. (Si evidenzia che questa voce del Valore aggiunto comprende anche il contributo al Fondo Vittime della Strada).

I clienti

Le strategie ed i programmi delle imprese del Gruppo verso i propri clienti sono guidati dai seguenti principi:

- Accrescere l'affidabilità e la trasparenza del settore assicurativo e bancario.
- Qualificare l'assicurazione come moderno strumento sociale per la sicurezza e la previdenza delle persone e delle aziende.
- Operare con correttezza e coerenza nell'assunzione dei rischi, nella liquidazione dei danni, nella gestione del risparmio e nell'erogazione del credito.
- Privilegiare la soddisfazione del cliente riguardo al prezzo, alla qualità dei prodotti e dei servizi.

La conoscenza delle diverse tipologie di clienti è estremamente importante e viene continuamente aggiornata e monitorata.

- I clienti sono classificati secondo la loro categoria di appartenenza: persone e imprese, per la condizione occupazionale, per la condizione professionale, o per l'appartenenza a settori del lavoro autonomo o classificati per le diverse categorie di settori merceologici delle imprese.
- Altre classificazioni tengono conto delle classi di età, titolo di studio, tipologia di prodotti acquistati e capacità di spesa. Particolarmente importante per il settore assicurativo è pure la distribuzione territoriale della clientela, sia per analizzare la penetrazione commerciale nei vari territori di riferimento che per adeguare i prodotti e le tariffe alle diverse realtà locali.

La corretta gestione della clientela passa inoltre per la conoscenza del canale distributivo che la stessa ha scelto.

Numero complessivo clienti per società

	2007	2006	2005
Unipol Assicurazioni	1.983.635	1.982.418	1.859.619
Aurora Assicurazioni *	2.797.806	2.868.908	2.762.265
Linear Assicurazioni	352.200	337.900	335.500
Navale Assicurazioni **	253.510	285.000	282.985
Totale settore Assicurativo	5.387.151	5.474.226	5.240.369
UniSalute ***	2.785.443	1.702.597	1.600.000
BNL Vita	706.265	767.500	745.850
Quadrifoglio Vita	N.D.	62.043	60.900
Totale Bancassicurazione	N.D.	829.543	806.750
Unipol Banca	362.047	285.157	253.400

Fonte: Direzioni Commerciali

* Per Aurora: la diminuzione rispetto al dato 2006 è dovuta alle code di fuoriuscita di circa 20 agenzie passate alla concorrenza nel corso del biennio 2005-2006, nonché alle normali procedure di manutenzione e pulizia dei portafogli agenziali.

** Per Navale: nel corso del 2007 si è completata la fase di pulizia del portafoglio dopo la migrazione dal vecchio sistema informatico al nuovo. Quindi è plausibile che il numero di clienti attivi sia diminuito.

*** Per UniSalute: il dato di UniSalute fa riferimento alle cosiddette "teste attive" assicurate nei contratti collettivi e individuali.

LE CONVENZIONI

I prodotti offerti attraverso il sistema delle Convenzioni, oltre che per il costo contenuto, si caratterizzano per la semplicità e chiarezza delle condizioni contrattuali, nonché per eventuali servizi appositamente studiati a semplificazione del rapporto Compagnia/cliente.

Le Convenzioni, pur assumendo caratteristiche e peculiarità diverse a seconda della Compagnia titolare e della sua matrice storica, rappresentano uno degli strumenti utilizzati dal Gruppo per offrire il proprio servizio alla società civile e, contemporaneamente, possono consentire un'importante raccolta premi.

Unipol Assicurazioni, concretizzando i rapporti di collaborazione instaurati con importanti Organizzazioni del mondo del lavoro e della piccola e media impresa (CGIL, CISL, UIL, CNA, LEGACOOP, CIA e Confe- sercenti), ha sviluppato Convenzioni sia a livello nazionale che territoriale; fra le tante, si menzionano in particolare le "Convenzioni sui Luoghi di lavoro" e le cosiddette "Polizze sul tesseramento". I CRU-Consigli Regionali Unipol, sono la struttura organizzativa dedicata da Unipol Assicurazioni al presidio delle colla- borazioni con le Organizzazioni Socie ed allo sviluppo delle Convenzioni. Aurora Assicurazioni, raccogliendo l'eredità Meie, riserva una particolare attenzione alle Convenzioni nazionali con importanti gruppi di imprese (sviluppate direttamente dalla sede della Compagnia e gestite tramite le agenzie accreditate sul territorio nazionale), ma anche a quelle prettamente territoriali, attivate dietro segnalazione dell'agente di zona. UniSalute e Navale Assicurazioni hanno invece attivato Convenzioni a carattere territoriale rispetti- vamente con Mutue sanitarie ed alcuni CRAL aziendali.

355.000 LE "SCATOLE NERE" INSTALLATE

L'attenzione di Unipol Gruppo Finanziario all'innovazione è testimoniata dalla "scatola nera", un dispo- sitivo con tecnologia satellitare GPS e GSM/GPRS che offre vantaggi aggiuntivi rispetto alle garanzie di Responsabilità Civile Auto. Ogni compagnia del Gruppo ha sviluppato una sua proposta, adeguata alle specifiche esigenze dei propri assicurati. Unipol Assicurazioni è stata la prima, già nel 2005, con **UNI- BOX** (che può essere adottato anche dagli assicurati con Navale). Aurora Assicurazioni ha chiamato la sua "scatola nera" **AUROBOX** e nel dicembre 2007 Linear Assicurazioni ha lanciato **LINEARSAT**. Il servizio (che per Unipol, Aurora e Navale offre polizze che possono essere abbinate a condizioni convenienti anche con il prodotto "2diCuore") si rivela molto utile per la sicurezza stradale, poiché stimola un comportamento alla guida più responsabile e prudente. Aiuta, inoltre, l'assicurato a proteggersi da truffe e frodi sugli incidenti causati da terzi, in quanto i dati rilevati dal dispositivo telematico consentono di ricostruire la dinamica e di valutare i danni effettivi del sinistro. Fra i vantaggi consentiti dalla scatola nera, oltre al risparmio con tariffe più convenienti, l'invio di una segnalazione automatica di richiesta di soccorso alla Centrale Operativa in caso di sinistro e la localizzazione dell'auto in caso di furto, per consentirne il recupero. Al 2007, le compagnie di Unipol Gruppo Finanziario hanno attivato in totale oltre 355mila contratti RC Auto con la "scatola nera".

YOUNG UNIBOX. Per proporre prodotti sempre più innovativi ai suoi clienti, Unipol Assicurazioni ha realiz- zato Young Unibox, la versione dedicata specificamente ai giovani neo-patentati della "scatola nera" Unibox. Young Unibox è l'unica polizza RCA in Italia senza maggiorazione per i guidatori dai 18 ai 29 anni. Unipol ha scelto in questo modo di dare fiducia ai giovani. Questo servizio è utile anche ai genitori, perché assiste il guidatore in caso di emergenza e non lo penalizza con franchigie o con aumenti di premio basati solo sul pre- giudizio della giovane età. Inoltre, viene premiata la guida sicura, tema educativo molto sentito dai cittadini.

I prodotti

I prodotti, secondo una politica di offerta che verte su una forte sinergia tra i servizi assicurativi e bancari, vengono studiati e diversificati segmentando il mercato tra aziende e persone; dalle ulteriori articolazioni di queste due categorie principali si definisce la linea di offerta dei prodotti, le cui caratteristiche rispondono quindi in modo flessibile e personalizzato ai bisogni e alle necessità assicurative e bancarie dei clienti, e sono corredati da una documentazione informativa chiara ed aggiornata e distribuiti in modo affidabile e trasparente da soggetti qualificati.

Con l'offerta di prodotti innovativi e servizi integrati tra banca e assicurazione UGF e le sue società intendono dare un contributo perché si affermi una nuova cultura della sicurezza, della prevenzione e della previdenza, più rispondente ai cambiamenti economici e sociali in atto nel Paese e più efficaci nel garantire sicurezza e tutela a persone e imprese nella loro attività di investimento e risparmio, per poter guardare al futuro con maggiore serenità e fiducia.

La sinergia, l'integrazione tra i servizi bancari e i servizi assicurativi delle diverse imprese del Gruppo permette di sviluppare una nuova offerta di prodotti più trasparenti ed efficaci, con caratteristiche e contenuti meglio rispondenti al crescente bisogno di sicurezza sia di persone che di imprese.

I FONDI PENSIONE

Nel 2007 con la possibilità per i lavoratori di trasferire il TFR (Trattamento di Fine Rapporto) ai fondi pensione Unipol, forte di un impegno pluriennale in questo settore, ha saputo conquistare una posizione di leadership: ha infatti la gestione di 24 comparti in 21 dei 43 Fondi collettivi autorizzati.

Tra i principali Fondi in cui Unipol è presente ricordiamo: **Alifond** dipendenti aziende del settore alimentare; **Cometa** settore metalmeccanico; **FondoPoste** Poste Italia; **Eurofer** dipendenti Gruppo Trenitalia; **Arco** dipendenti di aziende del settore legno; **Fundum** imprenditori settore commercio, turismo e terziario; **Priamo** dipendenti aziende settore servizi di trasporto pubblico; **Telemaco** settore telecomunicazioni. Al 31 dicembre 2007 Unipol Assicurazioni ha gestito complessivamente, nei 24 mandati di gestione finanziaria, risorse per 816 miliardi di euro.

Anche nei fondi pensione aperti sono numerose le imprese italiane convenzionate con Unipol. Tra l'altro è importante segnalare come nell'ambito del fondo pensione aperto **Insieme** sia attiva la **Linea etica**, con investimenti in titoli di società ed enti che rispondono a criteri socialmente responsabili.

Aurora Previdenza: questo fondo pensione aperto è attivo dal luglio 1999 ed è rivolto prevalentemente alle adesioni individuali di lavoratori autonomi e professionisti; è articolato in 4 diverse linee di investimento.

Una serie di prodotti, proposti dalle società del Gruppo, oltre che per qualità e affidabilità si caratterizzano per una forte valenza sociale, che permette di interpretare e qualificare il ruolo dell'assicurazione come moderno strumento sociale per la sicurezza e le previdenza delle persone e delle aziende, e operare con correttezza e coerenza nell'assunzione dei rischi e nella liquidazione dei danni.

cialmente Responsabile*

- **LUNGA PROTEZIONE:** UniSalute propone specifiche garanzie per affrontare con più serenità i problemi legati alla non auto-sufficienza della popolazione anziana
- **SOLIDARIETÀ IN COMUNE:** permette ai Comuni di offrire alle fasce più deboli garanzie gratuite fruibili con una semplice telefonata alla Centrale Operativa in funzione 24 ore su 24, in casi di furto, scippo o rapina
- **SALUTEMIA:** SaluteMia è un piano sanitario studiato per la salute delle donne proposto da MutuaPiù e studiato con la collaborazione tecnica di UniSalute e Coop Adriatica. Viene proposto negli spazi CoopSalute degli Ipercoop

- **Uninvest2Sempre+:** una polizza vita che incrementa il capitale indipendentemente dall'andamento dei mercati
- **Uninvest2 Diva:** punta sulle maggiori società europee in grado di distribuire i più alti dividendi anche in situazioni di mercato incerto
- **Uninvest2 Power15:** una polizza Vita d'investimento che incrementa il capitale iniziale qualunque sia l'andamento dei mercati
- **Unipol Executive:** riservato ad un target di alta fascia, come imprese e professionisti
- **Tariffa 556 e Tariffa 558:** i contratti di capitalizzazione a premio unico per il target dei pensionati ai quali offrono tranquillità e protezione
- **Unipol Futuro Presente:** il nuovo Piano Individuale Pensionistico per la fascia di clientela che vuole certezze sulla prestazione pensionistica complementare



UNIBOX - AURO BOX

- **LINEARSAT:** grazie al dispositivo satellitare coniuga risparmio, assistenza in caso di incidente, tutela degli assicurati da possibili speculazioni
- **Young Unibox:** l'unica polizza RCA in Italia senza maggiorazione per i guidatori dai 18 ai 29 anni
- **Aurora United:** una polizza dedicata ai cittadini stranieri che lavorano in Italia
- **Bellaetà Aurora:** dedicato agli over 60 è una soluzione assicurativa pensata da Aurora Assicurazioni per coloro che hanno compiuto i 60 anni.
- **Protezione Ricerca:** un prodotto di Navale Assicurazioni studiato per tutti i professionisti che operano nel settore della ricerca in Medicina ed in Farmacologia
- **TORTORAGIONE:** una garanzia del prodotto Protezione Auto proposta da Navale Assicurazioni per dare maggiore tranquillità agli assicurati in caso di incidente

- **2diCuore:** il primo prodotto integrato banca/assicurazione
- Conti Corrente

GiàTuo: la linea per il credito al consumo
CG7: per giovani fra i 18 e i 30 anni

- **Già Grande:** per i pensionati
- **EVVAI:** per la clientela retail, pensato per l'utilizzo tramite telefono e internet
- **InPista:** per professionisti e piccole imprese
- **Completo:** una soluzione che comprende oltre al c/c, prodotti e servizi bancari, assicurativi e informativi
- Mutui
 - **AncheTu:** per l'acquisto della prima casa delle fasce più deboli
 - **GiàCasa e Libera il mutuo:** per cogliere le opportunità della nuova normativa sulla "portabilità" dei mutui
- **UNIPOL ETICO FUNDS:** Unipol Etico è uno dei dieci Comparti di Unipol Funds: investe principalmente in un portafoglio diversificato di strumenti azionari ed obbligazionari internazionali dell'"Universo So-

Il servizio di liquidazione

Nel 2007 si è concluso il processo di unificazione della struttura di Liquidazione Sinistri delle imprese del Gruppo.

Una scelta che ha trovato nuovo impulso dalla introduzione della normativa sull'Indennizzo Diretto.

Il servizio

La gestione dei sinistri viene effettuata attraverso un sistema informatico che consente la consultazione delle pratiche direttamente a video, riducendo al minimo la necessità di movimentazione della documentazione cartacea (gestione *paperless*).

L'entrata in vigore della nuova normativa dell'Indennizzo Diretto per i sinistri RC Auto ha determinato un cambiamento sostanziale nelle modalità di liquidazione dei sinistri. La Direzione Liquidazione Sinistri di Gruppo, nella logica di un ulteriore miglioramento degli standard di servizio, ha individuato alcuni elementi qualificanti, tra cui:

- un presidio centrale e standardizzato per la raccolta delle denunce telefoniche attraverso Sertel;
- la possibilità per le agenzie di aprire direttamente le denunce attraverso un applicativo WEB, che consente alle agenzie stesse di fornire ai propri clienti informazioni sullo stato di avanzamento della pratica;
- una gestione specializzata dei sinistri in ragione della loro complessità, al fine di garantire un miglioramento del servizio ed una maggiore velocità di liquidazione;
- una maggiore integrazione nel rapporto con i fiduciari e le carrozzerie convenzionate.

L'INDENNIZZO DIRETTO

Con la procedura di risarcimento diretto, ogni assicurato che ritenga di avere ragione, indipendentemente dal fatto che l'altro protagonista del sinistro concordi con la sua versione, ha facoltà di rivolgersi alla propria impresa per chiedere il risarcimento del danno subito.

L'impresa è inoltre tenuta a spiegare al proprio assicurato i percorsi logici e giuridici attraverso i quali giunge alla determinazione della cifra offerta ovvero i motivi, di fatto e di diritto, che impediscono di procedere al risarcimento ovvero di provvedervi in misura parziale.

I dati di circa un anno di operatività di tale disciplina possono essere giudicati incoraggianti.

Gli utenti hanno dimostrato di aver capito la portata dell'innovazione, di averne compreso le logiche e di averla gradita. L'uso della CAI sottoscritta da entrambi i conducenti è oggi molto più frequente.

Al 31 dicembre 2007 le denunce per i sinistri CARD debitorici (sinistri in cui il nostro assicurato è responsabile in tutto o in parte e che vengono liquidati dalle compagnie di controparte) erano circa 285.000. Le denunce per i sinistri CARD gestoria (sinistri in cui il nostro assicurato è non responsabile, in tutto o in parte, e che vengono liquidati dalla nostra compagnia) sono circa 286.000, di questi ultimi risultavano liquidati al 31 dicembre 2007 circa 209.000 sinistri con una velocità di liquidazione pari al 74,1%.

I dati della Liquidazione di Gruppo riportati dimostrano come si siano sapute gestire in modo rapido e corretto le novità introdotte da tale procedura, trasformandole in concreti miglioramenti della qualità del servizio reso ai propri clienti.

Volumi liquidati

- Nel corso del 2007 le strutture liquidative di Gruppo hanno gestito 1.557.618 sinistri di cui 1.068.913 denunciati nell'esercizio corrente e 488.705 denunciati in anni precedenti. Il numero dei sinistri liquidati nel corso dell'anno ha superato le 930.000 unità, con un incremento del 4,7% rispetto al 2006.
- La velocità di liquidazione è passata dal 66,9% al 67,9%. Si tratta di un incremento di rilievo che testimonia una maggiore efficienza nell'attività di liquidazione pur in presenza di importanti novità, quali l'avvio dell'Indennizzo Diretto nel ramo RCA, che hanno comportato rilevanti modifiche sul piano organizzativo, procedurale ed informatico.
- Per i soli sinistri dell'esercizio corrente si rileva a livello di Gruppo una Velocità di Liquidazione pari al 70,4%, con un incremento di 1,6 punti rispetto al 2006.

La struttura di liquidazione

50	Centri di Liquidazione di Gruppo Unipol
62	sedi territoriali
1.468	unità in organico così ripartite:
102	Direzione, Staff e Servizi Amministrativi
477	Call center e Liquidazione Accentrata
717	Liquidazione territoriale (CLG)
172	Liquidazione Direzionale (sinistri complessi)



La rete di vendita

Avere buoni prodotti non basta.

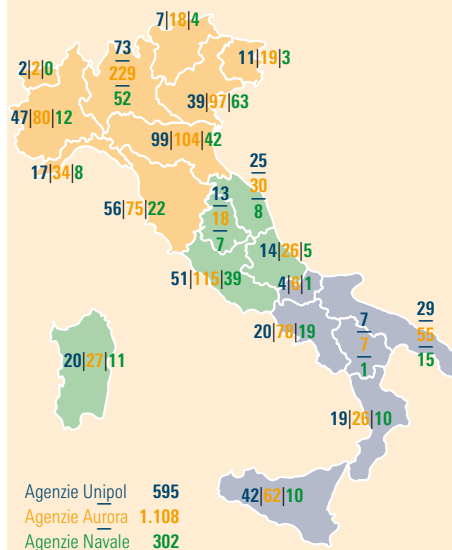
Per garantire un efficiente servizio ai clienti serve una rete di vendita, di collaboratori, di dipendenti, capaci professionalmente, fortemente motivati e che abbiano un forte senso di appartenenza al Gruppo.

La centralità delle persone, valori condivisi, rispetto e sviluppo delle professionalità, formazione, occupazione, sono alcuni dei valori guida a cui si richiama l'attività delle imprese di UGF.

A questi si possono aggiungere le collaborazioni continuative con i fornitori di servizi che offrono la loro opera spesso determinante per il servizio all'utenza e la gestione dei sinistri. Si tratta di studi peritali, medici e legali e 2.700 carrozzerie che costituiscono una rete articolata sul territorio.

La rete distributiva del Gruppo costituisce il pilastro fondamentale per la realizzazione della strategia commerciale, per presidiare un mercato divenuto sempre più diversificato, complesso, competitivo.

La rete assicurativa UGF



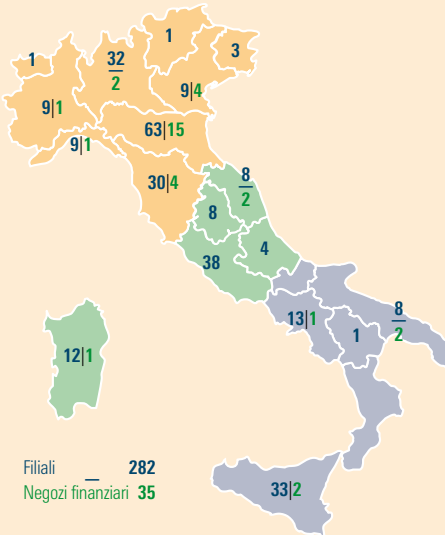
Agenzie Unipol 595
Agenzie Aurora 1.108
Agenzie Navale 302

Totale agenzie di Unipol Assicurazioni, Aurora Assicurazioni e Navale Assicurazioni • Fonte: Direzioni Commerciali

OLTRE 21.000 PERSONE LAVORANO PER IL GRUPPO UNIPOL

Le Agenzie sono gestite da imprenditori, regolarmente iscritti alla Sezione A del Registro Unico degli intermediari assicurativi e riassicurativi istituito presso l'ISVAP, che operano in autonomia su mandato delle imprese assicurative. Sulla base dei dati reperiti dalle società assicurative del Gruppo che operano per il tramite di una rete agenziale, si stima che il personale operante all'interno delle agenzie del Gruppo (compreso le professionalità) sono 14.528 unità. Se a questi sommiamo i 6.633 occupati a tempo indeterminato e a tempo determinato presso le imprese del Gruppo, possiamo affermare che sono 21.161 le persone che hanno una occupazione lavorativa stabile legata in modo diretto o indiretto al Gruppo Unipol; ad essi potremmo poi aggiungere i vari fornitori di servizi: 907 periti, 360 medici, 650 legali e i lavoratori delle 2.700 carrozzerie convenzionate e ottenere che sono oltre 4.600 i collaboratori esterni a cui il Gruppo fornisce lavoro. È un quadro di massima della dimensione dell'indotto generato in ambito nazionale dall'attività delle società del Gruppo. È evidente che l'alto numero di occupati e l'articolazione delle professionalità presenti necessita di continui interventi di formazione e aggiornamento professionale che tengano alta la motivazione e il senso di appartenenza degli occupati ai valori fondanti di riferimento del Gruppo Unipol.

La rete bancaria UGF



Fonte: Direzione Programmazione e Controllo di Unipol Banca

Lo sviluppo del Gruppo, orientato al presidio di più settori produttivi quali quelli assicurativo, bancario e finanziario, ha consentito di poter disporre di più canali distributivi in grado di garantire una presenza capillare sul territorio e nel mercato.

La rete assicurativa

- Le Agenzie si confermano il principale canale distributivo del Gruppo. A livello di Gruppo, il numero delle agenzie garantisce un soddisfacente livello di copertura del territorio, con 2.005 agenzie operanti (595 di Unipol Assicurazioni, 1.108 di Aurora Assicurazioni e 302 di Navale Assicurazioni).
- Anche la cosiddetta rete secondaria (subagenzie) conferma la sua capillarità a livello territoriale, avendo raggiunto complessivamente il numero di 3.471 unità.

La rete bancaria

Il canale della banca-assicurazione costituisce un altro importante canale di vendita sul mercato dei prodotti del Gruppo.

Unipol Banca disponeva al 31 dicembre 2007 di 282 sportelli, 35 negozi finanziari e 409 promotori finanziari; sono inoltre abilitate 1.600 agenzie assicurative per la distribuzione di prodotti bancari standardizzati.

BNL Vita garantisce la disponibilità di 703 sportelli di BNL – BNP-Paribas; Aurora Assicurazioni infine nel 2007 ha collocato i suoi prodotti Vita tramite la rete di 450 sportelli bancari BPI (ex Reti Bancarie) e con circa 330 promotori finanziari di Crédit Suisse.

Personale impiegato nelle Agenzie

	Unipol	Aurora	Navale	UniSalute	Totale
Agenti	805	1.695	374	6	2.880
Subagenti	1.544	2.635	401	548	5.128
Produttori / Promotori finanziari	555	931	223	0	1.709
Dipendenti	2.072	2.718	n.d.	21	4.811
Totale	4.976	7.979	998	575	14.528

N.B. considerate che 89 delle 91 agenzie di cui si avvale UniSalute sono anche agenzie Unipol, il dato UniSalute riguarda solo il personale delle uniche 2 agenzie senza mandato Unipol.

Fonte: Direzioni Commerciali

Il personale

Al 31 dicembre 2007 i dipendenti delle Società del Gruppo erano 6552, di cui 4618 nel settore assicurativo e 1934 in quello bancario. Nella sola holding, Unipol Gruppo Finanziario, si concentra quasi il 40% del personale: 2607 dipendenti a fine 2007.

Le linee direttrici lungo le quali si muovono le politiche del personale impostate nel 2007 si possono così sintetizzare:

- Far conoscere e condividere le nuove strategie del Gruppo
- Creare un'identità comune di Gruppo per aumentare il senso di appartenenza e "fare squadra"
- Investire nella formazione e nella valorizzazione del personale

L'impegno di UGF è quello di garantire ai lavoratori condizioni di lavoro sicure ma anche stimolanti, volte a promuovere senso di appartenenza e impegno intorno a valori condivisi e praticati. A cominciare dalla crescita di un più forte senso di responsabilità nei confronti dell'Impresa e soprattutto di consapevolezza della centralità della soddisfazione dei clienti quale condizione per la realizzazione della missione aziendale.

Per questo nel Bilancio Sociale sono rendicontate in dettaglio le diverse tematiche legate alla gestione del personale.

Per quanto riguarda le relazioni sindacali, nel 2007 sono stati rinnovati i contratti integrativi di Aurora e Navale ed è stato sottoscritto l'Accordo quadro sulla riorganizzazione del Gruppo e quello sulla flessibilità nei *call center* aziendali a cui è dedicata particolare attenzione. Altri temi: la mobilità infragruppo, che quest'anno per effetto della riorganizzazione è stata di notevole entità; la comunicazione interna, con la realizzazione della nuova intranet di Gruppo; la formazione e lo sviluppo delle competenze che nel 2007 ha registrato 28.000 giornate/uomo pari a 109.850 ore di formazione con una media di 31 ore per ciascun dipendente ed un aumento degli investimenti dedicati che solo per i costi di docenza ha registrato una spesa di 2,6 milioni di euro, pari a 390 euro a dipendente; infine, le pari opportunità, la salute e la sicurezza sul lavoro.

Lavoratori del Gruppo

	TOTALE 2007	UOMINI	incid.za %	DONNE
U G F	2.607	1.178	45,2%	1.429
UNIPOL	384	184	47,9%	200
AURORA	714	389	54,5%	325
LINEAR	311	81	26,0%	230
UNISALUTE	300	78	26,0%	222
NAVALE+NAVALE VITA	198	114	57,6%	84
BNL VITA	85	43	50,6%	42
QUADRIFOGLIO VITA	19	7	36,8%	12
TOTALE GRUPPO ASSICURATIVO	4.618	2.074	44,9%	2.544
UNIPOL BANCA+SGR+NETTUNO	1.874	1.205	64,2%	669
UNIPOL MERCHANT	49	31	63,3%	18
COOPERLEASING	11	6	54,5%	5
TOTALE GRUPPO BANCARIO	1.934	1.242	64,2%	692
TOTALE GRUPPO	6.552	3.316	50,6%	3.236

Fonte: Direzione Risorse Umane e Organizzazione

Le Pari Opportunità, la tutela sociale del lavoro, la sicurezza e la prevenzione

Le donne occupate in UGF sono oltre il 50% del totale, cioè circa il 10% in più della media del settore. I contratti integrativi aziendali dedicano una particolare attenzione allo sviluppo delle Pari Opportunità riservando e alle tematiche riguardanti la conciliazione del tempo di vita e di lavoro.

In UGF è vigente un ampio sistema di tutela sociale del lavoro capace di far fronte a diverse esigenze di flessibilità e di permessi per i lavoratori.

Nel 2007, 478 dipendenti delle diverse società hanno usufruito di congedi previsti dalla legge sulla maternità e paternità, oltre che per motivi personali e per formazione, per 269.000 ore complessive. Inoltre, la contrattazione integrativa ha reso possibile ulteriori disponibilità, per esigenze familiari e sociali del personale (malattia dei figli, studio ecc.). I lavoratori del Gruppo hanno usufruito di altre 70.700 ore, di cui 31.400 per i permessi previsti dalla legge 104/92 per l'assistenza ai portatori di handicap.

Nel 2007 è stata sviluppata un'intensa attività per garantire il rispetto delle normative sulla Sicurezza del Lavoro riguardanti la conduzione di sedi e uffici e favorire le condizioni di comfort e benessere psico-sociale di tutti i lavoratori. Oltre al rispetto delle norme sono state realizzate attività di prevenzione: sicurezza dei lavoratori e degli ambienti di lavoro, prevenzione e tutela della salute, collaborazione con le Istituzioni.



UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO PER AIRC

LA ricerca è il cuore della lotta contro il cancro. E' con questa convinzione che Unipol Gruppo Finanziario ha deciso di impegnarsi a fianco dell'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro (AIRC), una associazione tra le più autorevoli nel panorama scientifico italiano che dal 1965 promuove la ricerca. La scelta di sostenere AIRC è coerente con i valori che hanno storicamente ispirato tutto il Gruppo Unipol che sostiene AIRC aiutando quattro giovani scienziati che daranno vita a "Il mio primo progetto". Si tratta di una iniziativa, di durata triennale, che offre a giovani studiosi italiani la possibilità di realizzare un proprio piano di ricerca oncologica nel nostro Paese. Unipol Gruppo Finanziario ha partecipato attivamente alla Giornata per la Ricerca sul Cancro del 9 novembre 2007, anche attraverso una iniziativa di raccolta fondi promossa da due Società del Gruppo: Unipol Assicurazioni e Unipol Banca. Inoltre, dal 1° novembre al 31 dicembre 2007, Unipol Banca e Unipol Assicurazioni per ciascun nuovo prodotto "2diCuore" attivato dai propri clienti, hanno destinato ad AIRC cinque euro.

UNIPOL ASSICURAZIONI CON LIBERA PER LEGALITÀ E SVILUPPO

DA oltre dieci anni Unipol sostiene "Libera, associazioni, nomi, numeri contro le mafie", associazione fondata e presieduta da don Luigi Ciotti in prima linea contro la criminalità organizzata, nella promozione e diffusione della cultura e della pratica della legalità. Per coinvolgere i suoi clienti in questo grande progetto di impegno civile, Unipol Assicurazioni ha deciso di destinare a Libera - e in particolare alle cooperative Libera Terra, sorte sui terreni confiscati ai mafiosi - un euro per ogni polizza stipulata nell'ambito delle Convenzioni con le Organizzazioni Socie. Dopo che nel 2006 erano state 130 mila le persone che avevano contribuito all'iniziativa, nel 2007 il risultato è stato ancora più positivo e lusinghiero: il numero è salito oltre 145mila. Il 14 marzo 2008, alla vigilia della XIII Giornata della memoria e dell'impegno in ricordo delle vittime delle mafie organizzata a Bari da Libera, si è svolto un incontro pubblico promosso da Unipol Assicurazioni e Fondazione Unipolis, in collaborazione con Libera e l'Associazione Agenti Unipol, nel quale sono stati consegnati i 145mila euro dell'iniziativa "un euro per polizza". Al centro dell'iniziativa l'impegno di Unipol per la legalità, il lavoro, lo sviluppo e la sicurezza. Presenti le maggiori autorità locali e il vertice di UGF, i massimi rappresentanti di Libera e della cooperativa Libera Terra Puglia, che coltiverà i terreni sequestrati alla Sacra Corona Unita in tre località della regione. L'iniziativa "un euro per polizza" di Unipol Assicurazioni continuerà anche per tutto il 2008.

AURORA PER IL SOCIALE

È il programma, accompagnato da un logo creato ad hoc, che racchiude una serie di progetti che abbracciano i grandi temi del no-profit e che vanno dalla lotta alla povertà alla difesa dei diritti dell'infanzia, dalla ricerca medica al sostegno alla cultura intesa come recupero e valorizzazione del patrimonio storico e artistico.

Nel 2007 le iniziative di Aurora per il Sociale sono state numerose ed accomunate da un unico *fil rouge* rappresentato dal coinvolgimento di dipendenti e agenti per dare modo a tutti di sentirsi parte attiva del programma. Tra esse rientrano quelle per sostenere i seguenti programmi:

- **"Aurora alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare"** in partnership con la **Fondazione Banco Alimentare Onlus**.
- **"Stelle della Solidarietà"**: una raccolta di fondi a favore dell'Associazione Italiana Sclerosi multipla.
- **"Un ambulatorio medico e una maternità a Ganda" in Angola**: nel 2007 i contributi di Aurora e dei suoi agenti hanno permesso di realizzare queste opere; il progetto è gestito dalla fondazione **"Aiutare i bambini"**.
- **"Mus-e"**: progetto multiculturale europeo dedicato ai bambini per contrastare, attraverso esperienze artistiche, l'emarginazione e il disagio sociale nelle scuole dell'infanzia e primarie.

L'impegno di Unipol Gruppo Finanziario e delle società controllate nei confronti della comunità si manifesta attraverso molteplici iniziative e con una pluralità di interventi. Da un lato ci sono le attività più direttamente riconducibili al business assicurativo, bancario e finanziario che sono state illustrate nella sezione clienti e prodotti. Dall'altro lato ci sono le iniziative di mercato valore sociale e solidaristico.

Entrambe, sia pure in forme e finalità diverse, concorrono a definire il forte profilo sociale del Gruppo.

Attività di partnership e solidarietà

Per quanto riguarda il sostegno ad iniziative e progetti di elevato valore sociale e culturale, Unipol Gruppo Finanziario e le sue società non solo hanno proseguito quanto già realizzato in passato, ma hanno intrapreso nuovi interventi: attraverso le attività della Fondazione Unipolis, le attività di partenariato sociale delle singole imprese oltre che una maggiore attenzione verso le tematiche della sostenibilità ambientale.

L'impegno sociale verso la comunità

Categorie	Esempi di contributi	2007
LIBERALITÀ	Contributi a società ONLUS	488.646
	Contributi per progetti di utilità sociale	472.034
INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ	Contributi alla Fondazione Cesar (ora Unipolis)	1.521.000
	Contributi ad Istituti e Università	26.933
INIZIATIVE COMMERCIALI A IMPATTO SOCIALE SULLA COMUNITÀ	Sponsorizzazioni (convegni, teatri, eventi culturali, attività sportive, ecc.)	2.165.316
	Contributi al Fondo Vittime della Strada	53.372.427
CONTRIBUTI OBBLIGATORI	Contributi vari	9.300
	Contributo al FVCaccia e V. Vacanze	129.319
INIZIATIVE DI BUSINESS SOCIALMENTE RESPONSABILI	Sponsorizzazioni di iniziative effettuate da organizzazioni sindacali e da altre associazioni non-profit	1.373.808
TOTALE		59.558.783

Fonte: Direzione Amministrazione di Gruppo

Il Gruppo UGF ha adottato il modello di rendicontazione proposto dal London Benchmarking Group (LBG), un'associazione internazionale con sede a Londra a cui aderiscono grandi aziende di diversi comparti produttivi e nazionalità.

Il modello, schematizzabile sotto forma di piramide, consente di misurare i benefici e i ritorni di business derivanti dalle diverse attività: alla base della piramide si trovano le attività direttamente connesse alla *core business*, all'apice della stessa quelle legate maggiormente alle iniziative filantropiche e di beneficenza.

La logica del modello permette di valorizzare le iniziative sulla base dei costi effettivamente sostenuti e dei ritorni effettivi verso gli stakeholder di riferimento, e di rendicontare l'insieme dei contributi erogati.

L'ambiente

Nel 2007 Unipol Gruppo Finanziario ha impostato una strategia comune a tutte le società che comprende progetti e azioni che riguardano le aree aziendali che hanno più diretto riferimento ai temi della sostenibilità ambientale: consumi energetici, acquisti di materiali di consumo, mobilità del personale sul territorio.

A dimostrazione di come sia possibile realizzare interventi volti a ridurre gli effetti sull'ambiente della propria attività anche da parte di imprese il cui *core business* è concentrato in settori diversi. Il tratto unificante è dato dalla definizione di interventi a livello di gestione aziendale e da iniziative volte a sensibilizzare i dipendenti in modo da ottenere miglioramenti nei comportamenti individuali.

Dal punto di vista organizzativo va segnalata la centralizzazione della funzione Acquisti nell'ambito della Direzione Amministrazione e Immobiliare di UGF, che ha permesso la concentrazione in un punto unico del rapporto con i fornitori. Una modalità che rende il rapporto non solo più efficiente ed efficace ma anche più chiaro e trasparente, in una logica che privilegia la qualità e, insieme, il rispetto dei requisiti di sostenibilità ambientale, che sempre più costituiranno il punto di riferimento nella scelta degli acquisti da parte del Gruppo.





- Nel corso del 2007 è stato avviato e portato a conclusione un processo di cambiamento strategico della Fondazione Cesar che ha assunto il nome di Fondazione Unipolis. Si è trattato di una scelta coerente con la nascita di Unipol Gruppo Finanziario, del quale la Fondazione è diretta espressione, adeguando la propria missione e le proprie finalità. Essa si configura così pienamente come fondazione d'impresa – corporate – secondo un modello che si è andato affermando negli ultimi anni nei Paesi più moderni. Fondazione Unipolis svolge insieme attività operative, cioè promosse direttamente e/o in partnership con altri soggetti sociali e istituzionali, ed erogative, cioè sostenendo iniziative e progetti di alto valore civile e solidaristico.
- Fondazione Unipolis, che già nel nome e nel nuovo logo evoca la diretta appartenenza a Unipol Gruppo Finanziario che ne è socio fondatore e finanziatore, da un lato intende sviluppare alcune aree di attività tradizionalmente portate avanti dalla Cesar – sicurezza e legalità, anzitutto – e, dall'altro, allargare il proprio raggio d'azione a nuovi campi di interesse. In particolare, il sostegno e la promozione di iniziative di ricerca, di progetti nella cultura e nella conoscenza. Da qui la decisione di inserire nel logo della Fondazione quattro parole chiave che ne identificano, insieme, missione e finalità: **ricerca, cultura, sicurezza, solidarietà**.
- La nuova Fondazione Unipolis ha avuto il suo battesimo ufficiale il 17 dicembre 2007, nel corso di un affollato incontro pubblico a Bologna, al quale hanno partecipato personalità delle Istituzioni, della società civile e del mondo accademico. Nell'occasione è stata presentata l'indagine realizzata da Demos&PI e curata dal professor Ilvo Diamanti dell'Università di Urbino, su "Valori e significati della sicurezza". La questione della sicurezza – che è e sarà uno dei temi di lavoro della Fondazione Unipolis - è stata analizzata nei suoi molteplici aspetti, evidenziandone in particolare la sua dimensione sociale.

Tutte le informazioni sulla Fondazione Unipolis sono reperibili sul sito
www.fondazioneunipolis.org



www.unipolgf.it