

# UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO

## PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2010-2012 BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2009



### SINTESI

Le versioni integrali di Piano e Bilancio di Sostenibilità sono visionabili e scaricabili sul sito [www.unipolgf.it](http://www.unipolgf.it)

UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO  
RESPONSABILITÀ SOCIALE ED ETICA  
**Responsabile**  
Walter Dondi

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2010-2012  
BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2009  
SINTESI  
**Gruppo di redazione**  
Walter Dondi  
Daniela De Marco  
Tiziana Simoni

**Hanno collaborato**  
per SCS Azioninnova S.p.A.  
Carlo Bassanini, Silvia Modena

Alla redazione del Piano di Sostenibilità  
e del Bilancio di Sostenibilità  
hanno contribuito tutte le Direzioni,  
le strutture e le società del Gruppo

**Progetto grafico**  
M Studio, Milano

**Stampa**  
Casma Srl, Bologna

Il Bilancio di Sostenibilità è migliorabile  
anche grazie al contributo dei lettori.  
Chi vuole comunicare opinioni  
e suggerimenti può contattare  
l'Unità Responsabilità Sociale ed Etica  
scrivendo all'indirizzo e-mail  
[sostenibilita@unipolgf.it](mailto:sostenibilita@unipolgf.it)

Unipol Gruppo Finanziario  
è socio di Impronta Etica



UGF 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.

---

# UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO

---

## PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2010-2012 BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2009

---

L'Assemblea di Unipol Gruppo Finanziario S.p.A. 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 nuovo Amministratore Delegato e Direttore Generale del Gruppo.

Nella riunione del 13 maggio 2010 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Piano Industriale 2010-2012 ed ha fatto proprio il Piano di Sostenibilità 2010-2012.

In questa pubblicazione si presenta il Piano nella sua versione pressoché integrale, insieme ad una sintesi del Bilancio di Sostenibilità 2009 del Gruppo UGF per consentire una visione il più possibile completa delle scelte di Responsabilità d'impresa compiute da UGF.

---

# UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO

---

## PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2010-2012

## LETTERA DEL PRESIDENTE

### LA SFIDA DI FARE IMPRESA GUARDANDO AL FUTURO



Ad ormai due anni dalla crisi finanziaria più grave del secondo Dopoguerra, le conseguenze economiche e sociali che essa ha prodotto sono tutt'altro che in via di risoluzione. Il futuro resta tuttora molto incerto, mentre aumentano disoccupazione e disuguaglianze e non si è riusciti a definire regole condivise per cercare di evitare il ripetersi di simili catastrofi. Anzi, c'è una parte del sistema finanziario che opera come se nulla fosse accaduto. C'è in questo una grande irresponsabilità. Ed è l'esatto contrario di ciò che sarebbe necessario. Non solo per uscire dalla crisi, ma soprattutto a creare le condizioni per uno sviluppo duraturo ed equilibrato, sia dal punto di vista economico, che sociale e ambientale. Cioè, in una parola: sostenibilità. È questa la sfida che oggi abbiamo tutti di fronte: contribuire a che si affermino modalità di gestione dell'economia e della società che abbiano come finalità il progresso e il benessere.

La sostenibilità si può perseguire se si ha una visione lungimirante, cioè se si guarda al futuro: mentre cerchiamo di dare risposte ai bisogni del presente pensiamo alle esigenze di domani e delle generazioni che verranno. È un compito non facile, che richiede disponibilità e impegno continui. Ed è alla nostra portata. Come dimostrano alcuni risultati che, nonostante le difficoltà della crisi, siamo riusciti a realizzare e di cui il Bilancio di Sostenibilità 2009 dà conto. Contemporaneamente alla rendicontazione dell'attività svolta l'anno scorso, abbiamo elaborato il Piano di Sostenibilità 2010-2012, insieme al Piano Industriale del Gruppo. Abbiamo cioè gettato le basi perché UGF possa affermarsi come un'impresa sempre più sostenibile. A partire da un sistema di valori e di regole - la Carta dei Valori e il Codice Etico - essenziale per operare con trasparenza e responsabilità tra noi e nei confronti di tutti i nostri interlocutori, a cominciare dai clienti. Ora il nostro compito è quello di essere conseguenti e coerenti, nei comportamenti come nelle scelte imprenditoriali. Non partiamo certo da zero. In questi anni, grazie anche al sostegno della proprietà, abbiamo anzitutto garantito la solidità patrimoniale e l'equilibrio finanziario del Gruppo, che può quindi contare sulle esperienze e sulle competenze di migliaia di lavoratori e agenti. Così come dispone di prodotti e servizi assicurativi e bancari in grado di rispondere in modo efficace e conveniente alle diverse necessità delle persone, del mondo del lavoro e della piccola e media impresa, privata e cooperativa. Sosteniamo da tempo iniziative di grande valore sociale e civile - pensiamo a Libera e alle cooperative di giovani che lavorano sui beni confiscati alle mafie - e altre ne stiamo promuovendo sui temi della cultura e della sicurezza con la Fondazione Unipolis. Stiamo affrontando in modo innovativo una grande questione come quella del risparmio energetico e della tutela dell'ambiente. Anche in questo campo, come già accade per la sicurezza sociale ed il risparmio, possiamo dare risposte imprenditoriali di elevato valore economico e sociale insieme. Questa, del resto, è la sostenibilità per l'impresa: coniugare gli obiettivi economici con quelli di natura sociale e ambientale, in una prospettiva di lungo periodo.

**Pierluigi Stefanini**

## LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

### UN IMPEGNO COMUNE PER UNIRE REDDITIVITÀ E SOSTENIBILITÀ



Di fronte ai profondi cambiamenti in atto a livello globale, chiunque svolga una funzione economica deve impegnarsi per contenere e ridurre le conseguenze di una crescita squilibrata; contribuire ad affermare uno sviluppo mirato ad accrescere il benessere degli individui e, insieme, della società, quali condizioni per lo stesso perseguimento degli obiettivi di redditività dell'impresa.

In tale contesto, Unipol Gruppo Finanziario assume la sostenibilità come proprio orizzonte strategico, sviluppando la propria attività imprenditoriale nel rispetto delle esigenze della società e dei mercati, non solo per il raggiungimento della profittabilità economica, ma anche e soprattutto della capacità di contemperare in modo equilibrato alle diverse esigenze degli stakeholder. Ciò in coerenza con i propri valori e in particolare quelli di lungimiranza e responsabilità, così come definiti nella Carta dei Valori e nel Codice Etico.

Traendo forza dalle proprie radici storiche, dalla sua rinnovata identità, dalle consolidate relazioni con il mondo del lavoro e della piccola e media impresa - privata e cooperativa - e delle professioni, ma anche dall'innovazione imprenditoriale realizzata in questi anni, il Gruppo UGF si propone quale moderno gruppo assicurativo e bancario, in grado di rispondere, con trasparenza, semplicità e rispetto, alle esigenze tema di sicurezza e protezione dai rischi, garanzia previdenziale e del risparmio, tutela sanitaria ed assistenziale. Contribuendo in tal modo a dare fiducia alle persone, alle imprese e ai tanti soggetti che operano per un futuro migliore e sostenibile.

Un soggetto capace di interpretare i nuovi bisogni individuali e collettivi e di offrire soluzioni in termini di prodotti e servizi più attenti agli aspetti ambientali, volti a ridurre i consumi di energia e ad attuare una gestione imprenditoriale più sobria, in grado di configurare il Gruppo, e le sue società, quali protagonisti di un più avanzato sistema di Welfare integrativo.

Sostenibilità, infatti, esprime la capacità dell'impresa di coniugare gli obiettivi di efficacia ed efficienza economica, aumento della redditività, con il perseguimento della tutela sociale delle persone e della comunità, nonché della riduzione degli impatti ambientali e della valorizzazione delle risorse naturali. Tutto questo in un'ottica di sviluppo duraturo nel tempo, attraverso il concorso dei diversi portatori di interesse.

Questo Piano di Sostenibilità, peraltro, è il risultato di un lavoro comune e largamente partecipato all'interno del Gruppo e che si presenta come profondamente integrato, sia nelle scelte strategiche che negli obiettivi, al Piano Industriale 2010-2012 di Unipol Gruppo Finanziario. All'elaborazione del Piano Industriale e del Piano di Sostenibilità hanno peraltro attivamente partecipato oltre 500 tra dirigenti, funzionari, quadri e impiegati dell'intero Gruppo e numerose sono state le occasioni di confronto con le rappresentanze sindacali dei dipendenti, delle associazioni degli agenti, di esperti della CSR e della sostenibilità in ambito accademico e professionale.

**Carlo Cimbri**

---

## IL FUTURO SOSTENIBILE DEL GRUPPO

---

### IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

Unipol Gruppo Finanziario assume la sostenibilità come proprio orizzonte strategico, sviluppando la propria attività imprenditoriale in coerenza con i propri valori. In particolare con quelli di lungimiranza e responsabilità, così come definiti nella Carta dei Valori e nel Codice Etico. Sostenibilità, infatti, esprime la capacità dell'impresa di coniugare gli obiettivi di efficacia ed efficienza economica, aumento della redditività, con il perseguimento della tutela sociale delle persone e delle comunità, nonché della riduzione degli impatti ambientali e valorizzazione delle risorse naturali. Tutto questo in un'ottica di sviluppo duraturo nel tempo, attraverso il concorso dei diversi portatori di interesse (stakeholder). Di fronte ai profondi cambiamenti in atto a livello globale, chiunque svolga una funzione economica deve impegnarsi per contenere e ridurre le conseguenze di una crescita squilibrata; contribuire ad affermare uno sviluppo mirato ad accrescere il benessere degli individui e, insieme, della società, quali condizioni per lo stesso perseguimento degli obiettivi di redditività dell'impresa. Traendo forza dalle proprie radici storiche, dalla sua rinnovata identità, dalle consolidate relazioni con il mondo del lavoro e della piccola e media impresa - privata e cooperativa - e delle professioni, ma anche dall'innovazione imprenditoriale realizzata in questi anni, UGF si propone quale moderno Gruppo assicurativo e bancario, in grado di rispondere, con trasparenza, semplicità e rispetto, alle esigenze espresse da milioni di persone, in tema di sicurezza e protezione dai rischi, garanzia previdenziale e del risparmio, tutela sanitaria ed assistenziale. Così facendo, UGF può contribuire a dare fiducia alle persone, alle imprese, ai tanti soggetti che operano per un futuro migliore e sostenibile. In questo contesto, UGF si presenta sul mercato quale soggetto capace di interpretare i nuovi bisogni individuali e collettivi, di offrire soluzioni in termini di prodotti e servizi in grado di configurare il Gruppo, e le sue società, quale soggetto protagonista di un più avanzato sistema di Welfare integrativo. Allo stesso tempo, intende promuovere prodotti e servizi più attenti agli aspetti ambientali, volti a ridurre i consumi di energia e ad attuare una gestione imprenditoriale più sobria. Questo Piano di Sostenibilità, peraltro, è il risultato di un lavoro comune e largamente partecipato all'interno del Gruppo e che si presenta come profondamente integrato, sia nelle scelte strategiche che negli obiettivi, al Piano Industriale 2010-2012 di Unipol Gruppo Finanziario.

### I PRINCIPI E LE LINEE GUIDA DEL PIANO INDUSTRIALE E DI SOSTENIBILITÀ

#### UNA MISSION COERENTE CON I VALORI

Assicurare una crescita sostenibile e di lungo periodo accompagnata da un'adeguata redditività, attraverso un rapporto equo con tutti gli stakeholder: azionisti, clienti, agenti, dipendenti e fornitori.

---

## UNA IDENTITÀ CHIARA

Un Gruppo assicurativo e bancario, con un legame forte, diffuso e articolato nel territorio; con un solido rapporto con il mondo organizzato del lavoro dipendente, della piccola e media impresa, delle professioni e della cooperazione; che ha come riferimento le persone e le famiglie. In grado di offrire risposte ai bisogni di sicurezza, protezione e tutela per quanto riguarda i rischi, la garanzia previdenziale, la tutela sanitaria e assistenziale.

## UNA PRESENZA ORIGINALE SUL MERCATO

Un'offerta di prodotti e servizi integrati tra assicurazione e banca; arricchita dalla competenza dei migliori partner specializzati per esigenze specifiche. Un forte orientamento all'innovazione, sia nel rapporto con i clienti che nell'offerta dei prodotti e dei servizi. Uno stretto rapporto di collaborazione e partnership con gli agenti e le reti commerciali, attraverso:

- un consolidamento della rete delle agenzie quale strumento per pianificare e gestire la crescita
- la costituzione di modelli di partecipazione del Gruppo con le agenzie private
- l'estensione dell'esperienza delle agenzie proprietarie (Assicoop)

Rafforzamento del presidio di tutti i canali di vendita esistenti e da sviluppare:

- rete agenziale
- canale diretto (Internet e telefonico)
- filiali bancarie di proprietà
- rete filiali di bancassicurazione

## UN ASSETTO ORGANIZZATIVO COERENTE E FUNZIONALE CHE MOTIVA E VALORIZZA IL CONTRIBUTO DEI DIPENDENTI

Un Gruppo fondato su un assetto coerente e funzionale, con al vertice una Holding di partecipazioni, con compiti di indirizzo e controllo; articolato in società operative:

- UGF Assicurazioni
- UGF Banca
- Società specializzate per canale di vendita e per specificità di prodotti e servizi

Un Gruppo che sviluppa e consolida alleanze industriali strategiche con soggetti imprenditoriali con i quali realizzare relazioni stabili e basate sul reciproco interesse; che opera per la crescita e la valorizzazione delle competenze professionali dei propri dipendenti e collaboratori, attraverso la formazione, l'assunzione delle responsabilità e l'aumento della motivazione e del senso di appartenenza, l'adesione ai valori, ai principi e ai comportamenti etici definiti dall'impresa.

## UNA ROBUSTA STRUTTURA PATRIMONIALE UNA REDDITIVITÀ IN CRESCITA MA EQUILIBRATA

Un Gruppo che opera sulla base di una struttura patrimoniale solida, che persegue una gestione finanziaria equilibrata, con un rapporto corretto tra rischio e rendimento. Che ha come obiettivo la crescita della redditività, ma in una logica di stabilità e di lungo periodo ed opera per rendere sempre più efficiente l'impresa, ponendo grande attenzione al controllo dei costi.



## IL SISTEMA DI GOVERNO RESPONSABILE

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

UGF intende rafforzare ulteriormente il proprio sistema di Corporate Governance, facendolo evolvere verso i più elevati standard italiani e internazionali, adottando regole che vadano anche oltre quanto previsto dall'attuale normativa, prefigurando modalità operative che accrescano la coerenza con i valori e i principi propri del Gruppo e, conseguentemente, con la strategia della sostenibilità.

In questo quadro:

- verrà aggiornato e meglio strutturato il governo dei processi che riguardano lo sviluppo della strategia e della gestione sostenibile del Gruppo
- a tal fine, si procederà alla definizione di ruoli e responsabilità nell'ambito dell'organizzazione aziendale.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
GOVERNANCE RESPONSABILE	Promuovere un approccio alla sostenibilità a tutti i livelli aziendali, includendo aspetti sociali e ambientali nelle scelte gestionali e di business	Evoluzione, nell'ambito del Consiglio di Amministrazione, dell'attuale Comitato per la Responsabilità Sociale in Comitato per la Sostenibilità, con compiti consultivi e propositivi
		Attribuzione al Comitato di Direzione del Gruppo delle responsabilità relative alla realizzazione di strategie di sostenibilità (Comitato Gestionale per la sostenibilità)
		Nomina del Responsabile Ambientale del Gruppo (Energy Manager) e conferma dei Mobility Manager, con rafforzamento delle loro competenze
		Attribuzione alla direzione Risk Management delle valutazioni connesse ai rischi sociali, ambientali e reputazionali, oltre che di quelle economiche e finanziarie
		Valutazione delle modalità con le quali inserire, nell'ambito del sistema di incentivazione per i Dirigenti, alcuni indicatori legati a obiettivi extra finanziari e di sostenibilità

#### GLOSSARIO:

**Energy Manager:**  
responsabile per la conservazione e l'uso razionale dell'energia

**Mobility Manager:**  
responsabile per la gestione della mobilità

**Risk Management:**  
attività di gestione del rischio

## LE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER E GLI STRUMENTI DI RENDICONTAZIONE

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

Il percorso strategico verso la sostenibilità del Gruppo si concentrerà nei prossimi anni su:

- sviluppo e consolidamento in modo organico e sistematico delle modalità di coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni, finalizzato ad ottenere benefici reciproci
- sviluppo degli strumenti per una gestione sostenibile, integrando sempre di più le dimensioni sociali e ambientali nelle scelte di business
- realizzazione, a fine Piano, del preventivo annuale di sostenibilità.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
ASCOLTO E COINVOLGIMENTO STRUTTURATO	Sviluppare nuovi strumenti di ascolto e dialogo, consolidando quelli esistenti, verso i diversi stakeholder	Definizione di un modello operativo fondato sulle relazioni con gli stakeholder
		Realizzazione di una indagine di clima interno tra i dipendenti
		Realizzazione di indagini di customer satisfaction continuative
		Sviluppo di una piattaforma di dialogo on line con i fornitori
STRUMENTI PER UNA GESTIONE SOSTENIBILE	Definire e realizzare un sistema integrato di pianificazione, misurazione e reporting delle performance economiche, sociali e ambientali	Integrazione nel nuovo sistema di reporting del Gruppo di indicatori chiave di performance (KPI) della sostenibilità. Definizione degli obiettivi extrafinanziari di sostenibilità; rendicontazione dei risultati raggiunti tramite l'alimentazione periodica dei dati da parte dei responsabili della gestione dei dati e delle informazioni; realizzazione puntuale e periodica di report
		Realizzazione di un Preventivo di Sostenibilità, che individui le politiche, gli obiettivi, le azioni e i risultati attesi che verranno poi misurati e rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità consuntivo

---

## LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

---

### GLI OBIETTIVI FONDAMENTALI DEL PIANO INDUSTRIALE 2010-2012

Partendo dal proprio approccio alla sostenibilità e dal proprio modo di fare impresa, Unipol Gruppo Finanziario ha elaborato un Piano Industriale 2010-2012, avendo a riferimento la sostenibilità, contemplando, oltre alla dimensione economica, anche le dimensioni ambientale e sociale (elementi declinati nei capitoli dedicati alla sostenibilità ambientale e sociale) perseguite attraverso una forte attenzione ai diversi stakeholder. Il Piano Industriale del Gruppo si fonda su alcuni pilastri fondamentali declinati in obiettivi chiari e misurabili.

#### REDDITIVITÀ

Un aumento della marginalità sui business Danni, Vita e bancario che passa per una rifocalizzazione sulle componenti tecniche (quindi sugli elementi chiave della propria gestione) e sugli elementi distintivi del Gruppo che ne caratterizzano l'azione sul mercato.

#### POSIZIONAMENTO CLIENTE/OFFERTA/CANALE

Una leadership sui segmenti di riferimento: mercati preferenziali (organizzazioni del lavoro dipendente, autonomo e della cooperazione), Welfare (salute, fondi pensione, ecc.) e PMI. Si tratta di una focalizzazione sui segmenti ritenuti più importanti nel tessuto economico e sociale nel quale il Gruppo opera. Un'evoluzione dell'offerta in ottica di innovazione, integrazione e livello di servizio in grado di fare leva sulle eccellenze del Gruppo in termini di know how tecnico e tecnologico, di conoscenza delle esigenze del cliente e di presenza di diversi canali e aree di offerta. Il rafforzamento dei diversi canali distributivi puntando sull'utilizzo di una multicanalità integrata per rispondere al meglio alle diverse esigenze della propria clientela sia in ottica economica che di livelli di servizio.

#### EFFICIENZA OPERATIVA

Una forte attenzione all'efficienza, ma anche all'efficacia nell'ottica del cliente interno. Il continuo miglioramento dei processi operativi sarà ricercato mantenendo la stabilità della struttura di costo.

#### SOLIDITÀ PATRIMONIALE

Una robusta struttura patrimoniale e ottimizzazione della gestione del capitale in linea con le normative di settore, ma soprattutto con gli obiettivi di una crescita stabile del Gruppo. Processi efficienti di gestione e controllo del rischio diffusi a tutti i processi operativi anche attraverso una continua sensibilizzazione del personale alla logica del rischio.

### **Ipotesi relative al perimetro del Gruppo al 2012**

Nell'arco del Piano sono previste le seguenti operazioni:

- integrazione di Navale in UGF Assicurazioni
- cessione, già definita, di BNL Vita
- acquisizione, in corso di autorizzazione, del Gruppo Arca

A seguito di tali operazioni il perimetro del Gruppo UGF risulterà così articolato:

#### **SETTORE ASSICURATIVO**

UGF ASSICURAZIONI

LINEAR ASSICURAZIONI

UNISALUTE

#### **SETTORE BANCASSICURAZIONE**

GRUPPO  
ASSICURATIVO ARCA

#### **SETTORE BANCARIO**

UGF BANCA

UGF MERCHANT

ALTRE SOCIETÀ  
SPECIALIZZATE

## I RISULTATI ECONOMICI A FINE PIANO

Sulla base degli obiettivi fondamentali del Piano Industriale e degli interventi conseguenti, ecco quali sono i principali risultati economici previsti a fine 2012 nei diversi settori di operatività del Gruppo.

AMBITI		2009*	2012	CAGR '09-'12	Delta
<b>RECUPERO REDDITIVITÀ "STRUTTURALE" DEL COMPARTO DANNI</b>	<b>AREA DANNI</b>				
	Premi Danni (euro/mln)	4.260	<b>4.650</b>	2,9%	390
	Combined Ratio (lavoro diretto)	108,0%	97,5%		-10,5 pp
	Loss Ratio (lavoro diretto)	86,0%	75,5%		-10,5 pp
	Expense Ratio (lavoro diretto)	22,0%	22,0%		stabile
	Margine Tecnico Danni (euro/mln)	-115	325	ns	440
<b>INCREMENTO MARGINE DEL BUSINESS VITA</b>	<b>AREA VITA</b>				
	Premi Vita (euro/mln)	2.190	<b>3.110</b>	12,4%	920
	APE Vita (NP) pro-quota (euro/mln)	214	340	16,5%	126
	Val. Nuova Prod. pro-quota (euro/mln)	42	85	25,9%	43
	New Business Margin	19%	25%		+6 pp
<b>CONSOLIDAMENTO DELLA MARGINALITÀ SUL COMPARTO BANCARIO</b>	<b>AREA BANCARIA</b>				
	Raccolta diretta (euro/mln) <sup>(a)</sup>	8,7	10,4	6,1%	1,7
	Impieghi (euro/mln) <sup>(a)</sup>	6,9	9,1	9,7%	2,2
	Margine d'intermediazione	348	440	8,0%	92
	Cost/Income	76,6%	66,0%		-10,6 pp
	Utile netto (euro/mln)	-24	<b>50</b>	ns	74
	<b>ALTRE SOCIETÀ</b>				
<b>UNISALUTE</b>	Margine Industriale				+30%
<b>LINEAR</b>	Premi diretti danni Linear			+4,9%	
<b>GRUPPO ARCA</b>	Premi diretti danni Arca (euro/mln)		180		
	Premi diretti vita Arca (euro/mln)		645		
	<b>RISULTATI CONSOLIDATI</b>				
	Risultato netto consolidato (euro/mln) <sup>(b)</sup>	-785	<b>250</b>	ns	1.035
	di cui da Area Danni	-639	175	ns	814
	di cui da Area Vita	-56	80	ns	136
	di cui da Area Bancaria	-24	50	ns	74
	di cui da Holding	-51	100	ns	151
	di cui Rettifiche consolid.	-15	-155	ns	-140

AMBITI		2009*	2012	CAGR '09-'12	Delta
CONTENIMENTO DEI RISCHI OPERATIVI RIDUZIONE DEL PESO DEGLI INVESTIMENTI DEL COMPARTO AZIONARIO	<b>SOLVENCY RATIO</b>				
	Secondo Solvency I	1,4 x	1,4x		Stabile
	Secondo Solvency II **	1,4 x	1,5x		Stabile
SVILUPPO DELLE CONVENZIONI CON LE ORGANIZZAZIONI DEL MONDO DEL LAVORO E DELL'ASSOCIAZIONISMO	Numero clienti nell'ambito dei mercati di riferimento (mondo del lavoro dipendente e autonomo, PMI, cooperazione)	800.000	1.000.000		200.000

\* Dati 2009 pro-forma, escluso il contributo di BNL Vita

\*\* Il calcolo Solvency II è stato effettuato sulla base di ipotesi elaborate a partire dalle ultime indicazioni regolamentari. I risultati rappresentati potrebbero cambiare qualora le norme definitive su Solvency II differissero dalle proposte normative fino ad ora elaborate

<sup>(a)</sup> Escluse cartolarizzazioni

<sup>(b)</sup> Netto tasse, lordo terzi

#### GLOSSARIO:

**CAGR:**  
Compound Annual Growth Rate (CAGR), tasso di crescita annuale composto

**Margine tecnico (Danni):**  
Premi - Costi dei sinistri - provvigioni

**Expense Ratio:**  
rapporto tra spese di gestione e premi

**Loss Ratio:**  
rapporto tra sinistri e premi

**Combined Ratio:**  
Loss Ratio + Expense Ratio

**APE:**  
Annual Premium Equivalent, somma tra i premi Annui e Ricorrenti + un decimo dei premi unici

**New Business Margin:**  
rapporto tra valore della nuova produzione e APE

**Cost/income Ratio:**  
rapporto tra i costi ed i ricavi bancari

**Solvency:**  
Solvency I (già in vigore) e Solvency II (in vigore dal 2012) costituiscono le normative di riferimento che definiscono i requisiti minimi di capitale di cui le aziende devono disporre a garanzia degli impegni assunti nei confronti degli assicurati

---

## L'OFFERTA DI PRODOTTI E SERVIZI

---

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

L'evoluzione sociale e demografica della popolazione e la progressiva riduzione delle prestazioni pubbliche garantite ai cittadini per quanto riguarda gli aspetti previdenziali, sanitari e assistenziali, propongono un rinnovato ruolo del settore privato e, in particolare, di quello assicurativo e bancario. È in questo contesto che il Gruppo si propone, grazie all'esperienza acquisita e alla forte attenzione alla dimensione sociale dei problemi, quale soggetto imprenditoriale in grado di offrire una serie di prodotti e servizi in una logica di Welfare integrativo. Determinante sarà la capacità di UGF di sviluppare ulteriormente l'integrazione tra i settori assicurativo e bancario, in funzione di una risposta unitaria ed articolata alle molteplici esigenze della clientela. Infatti, in sintonia con l'evoluzione dei bisogni, l'offerta sarà caratterizzata da prodotti semplici, anche per dare risposta a una domanda evoluta, che richiederà sempre più all'impresa capacità di esprimere vicinanza al cittadino - consumatore e capacità di offrire ascolto, attenzione, competenza e consulenza.

Il Gruppo, che già si caratterizza per consolidati rapporti con alcune categorie di stakeholder, si propone quale interlocutore di riferimento per specifiche categorie di popolazione e d'impresa: dai lavoratori dipendenti, alle piccole e medie imprese, private e cooperative, ai professionisti. Così come dovrà rispondere in termini mirati e innovativi a bisogni reali e sensibilità emergenti, provenienti dall'associazionismo e dalle organizzazioni di volontariato. Inoltre, è nelle condizioni per contribuire positivamente ad affrontare e gestire le esigenze manifestate dalle imprese che sempre di più operano nel campo delle energie rinnovabili e più in generale dell'"economia verde e sostenibile", come delle persone che si trovano a fronteggiare temporanee situazioni di difficoltà a causa delle conseguenze della crisi economica.

In questo contesto, l'approccio sostenibile del Gruppo si sostanzia principalmente in questi ambiti di intervento:

- offerta di prodotti e servizi capace di rispondere ai nuovi bisogni di protezione dai rischi e di tutela del cittadino-consumatore, anche attraverso l'offerta integrata assicurazione-banca, in particolare in ottica di Welfare integrativo
- attenzione e vicinanza al cliente, persona, famiglia, impresa, in termini di servizio, competenza e consulenza
- sviluppo e qualificazione del rapporto con le storiche organizzazioni sociali, del lavoro dipendente e della piccola e media impresa, privata e cooperativa.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO	
<p>OFFERTA DI PRODOTTI E SERVIZI IN UNA LOGICA DI SOSTENIBILITÀ</p>	<p><b>Rispondere alle nuove e più evolute esigenze socio-economiche della clientela</b></p>	<p>Innovazione e completamento della gamma dell'offerta in ottica life cycle, in grado cioè di coprire i bisogni per tutto il ciclo di vita della persona (es. bonus protetto gratuito, polizza a consumo, prevenzione, tempo libero)</p> <p>Messa a regime del modello integrato Assicurazione - Banca attraverso lo sviluppo di un'offerta dedicata</p> <p>Segmentazione e profilazione del portafoglio clienti anche sulla base di criteri extra-finanziari</p> <p>Consolidamento di UniSalute quale fabbrica unica di Gruppo nel ramo malattia, attraverso lo sviluppo delle polizze collettive con il canale direzionale</p>	
	<p><b>Rispondere alle esigenze emergenti in materia ambientale e sociale</b></p>	<p>Integrazione di elementi di carattere sociale ed ambientale nelle scelte di merito creditizio</p> <p>Studio di prodotti e servizi innovativi a valenza ambientale ("polizze verdi") e sociale (cittadini immigrati e loro attività economiche; soggetti svantaggiati)</p> <p>Sviluppo di un approccio orientato alla sostenibilità nella gestione dei Fondi Pensione e nell'offerta di propri Fondi etici</p> <p>Sviluppo di progetti di risparmio sugli impatti ambientali anche nella relazione con il cliente (patto di smaterializzazione "Tagliacarta", digitalizzazione documenti, ecc.)</p>	
	<p>ATTENZIONE E VICINANZA AL CLIENTE</p>	<p><b>Fornire servizi qualificati alle persone e alle imprese, in chiave di consulenza</b></p>	<p>Sviluppo ulteriore del processo consulenziale e di assistenza della Banca d'Affari alle imprese che tenga conto anche di criteri di sostenibilità</p> <p>Riduzione dei tempi di liquidazione dei sinistri</p>
	<p>RAPPORTO CON IL MONDO DEL LAVORO E LE ORGANIZZAZIONI SOCIE</p>	<p><b>Sviluppare e ampliare un'offerta dedicata (prodotti e servizi) per il mondo del lavoro e in particolare con le Organizzazioni Socie</b></p>	<p>Sviluppo di nuove convenzioni con ulteriori settori dell'associazionismo</p>
			<p>Ridisegno della struttura delle Convenzioni che, oltre a essere incentrata sul prezzo ridotto, abbia al centro il cliente e i suoi reali bisogni e con apporto consulenziale</p>
			<p>Sviluppo ulteriore delle coperture a più alto contenuto sociale nell'ambito delle Convenzioni</p> <p>Conferma, rilancio e innovazione dei Consigli Regionali Unipol</p>



---

## IL MODELLO DISTRIBUTIVO

---

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

Il Gruppo intende perseguire nel prossimo triennio un percorso di forte valorizzazione dei propri canali distributivi al fine di coprire, nel modo più completo possibile, le differenti esigenze dei segmenti di riferimento in un'ottica di crescente centralità del cliente.

Un'efficace copertura delle esigenze della propria clientela passa per l'integrazione dei canali distributivi, a partire da quella tra assicurazione e banca, lo sviluppo della bancassicurazione, nonché attraverso un più forte e qualificato utilizzo delle nuove tecnologie, che può costituire un fattore differenziante del modello distributivo del Gruppo.

In questo contesto:

- il canale agenziale avrà un ruolo centrale, in quanto strumento di stretta relazione con il territorio e con i clienti ed elemento fondamentale per garantire un elevato e più qualificato livello di servizio alle persone e alle imprese, basato su ascolto, attenzione, consulenza
- si ravvisa l'esigenza di una più forte assunzione di responsabilità da parte degli agenti, i quali hanno di fronte l'impegnativo ruolo di rappresentare l'interfaccia tra l'impresa e il cliente, di generare fiducia e risultati economici e sociali sostenibili e duraturi nel tempo, nell'interesse di tutti i soggetti coinvolti
- in relazione alle trasformazioni in atto nella società e negli stili di vita e di consumo, il Gruppo si propone di avviare la realizzazione di nuove modalità distributive, in grado di meglio cogliere le esigenze dei clienti, in particolare di quelli che fanno riferimento ai mercati preferenziali, nello specifico al mondo cooperativo.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
<p><b>INTEGRAZIONE DEI CANALI DISTRIBUTIVI</b></p>	<p><b>Rispondere in modo adeguato alle differenti esigenze del cliente</b></p>	<p>Rifocalizzazione delle agenzie e di UGF Banca su offerta ad elevato contenuto di servizio/consulenza</p>
		<p>Ulteriore sviluppo del canale internet quale elemento di innovazione distributiva facendo leva sulle esperienze già condotte e sulle eccellenze del Gruppo (es. Linear e UniSalute)</p>
		<p>Sviluppo del canale bancassicurazione per rispondere alle esigenze assicurative e finanziarie in modo integrato</p>
		<p>Sviluppo per Linear di canali a copertura del mercato con logiche di prezzo e specializzazione del servizio, in coerenza con l'evoluzione della domanda</p>
<p><b>CENTRALITÀ DEL CANALE AGENZIALE</b></p>	<p><b>Estendere la cooperazione con le Agenzie per rafforzare il rapporto sinergico</b></p>	<p>Sviluppo di nuove forme di partnership con gli agenti in ottica di sostenibilità di lungo periodo</p>
		<p>Rafforzamento del modello Assicoop per favorire una sempre maggiore vicinanza ai territori di riferimento e condivisione con le Organizzazioni Socie</p>
	<p><b>Supportare le agenzie nel percorso di rafforzamento del canale</b></p>	<p>Riduzione dell'intermediazione e prevenzione delle frodi attraverso nuovi strumenti automatizzati</p>
<p><b>NUOVI CANALI</b></p>	<p><b>Sviluppare forme distributive innovative</b></p>	<p>Individuare nuove modalità di collocazione di prodotti e servizi, legati all'evoluzione dell'organizzazione della domanda</p>
	<p><b>Rafforzare la presenza territoriale</b></p>	<p>Acquisizione e sviluppo del Gruppo Arca</p>

## LA POLITICA E LA GESTIONE FINANZIARIA

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

Il Gruppo intende perseguire nel prossimo triennio:

- un percorso di rafforzamento patrimoniale e di ottimizzazione del capitale in linea con le normative più avanzate, ma soprattutto con gli obiettivi di crescita di lungo periodo
- sul piano della gestione finanziaria, un ulteriore aumento della propria attenzione alla selezione di investimenti che rispondano a criteri sociali, ambientali e di governance.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
RAFFORZAMENTO PATRIMONIALE E OTTIMIZZAZIONE DEL CAPITALE	Sviluppare la cultura del rischio a tutti i livelli aziendali	Definizione di azioni di sensibilizzazione e diffusione delle logiche di risk management nei processi operativi critici
	Ottimizzare la struttura del capitale	Completamento del progetto per l'adeguamento a Solvency II
SELEZIONE DEGLI INVESTIMENTI E DEI FINANZIAMENTI	Coniugare gli obiettivi economici e di redditività con quelli di natura sociale, ambientale e di governance (approccio ESG)	Valutazione di singoli investimenti con particolare attenzione ai criteri ESG
		Formalizzazione di policy con criteri di esclusione per quei settori e quei comparti che risultano più critici dal punto di vista etico e morale
<b>GLOSSARIO:</b>		
<b>ESG:</b> criteri orientati a principi di sostenibilità sociale e ambientale oltre che economica ( <i>environmental, social and governance</i> )		

## LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

### IL RISPARMIO ENERGETICO

#### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

Nel prossimo triennio il Gruppo intende:

- proseguire l'impegno di riduzione dei consumi energetici e idrici riconducibili alle principali sedi del Gruppo e ad alcune filiali della Banca, coniugando l'obiettivo di razionalizzazione dei costi con quello di tutela dell'ambiente
- dedicare un'attenzione particolare agli ambienti in cui sono situati i Centri di elaborazione dati (Ced), che, per il loro funzionamento e per la loro protezione, rappresentano una quota consistente dei consumi energetici totali.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
EFFICIENZA ENERGETICA	Ridurre i consumi energetici e idrici legati agli immobili di proprietà	<p>Monitoraggio puntuale dei consumi energetici e idrici su tutti gli immobili, attraverso l'affinamento delle modalità di misurazione e di raccolta dei dati e l'ampliamento agli immobili di sede finora non coperti</p> <p>Interventi di ristrutturazione e manutenzione su immobili già presenti finalizzati ad ottenere una maggiore efficienza energetica e un miglioramento delle condizioni delle persone che vi lavorano (installazione di pannelli fotovoltaici, sostituzione di impianti di riscaldamento con pompe di calore ad alta efficienza, sostituzione degli infissi per un migliore isolamento termico)</p> <p>Completamento dell'intervento di Porta Europa a Bologna: oltre agli uffici già realizzati destinati al personale del Gruppo, realizzazione di una sala per conferenze, di un ristorante, di servizi comuni</p> <p>Completamento dei lavori relativi alla Torre di via Larga a Bologna, che si distingue per l'adozione di moderne tecnologie mirate al risparmio energetico e all'utilizzo delle energie rinnovabili; completamento del processo finalizzato all'ottenimento della certificazione energetica</p>

(segue a pag. 20)

[continua da pag. 19]

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
EFFICIENZA ENERGETICA	<b>Ridurre i consumi energetici e idrici legati agli immobili di proprietà</b>	<p>Riduzione dei consumi energetici delle due filiali della Banca oggetto di audit all'interno del progetto Microkyoto: per le filiali di San Giovanni in Persiceto e Casalecchio di Reno l'obiettivo è di ridurre i consumi elettrici del 15%</p> <p>Rilevazione dei consumi energetici di 10 "filiali tipo" della Banca, come sperimentazione per l'adozione di azioni di sensibilizzazione verso il personale</p> <p>Estensione delle insegne con tecnologia Led, attualmente presenti nelle Agenzie integrate, alle filiali della Banca</p> <p>Definizione di obiettivi di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>: per tutti gli immobili soggetti a audit saranno individuati obiettivi di riduzione delle emissioni ed eventuali azioni di neutralizzazione delle emissioni rimanenti</p>
SISTEMI INFORMATICI SOSTENIBILI (IT GREEN)	<b>Ridurre i consumi energetici legati al funzionamento e alla manutenzione dei sistemi informativi</b>	<p>Verifica delle condizioni per l'accentramento delle funzioni IT a livello di tutto il Gruppo: oltre alla migrazione dei server delle società assicurative effettuata nel 2009, studio di un intervento che preveda il trasferimento a livello di Gruppo anche dei server di UGF Banca</p> <p>Progetto di razionalizzazione delle sale macchine (mappatura di sistemi e dispositivi nelle sale macchine in modo da rilevare in un unico punto la misura di quanto assorbono gli impianti in termini di calore)</p>

## LA GESTIONE DEI RIFIUTI

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

L'impegno per il prossimo triennio prevede:

- di migliorare ulteriormente il monitoraggio dei consumi dei materiali, individuando azioni per la loro riduzione
- di estendere, laddove possibile, le attività di raccolta differenziata dei materiali e di smaltimento, in modo da minimizzare l'impatto ambientale derivante dal loro consumo.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
CONSUMO DI MATERIALI	<b>Ridurre i consumi di materiali di ufficio, in particolare di carta e toner</b>	Monitoraggio puntuale dei consumi di toner attraverso la registrazione delle richieste di raccolta e di smaltimento dei rifiuti del fornitore incaricato su apposito portale elettronico.
		Estensione della gestione "paperless" (orientata alla riduzione dell'utilizzo della carta) a più ambiti: attraverso il processo di archiviazione e gestione elettronica di alcuni documenti digitalizzati (tramite scanner e sistemi multifunzionali)
		Avvio del progetto di "smaterializzazione" relativo alle comunicazioni inviate alla clientela
		Completamento di tutti i processi di trasferimento dei documenti delle Società presso l'Archivio Unico di Gruppo (riduzione ad un unico sito per la conservazione dei documenti; indirizzamento della richiesta dei documenti ad un unico gestore attraverso un unico applicativo)
		Avvio di un progetto volto a razionalizzare i flussi di posta in entrata ed uscita, in un'ottica di riduzione dei consumi di carta
RACCOLTA DIFFERENZIATA	<b>Incrementare la raccolta differenziata di carta e toner</b>	Estensione della raccolta differenziata di carta e toner: verifica delle condizioni per estendere la raccolta della carta anche ai Centri di Liquidazione del Gruppo e alle filiali della Banca; estensione della raccolta dei toner alle filiali della Banca

## LA POLITICA DEGLI ACQUISTI

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

Il Gruppo perseguirà i seguenti obiettivi:

- riduzione quantitativa degli acquisti, con particolare riferimento ai materiali d'ufficio
- rafforzamento di un approccio agli acquisti che tenga conto anche di criteri di natura ambientale e sociale, in particolare in un'ottica di sostenibilità, conducendo altresì un'azione di sensibilizzazione verso i fornitori sulle tematiche di carattere ambientale e sociale
- attivazione, all'interno della piattaforma di integrazione e comunicazione tra il Gruppo e i fornitori, di una sezione dedicata allo scambio di informazioni ed esperienze sui temi della sostenibilità
- ulteriore sviluppo di momenti di incontro e di ascolto tra il Gruppo ed i fornitori.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
POLITICHE DI ACQUISTO	<b>Orientare gli acquisti secondo i criteri di sostenibilità ambientale e sociale</b>	Nell'ambito dei sistemi informatici, incremento dell'acquisto di pc, stampanti e altre macchine certificate da fornitori in possesso di certificazioni sociali/ambientali
		Realizzazione dell'Albo Golden Partner e definizione dei criteri di accesso: tramite un apposito Comitato saranno valutati e inseriti i fornitori anche in base a criteri di natura ambientale e sociale
ACQUISTI DI MATERIALI	<b>Ridurre il numero di acquisti di materiali per stampanti</b>	Riduzione del numero di stampanti individuali (a fronte delle nuove macchine multifunzione installate condivise da più uffici)
		Sensibilizzazione del personale ad un consumo limitato delle operazioni di stampa

## LA SENSIBILIZZAZIONE DI DIPENDENTI, AGENTI E FORNITORI

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

L'obiettivo nel prossimo triennio è quello di consolidare e diffondere in maniera più organica e strutturata una "cultura della sostenibilità", con particolare riferimento alle tematiche di riduzione dell'impatto ambientale:

- verso i dipendenti e gli agenti, attraverso azioni di promozione della mobilità sostenibile
- verso i fornitori, con l'inserimento nei processi di selezione e valutazione di criteri socio-ambientali.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
MOBILITÀ DEI DIPENDENTI E DEGLI AGENTI	Ridurre le emissioni inquinanti derivanti dai viaggi aziendali	Riduzione delle trasferte aziendali attraverso l'installazione di nuove postazioni per videoconferenze e l'incentivazione del personale al loro utilizzo  Sensibilizzazione dei dipendenti, nel caso di viaggi di lavoro, all'utilizzo di mezzi a ridotto impatto ambientale (treno) e modalità di car pooling (utilizzo collettivo di una stessa auto da parte di più persone)
	Migliorare gli spostamenti casa - lavoro	Ampliamento dei parcheggi presso la sede di Porta Europa a Bologna, con particolare attenzione all'assegnazione dei posti auto al personale disabile o con difficoltà motorie  Promuovere iniziative di mobilità sostenibile: incentivo ai mezzi pubblici, bici, ecc.
RAPPORTO CON I FORNITORI	Sviluppare e promuovere l'approccio alla sostenibilità	Definizione del processo di qualificazione dei fornitori che tenga conto anche di criteri di sostenibilità  Realizzazione di controlli su alcuni fornitori (es: carrozzerie) sul rispetto dei principi del Codice Etico sottoscritto dai fornitori stessi

(segue a pag. 24)



*(continua da pag. 23)*

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
RAPPORTO CON I FORNITORI	<b>Sviluppare e promuovere l'approccio alla sostenibilità</b>	<p>Studio di un progetto sulle carrozzerie sostenibili (creazione di un network di carrozzerie "verdi" che preveda sconti aggiuntivi)</p> <p>Verifica delle condizioni per la creazione di un centro di smaltimento relitti</p> <p>Realizzazione di UGF Partner Day con i principali fornitori quale occasione di scambio e di conoscenza approfondita delle modalità di relazione con il Gruppo</p>
INFORMAZIONE E SCAMBIO DI ESPERIENZE	<b>Sviluppare e promuovere l'approccio alla sostenibilità</b>	<p>Partecipazione a iniziative di informazione e sensibilizzazione sul tema ambientale</p> <p>Sensibilizzazione sulle tematiche di sostenibilità ambientale attraverso le intranet aziendali dedicate a dipendenti e agenti</p>

## LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE

### LE POLITICHE VERSO IL PERSONALE

#### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

UGF nei prossimi anni intende proseguire l'impegno nel percorso già avviato, concentrandosi su:

- la valorizzazione del personale, con un'attenzione particolare al tema delle pari opportunità e del diversity management (gestione della diversità valutando le specifiche abilità)
- il consolidamento delle attività di formazione a tutti i livelli, anche attraverso il rafforzamento del rapporto con importanti Università e l'avvio operativo di UGF Corporate University
- l'ulteriore sviluppo di iniziative di salute e sicurezza
- la sensibilizzazione sui temi della sostenibilità, attraverso il coinvolgimento delle persone.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE	Promuovere iniziative di valorizzazione professionale delle persone, anche con riguardo al tema del genere, dell'età, della disabilità (approccio diversity management)	Avvio di piani di sviluppo e piani formativi individuali sulla base dei risultati della mappatura delle competenze e delle conoscenze Estensione dei sistemi di incentivazione variabile ad altre strutture di business oltre a quelle ad oggi già in atto Estensione della seconda certificazione (71406-2010-AQ-ITA-SINCERT), relativa allo Sviluppo e Formazione Personale, ad oggi presente per il comparto assicurativo anche al comparto bancario Avvio di una serie di progetti per migliorare le condizioni di lavoro delle persone con disabilità (ad esempio collaborazione con la Fondazione ASPHI (Avviamento e Sviluppo di Progetti per ridurre l'Handicap mediante l'Informatica) e progetto "respeaking" dedicato agli ipo udenti e che prevede un software per il riconoscimento del parlato)

(segue a pag. 26)

(continua da pag. 25)

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
<p>COMUNICAZIONE INTERNA</p>	<p><b>Rafforzare gli strumenti di comunicazione interna per garantire un ascolto e un dialogo costante con il personale</b></p>	<p>Conseguimento della certificazione ISO-9001 di UGF, relativa alla "Comunicazione Interna al Gruppo"</p> <p>Realizzazione di iniziative volte a creare identità comune, a condividere esperienze, valori e responsabilità</p>
	<p><b>Diffondere una cultura della sostenibilità presso tutte le persone che lavorano nel e per il Gruppo</b></p>	<p>Sviluppo di iniziative di comunicazione interna volte a diffondere la cultura della sostenibilità (attraverso gli attuali strumenti di comunicazione interna); formazione sul Codice Etico</p>
	<p>SALUTE E SICUREZZA</p>	<p><b>Sviluppare una cultura della salute e promuovere iniziative di prevenzione per i dipendenti</b></p>
<p><b>Promuovere una "Cultura della Sicurezza" nelle sue diverse accezioni (personale, stradale, del lavoro, sociale ed economica)</b></p>		<p>Ottenimento della certificazione secondo lo standard OHSAS-18001, relativa al "Presidio per la sicurezza nelle sedi del Gruppo e la salvaguardia della salute e sicurezza dei Lavoratori"</p>
		<p>Costruzione e monitoraggio di un sistema di indicatori aziendali atti a identificare il livello di sicurezza interna (indici infortunistici, indici di salute e iniziative di prevenzione, indici di costo in salute e sicurezza sul lavoro)</p>
		<p>Sviluppo della sezione "Sicurezza" sulla intranet aziendale e di un ambiente dedicato nel quale convogliare tutte le istruzioni, tematiche, notizie, regole e informazioni relative a questo tema</p>
		<p>Avvio di campagne di sensibilizzazione sulla sicurezza stradale e sull'incentivazione del personale all'utilizzo dei mezzi di trasporto pubblico</p>

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
PARI OPPORTUNITÀ	<b>Promuovere un approccio che favorisca le pari opportunità in tutti i momenti della vita aziendale</b>	<p>Sviluppo dell'attività della Commissione Paritetica sulle Pari opportunità, con l'individuazione di obiettivi puntuali e ambiti di intervento sia rispetto alla questione di genere che a quelle delle diverse abilità</p> <p>Formalizzazione, all'interno del processo di selezione del personale, di elementi di prevenzione di qualsiasi forma di discriminazione (definizione di una specifica procedura)</p> <p>Partecipazione a tavoli di lavoro, anche a livello settoriale, per la promozione delle pari opportunità e dell'uguaglianza sul lavoro</p>
CONCILIAZIONE DEI TEMPI DI VITA E DEL LAVORO	<b>Promuovere iniziative volte a migliorare la conciliazione dei tempi vita/lavoro</b>	<p>Sviluppo di iniziative a sostegno del benessere delle famiglie (family friendly) per il personale del Gruppo e avvio di uno studio, in un quadro di compatibilità funzionale con le attività lavorative, di una serie di iniziative atte a facilitare la gestione degli impegni casa - lavoro (gestione domestica, cura anziani e figli ecc.); realizzazione del nido interaziendale a Bologna</p> <p>Sviluppo di iniziative a maggior tutela della maternità e della paternità per il personale del Gruppo</p>

## L'IMPEGNO PER LA COMUNITÀ

### L'IMPEGNO PER IL FUTURO

Nei prossimi anni il Gruppo UGF continuerà a impegnarsi in interventi volti a promuovere la crescita sociale, culturale e civile della comunità nella quale opera, in particolare attraverso:

- la predisposizione e qualificazione di nuovi prodotti e servizi a favore di persone e organizzazioni con specifiche esigenze di protezione e tutela sociale
- il sostegno ai progetti promossi da organizzazioni e soggetti sociali impegnati nella promozione della legalità e delle opportunità di sviluppo economico, nella creazione di lavoro per i giovani specialmente nei territori a più grave penetrazione della criminalità organizzata
- la destinazione di risorse ad organizzazioni non profit impegnate in particolari progetti di sviluppo sociale e culturale
- lo sviluppo di attività di sponsorizzazione verso soggetti e istituzioni che promuovano la cultura nella sue diverse espressioni; che sostengano attività sportive segnatamente rivolte alle giovani generazioni
- il contributo alla Fondazione Unipolis affinché prosegua e qualifichi ulteriormente la propria attività sui temi della sicurezza (sociale, stradale, del lavoro), della cultura, della ricerca e della solidarietà.

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
SOSTEGNO A ORGANIZZAZIONI E PROGETTI CHE PROMUOVONO SICUREZZA, LEGALITÀ E SVILUPPO	Consolidare l'impegno concreto a fianco di Libera e delle cooperative sui beni confiscati alle mafie	Sensibilizzazione dei dipendenti, clienti ed agenti sull'impegno del Gruppo a fianco di Libera nella battaglia per la legalità che si concretizzi anche attraverso l'ulteriore sviluppo di iniziative specifiche (un euro a conto corrente per le cooperative sui beni confiscati)
	Promuovere attività volte ad accrescere la sensibilità e l'impegno per la sicurezza: sociale, personale, stradale, sul lavoro	Rafforzamento dell'impegno della Fondazione Unipolis, a livello nazionale e territoriale a favore di iniziative che aumentano la conoscenza e la sensibilizzazione intorno alla cultura della legalità e della giustizia (Fondazione Libera Informazione, Carovana Antimafia, Libero Cinema in Libera Terra, ecc.)
		Sviluppo di iniziative finalizzate ad accrescere la conoscenza, la sensibilità, l'attenzione e l'impegno nella promozione a tutti i livelli della sicurezza delle persone e delle comunità nei diversi ambiti: sociale, stradale, sul lavoro

AMBITI	OBIETTIVI	LINEE DI INTERVENTO
IMPEGNO A FAVORE DELLA CULTURA	<b>Favorire la crescita culturale e sociale delle persone e delle comunità</b>	<p>Consolidamento e sviluppo del rapporto con il mondo universitario e dei centri di ricerca, sostenendo l'attività di giovani ricercatori</p> <p>Sviluppo di iniziative a sostegno della crescita culturale attraverso progetti specifici della Fondazione Unipolis: "Culturability - la responsabilità della cultura per una società sostenibile" e "Le Chiavi del Sorriso", a favore di progetti culturali per l'inclusione sociale dei ragazzi</p> <p>Sponsorizzazione di attività di particolare valore culturale e sociale da parte del Gruppo UGF</p>
INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ	<b>Sviluppare iniziative di solidarietà coerenti con progetti di crescita sociale e civile della comunità</b>	<p>Sostegno operativo ed economico a organizzazioni e progetti che realizzano interventi a favore di persone deboli e in difficoltà, favorendo l'inclusione sociale e l'autodeterminazione, anche per accrescerne l'autonomia nei propri progetti di vita</p> <p>Contributo ad iniziative di organizzazioni di volontariato e non profit che intervengono nelle situazioni di emergenza che si manifestano, in Italia e all'estero</p>

---

# UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO

---

## BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2009

---

## L'IDENTITÀ

---

### PROFILO E VISION

Nel corso del 2009, con la fusione di Unipol e Aurora e la nascita di UGF Assicurazioni, il Gruppo ha proseguito il proprio riassetto organizzativo.

La rinnovata identità porta a sintesi il legame tra le profonde radici e la ricchezza degli apporti che vi sono confluiti e ne fa oggi uno dei maggiori protagonisti del settore assicurativo, bancario e finanziario del nostro Paese, capace di fornire, accanto a quelli tradizionali di settore, anche servizi sanitari e socio-assistenziali.

La sostenibilità è la chiave per il conseguimento degli stessi obiettivi economici, in una prospettiva di lungo periodo capace di contemperare gli interessi dei diversi stakeholder, interni ed esterni all'azienda, sulla base di un solido ancoraggio ai principi contenuti nella Carta dei Valori e nel Codice Etico.

Questa prima edizione del Bilancio di Sostenibilità di UGF rappresenta la naturale evoluzione del Bilancio Sociale di Gruppo, giunto nel 2009 alla sua seconda edizione (mentre dal 1993 era pubblicato dall'originaria compagnia e poi dal Gruppo Unipol). La sua realizzazione è stata guidata proprio dall'obiettivo di dare maggiore evidenza dell'impatto che il Gruppo genera nello svolgimento delle proprie attività, attraverso l'arricchimento dei contenuti con maggiori informazioni di carattere sociale ed ambientale accanto a quelle economiche e finanziarie.

Esso peraltro è stato propedeutico alla realizzazione del Piano di Sostenibilità 2010-2012, presentato nella prima parte di questo documento di sintesi.



---

## L'IMPIANTO VALORIALE

Creare valore economico e sociale a partire dai propri valori di riferimento è l'approccio strategico che caratterizza Unipol Gruppo Finanziario. UGF si è così dotato di un forte impianto valoriale, punto di riferimento fondamentale al quale è ancora le proprie scelte di governo e gestionali ispirate al massimo di trasparenza e responsabilità.

Per garantire la concreta applicazione e una reale efficacia di detti principi, si sono costituiti due organismi appositi, il **Comitato Etico** - composto dai consiglieri di amministrazione che fanno parte del Comitato per la Responsabilità Sociale - e il **Responsabile Etico**, al quale possono essere indirizzate le richieste di informazione e le segnalazioni su presunte violazioni del Codice stesso: [responsabile.etico@unipolgf.it](mailto:responsabile.etico@unipolgf.it).

Carta dei Valori e Codice Etico di Unipol Gruppo Finanziario sono disponibili sul sito [www.unipolgf.it](http://www.unipolgf.it), in particolare nelle sezioni Responsabilità Sociale e Corporate Governance.

---

## "A MISURA DEL TUO DOMANI"

**A CONCLUSIONE DEL PROCESSO DI RIASSETTO ORGANIZZATIVO DEL GRUPPO, CULMINATO NELLA FUSIONE FRA UNIPOL E AURORA IN UGF ASSICURAZIONI E NEL CAMBIO DI DENOMINAZIONE DI UNIPOL BANCA IN UGF BANCA, È STATA AVVERTITA L'ESIGENZA DI COMUNICARE AL MERCATO I CAMBIAMENTI AVVENUTI E L'EVOLUZIONE DI UNIPOL DA COMPAGNIA ASSICURATIVA A VERO GRUPPO FINANZIARIO-ASSICURATIVO ATTRAVERSO UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA LA CUI CREATIVITÀ È STATA AFFIDATA AD UNA DELLE MAGGIORI AGENZIE DI COMUNICAZIONE INTERNAZIONALI, MCCANN ERICKSSON.**

Realizzata con un'innovativa tecnica fotografica dal fotografo australiano Keith Loutit, la campagna pubblicitaria di UGF ha vinto nel dicembre 2009 il premio "Pubblicità & Successo", uno dei riconoscimenti più ambiti nel mondo della comunicazione pubblicitaria.

## LA GOVERNANCE

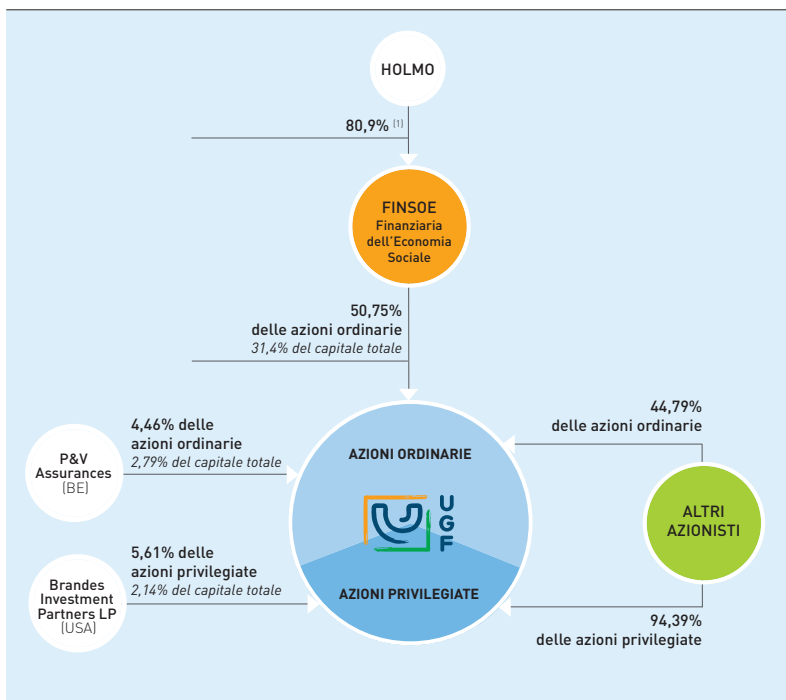
UGF SpA applica il modello tradizionale di organizzazione avendo, quali principali organi sociali, il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Assemblea dei Soci.

### LA STRUTTURA DELL'AZIONARIATO

Il maggior azionista di Unipol Gruppo Finanziario è Finsoe SpA che a febbraio 2010 deteneva il 50,75% del capitale ordinario. Finsoe, a sua volta, è controllata da Holmo, società partecipata da imprese cooperative, che detiene l'80,9% del suo capitale. Il 49,25% del capitale ordinario di UGF ed il 100% delle azioni privilegiate costituiscono invece capitale flottante, trattato dal mercato azionario della Borsa Italiana.

### LA STRUTTURA DELL'AZIONARIATO

Valori in %



Per informazioni più dettagliate, si rimanda ai testi integrali del Codice di Corporate Governance, delle Relazioni Annuali sul Governo societario, dello Statuto e del Regolamento Assembleare, che sono disponibili sul sito [www.unipolgf.it](http://www.unipolgf.it) nella sezione Corporate Governance. Il Codice di Autodisciplina delle società quotate è invece consultabile sul sito di Borsa Italiana SpA, [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it).

<sup>1)</sup> FINSOE detiene l'8,57% di azioni proprie

## LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA

### IL BILANCIO CONSOLIDATO

- L'esercizio 2009 è stato caratterizzato dal deterioramento dei risultati industriali dell'assicurazione contro i Danni, l'area più importante in termini di contributo al risultato economico del Gruppo. Tuttavia, il recupero dei mercati finanziari e gli interventi di ottimizzazione delle fonti patrimoniali operati dal Gruppo hanno consentito di chiudere l'esercizio con un risultato economico complessivo consolidato positivo per 218 milioni di euro
- Il risultato consolidato di pertinenza del Gruppo ammonta a -772 milioni di euro per effetto, in particolare, delle svalutazioni su titoli di capitale classificati nella categoria AFS (Available for Sale) e che non impattano sulla struttura patrimoniale del Gruppo comportando solamente il trasferimento di dette svalutazioni dalla riserva per utili e perdite su attività disponibili per la vendita al conto economico
- il risultato civilistico positivo per 128,8 milioni di euro conseguito nel 2009 dalla capogruppo UGF SpA ha consentito inoltre al Consiglio di Amministrazione, riunitosi il 25 marzo 2010, di proporre all'Assemblea degli Azionisti la distribuzione di dividendi complessivi pari a 100,4 milioni di euro, corrispondenti a dividendi unitari pari a 0,0400 euro per azione ordinaria e 0,0452 euro per azione privilegiata.

#### I PRINCIPALI RISULTATI DELL'ESERCIZIO 2009

Valori in milioni di euro		
	Raccolta assicurativa diretta	9.501
	Raccolta bancaria diretta	9.540
	Utile netto di Gruppo	-772
	Risultato economico complessivo	218
	Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	3.585

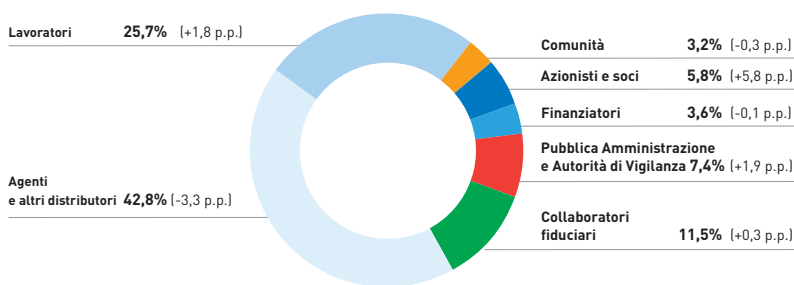
Anche nel 2009 il Gruppo si conferma tra i primi gestori di fondi pensione "negoziali": 26 mandati per fondi pensione negoziali nazionali o territoriali (di cui 15 mandati per gestioni "garantite") e circa 2 miliardi di euro di patrimoni in gestione.

## IL VALORE AGGIUNTO

La determinazione del valore aggiunto rappresenta il collegamento tra Bilancio Consolidato e Bilancio di Sostenibilità, esprimendo 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 l'esercizio 2009 il valore aggiunto globale netto è stato di 869,7 milioni di euro. Su tale risultato ha inciso la svalutazione a conto economico effettuata sui titoli classificati come "disponibili per la vendita" - AFS (Available For Sale), sulla base dei criteri IFRS. Da ciò la destinazione del valore aggiunto ai diversi stakeholder tiene conto dell'attribuzione di un valore negativo per 869,7 milioni di euro del Sistema Impresa: infatti, a ciascuno degli stakeholder diversi dal Sistema Impresa è stato destinato un valore aggiunto pari a 1.738,9 milioni di euro, con scostamenti non rilevanti rispetto all'esercizio 2008 e la cui quota percentuale non comprende il dato del Sistema Impresa.

Nel 2009 la ricchezza prodotta è stata distribuita come da grafico:

### DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO



Fonte:  
Direzione Amministrazione,  
Controllo di gestione,  
Acquisti e Immobiliare

I valori delle % si riferiscono alla quota di valore aggiunto distribuito a ciascun stakeholder mentre tra parentesi è indicata la variazione dell'incidenza 2009 rispetto al 2008 espressa in punti percentuali

## LE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

Coerentemente con la propria Missione, così come indicata a premessa della Carta dei Valori, UGF si impegna per il miglioramento della qualità della vita dei propri clienti mediante soluzioni per la tutela, il supporto e la sicurezza dei loro progetti. Il tutto attraverso una gestione imprenditoriale «efficiente, profittevole e sostenibile nel tempo, basata sul contributo e sulla valorizzazione dei propri collaboratori».

In questo contesto, il Gruppo considera essenziale sviluppare la propria attività in modo trasparente, affidabile e autorevole, così da generare e allo stesso tempo ricevere fiducia verso e da tutti i propri interlocutori e portatori di interesse.

### GLI STAKEHOLDER DI UGF



## I CLIENTI E L'OFFERTA

L'articolazione di UGF consente di coprire tutte le esigenze dei mercati assicurativo e bancario nei quali opera, a garanzia di risposte rapide e competenti ai bisogni della propria clientela. In quest'ottica nel 2009:

- è partito il test del progetto CRM - Customer Relationship Management -, un sistema di marketing avanzato per la gestione della relazione con la clientela
- è entrata in funzione la nuova infrastruttura unificata per i Call Center, che permetterà di sviluppare servizi più innovativi, nonché di risolvere con maggior efficacia le problematiche relative alla continuità operativa e alla capacità di risposta in situazioni di "superlavoro" delle infrastrutture.

L'integrazione tra i servizi bancari e i servizi assicurativi delle diverse imprese del Gruppo permette di sviluppare un'offerta di prodotti meglio rispondenti al crescente bisogno di sicurezza delle persone e delle imprese.

Nel comparto auto, Unibox, Aurobox e Linearsat, i dispositivi satellitari adottati dalle società del Gruppo operanti nel ramo Auto, continuano ad 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.

Di seguito segnaliamo alcuni degli ambiti coperti dai prodotti e dai servizi delle società del Gruppo, i cui dettagli possono essere reperiti sui rispettivi siti web ([www.unipolgf.it](http://www.unipolgf.it); [www.ugfassicurazioni.it](http://www.ugfassicurazioni.it); [www.linear.it](http://www.linear.it); [www.unisalute.it](http://www.unisalute.it); [www.navale.it](http://www.navale.it); [www.ugfbanca.it](http://www.ugfbanca.it)). Ciascuna delle società facenti capo ad UGF, infatti, in coerenza con le strategie del Gruppo e in funzione delle proprie peculiarità e/o specializzazioni, opera attraverso uno specifico canale di vendita e si rivolge ai propri clienti e al mercato con una propria gamma di prodotti.

AREA	PRODOTTI
<b>Abitazione</b>	Mutui Assicurazione sulla casa Coperture su prestiti e mutui
<b>Auto</b>	Finanziamento all'acquisto Assicurazioni auto Assistenza stradale
<b>Risparmio</b>	Fondi comuni Piani risparmio Fondi pensione
<b>Protezione</b>	Assicurazioni Vita
<b>Persone e Famiglia</b>	Coperture Infortuni e Malattia Assistenza sanitaria
<b>PMI e professionisti</b>	Assicurazioni sui rischi dell'attività Risparmio Credito Finanziamenti all'innovazione e alla crescita

---

## LA LIQUIDAZIONE DEI SINISTRI

Le linee guida della Direzione Liquidazione Sinistri perseguono la ricerca di soluzioni per il cliente che garantiscano tutela, supporto e sicurezza. Nel corso del 2009 sono stati realizzati molteplici interventi atti a migliorare processi, strumenti e procedure per ottimizzare il livello di servizio erogato. In particolare per "avvicinare" maggiormente al cliente la procedura del risarcimento diretto una parte dei sinistri è stata assegnata alla trattazione degli uffici sul territorio, qualificando ulteriormente la missione della rete delle strutture di liquidazione in esso presenti.

- Nel corso del 2009 il Gruppo ha gestito 1.755.584 sinistri
- I sinistri liquidati sono stati complessivamente 1.057.343 con un incremento del 4,2% sul dato 2008, a conferma della ricerca di efficienza del processo di liquidazione
- In leggero aumento anche la velocità di liquidazione sull'esercizio corrente (70,3%)

Per la liquidazione dei sinistri il Gruppo si avvale anche della collaborazione di liberi professionisti ed artigiani: accertatori, medici, avvocati, carrozzieri, periti ecc. ai fini della fornitura al cliente/utente di un servizio di qualità. Gli assicurati che abbiano subito un danno da circolazione possono peraltro avvalersi della procedura di **conciliazione**, grazie a un accordo siglato con le associazioni dei consumatori.

---

## IL PROGETTO SALUTESÌ - LA SPERIMENTAZIONE DI UNA INNOVAZIONE NELLA GESTIONE DEI SINISTRI CON LESIONI

**IL PROGETTO SALUTESÌ, IN SPERIMENTAZIONE DA OTTOBRE 2009, MIRA AD OFFRIRE ALLE VITTIME DI INCIDENTI STRADALI (NELL'AMBITO DELL'INDENNIZZO DIRETTO, CON CONSTATAZIONE AMICHEVOLE FIRMATA DA ENTRAMBE LE PARTI COINVOLTE) UN PERCORSO DIAGNOSTICO-TERAPEUTICO DI ACCOMPAGNAMENTO, DAL MOMENTO DEL SINISTRO FINO ALLA GUARIGIONE, ATTRAVERSO LA RIABILITAZIONE, ED ALLA DEFINITIVA LIQUIDAZIONE DEL DANNO.**

### "PROTETTO": UNA PROTEZIONE GLOBALE

**PROTETTO È LA POLIZZA DI UGF ASSICURAZIONI DEDICATA ALLA PROTEZIONE GLOBALE DELLA FAMIGLIA, DELLA CASA E DEI BENI IN ESSA CONTENUTI. È FLESSIBILE E MODULABILE SULLE ESIGENZE ASSICURATIVE DEI SINGOLI CLIENTI.**

## GLI AGENTI E LA RETE COMMERCIALE

La molteplicità di canali distributivi e l'elevata qualità della rete del Gruppo consente una presenza capillare sul territorio e nel mercato. Un patrimonio di relazioni e di competenze, rappresentato dalla rete degli agenti privati, facenti capo alle compagnie assicurative; da un crescente numero di punti vendita costituito dalle agenzie assicurative integrate con le filiali bancarie; dalla originale - e unica nel settore - presenza di un canale distributivo proprietario, costituito dalle udici Assicoop di UGF Assicurazioni - divisione Unipol.

A fine 2009 la rete commerciale contava:

- 7.185 punti vendita, di cui 2.168 di rete primaria (le agenzie) e 5.017 di rete secondaria (le subagenzie)
- 299 filiali di UGF Banca, di cui 180 integrate con altrettante agenzie assicurative
- 28 negozi finanziari
- 374 promotori finanziari.

Per quanto concerne la rete di **bancassicurazione**:

- 748 sportelli di BNL (Gruppo BNP Paribas)
- 319 promotori finanziari CSI (Credit Suisse Italy) e SIMGEST (cooperative di consumatori).

### UNA "COPERTURA SOCIALE" PER 12 MILIONI DI PERSONE

**DEDICATE A CATEGORIE PARTICOLARMENTE ATTIVE SUL VERSANTE DELL'IMPEGNO SOCIALE, E ULTERIORE TASSELLO NELL'OFFERTA DI UGF, SONO LE POLIZZE COLLETTIVE SUL TESSERAMENTO (DEDICATE A DIVERSE CATEGORIE DI LAVORATORI PENSIONATI ISCRITTI AD ORGANIZZAZIONI SINDACALI) E LE COPERTURE PER LE ASSOCIAZIONI DI VOLONTARIATO.**

La raccolta premi relativa a queste coperture ammonta a circa 5 milioni di euro. UGF per questa tipologia di coperture non prevede margini di guadagno, ma si limita ad applicare premi per la copertura dei costi sostenuti.



## I DIPENDENTI

Al 31 dicembre 2009 i dipendenti delle società del Gruppo erano **7.111**, di cui 4.763 nel comparto assicurativo e 2.348 in quello bancario.

Il Gruppo ha riconfermato la propria attenzione al tema delle **pari opportunità**.

Nel 2009 le donne rappresentano più del 50% dell'organico complessivo.

Un'apposita **Commissione Paritetica** è dedicata allo sviluppo concreto di iniziative e progetti.

Per quanto riguarda le iniziative di **salute e sicurezza**, la sorveglianza sanitaria di legge (visite preventive e periodiche) ha coinvolto **2.267** dipendenti.

Nell'ambito dell'attività di prevenzione **non obbligatoria** si sono registrate:

- 1.255 adesioni alla campagna di vaccinazione antinfluenzale
- 1.869 alla campagna di prevenzione contro il melanoma cutaneo.

È proseguito nel 2009 l'impegno del Gruppo verso progetti formativi volti allo sviluppo qualitativo delle competenze e delle conoscenze professionali del personale dipendente. Si è consolidato inoltre il rapporto con l'**Università di Bologna**, in particolare con le facoltà di **Economia** e di **Matematica**, oltre che con la **Business School MIB di Trieste** e l'**Università Telematica Guglielmo Marconi**, la prima università online in Italia.

### PERSONALE DEL GRUPPO UGF

	Totale 2009	Uomini	inc. % 2009	Donne	inc. % 2009	Totale 2008	Totale 2007
UGF	417	229	54,92	188	45,08	2.603	2.607
UGF Assicurazioni *	3.357	1.522	45,34	1.835	54,66	1.082	1.098
Linear	375	93	24,80	282	75,20	377	311
UniSalute	393	94	23,92	299	76,08	365	300
Navale+Navale Vita	132	71	53,79	61	46,21	136	198
BNL Vita	87	45	51,72	42	48,28	86	85
SGR	2	2	100,00	0	0,00	4	0
<b>TOTALE COMPARTO ASSICURATIVO</b>	<b>4.763</b>	<b>2.056</b>	<b>43,17</b>	<b>2.707</b>	<b>56,83</b>	<b>4.653</b>	<b>4.618**</b>
<b>TOTALE COMPARTO BANCARIO ***</b>	<b>2.348</b>	<b>1.458</b>	<b>62,10</b>	<b>890</b>	<b>37,90</b>	<b>2.288</b>	<b>1.934</b>
<b>TOTALE GRUPPO</b>	<b>7.111</b>	<b>3.514</b>	<b>49,42</b>	<b>3.597</b>	<b>50,58</b>	<b>6.941</b>	<b>6.552</b>

\* 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 degli anni precedenti il 2009 costituiscono la somma dei dipendenti delle società Unipol Assicurazioni e Aurora Assicurazioni.

\*\* Comprensivo del personale di Quadrifoglio Vita (nel 2008 è stata ceduta la partecipazione detenuta nella società).

\*\*\* Il comparto bancario comprende UGF Banca, UGF Merchant, UGF Leasing, Nettuno Fiduciaria, Unicard e UGF Private Equity

## I FORNITORI

Il Gruppo UGF considera da sempre i propri fornitori partner fondamentali per garantire elevati standard di servizio a clienti ed agenti e per poter essere competitivi nel mercato.

La selezione viene effettuata secondo criteri di trasparenza ed equità, attraverso il confronto delle proposte economiche e qualitative, tenuto conto anche della sottoscrizione ai principi espressi nella Carta dei Valori e nel Codice Etico del Gruppo e del rispetto dei diritti dei lavoratori che operano nelle aziende interessate. È titolo preferenziale il possesso di certificazioni di qualità e/o ambientali.

In particolare, vengono maggiormente riconosciuti e considerati quei fornitori che, attraverso la ricerca e l'innovazione, sono in grado di apportare vantaggi in termini sia di risparmio sia di qualità dei prodotti/servizi offerti.

Le scelte di acquisto del Gruppo sono orientate verso prodotti di **cancelleria eco-compatibili** come la carta di tipo ecologico (circa il 98%) e le **macchine multifunzione**, fotocopiatrici e stampanti di ultima generazione, caratterizzate da una migliore efficienza energetica e dalla riduzione del numero dei ricambi e dei materiali da smaltire.

Inoltre, in una logica di sviluppo di sinergie e di riduzione dei costi è proceduta nel 2009 l'attività di **unificazione dei fornitori**, assegnando i singoli servizi a fornitori unici (cancelleria, energia elettrica, trasporto con corriere espresso, pulizie, fotocopiatrici).

Nel 2009 l'attività di unificazione dei singoli servizi a fornitori unici è stata rafforzata con l'implementazione della piattaforma **Manem** (Manufacturing Network Manager): un canale ufficiale e trasparente per lo scambio di informazioni (ordini, accettazione ordini, consegna materiale, ecc.).

### UGF PARTNER DAY

**A NOVEMBRE 2009 SI SONO SVOLTI PRESSO L'AUDITORIUM DI UGF BANCA A BOLOGNA E PRESSO L'AUDITORIUM DI SAN DONATO MILANESE GLI UGF PARTNER DAY, INCONTRI DEDICATI A TUTTI I PRINCIPALI FORNITORI DEL GRUPPO.**

Si è trattato di una prima opera di sensibilizzazione sulla Carta dei Valori e il Codice Etico, al fine di rendere trasparente il comportamento che l'azienda intende seguire e, al tempo stesso, richiedere ai fornitori comportamenti coerenti, ma anche un'occasione di scambio e confronto sulle reciproche esigenze e contributi al miglioramento.

## LA COMUNITÀ CIVILE

UGF anche nel 2009 ha sostenuto iniziative a forte valenza sociale, culturale e sportiva per una cifra complessiva pari a **4.670.790** milioni di euro, cui si aggiungono i contributi obbligatori alle vittime della strada e della caccia, che ammontano a 51.137.833 milioni di euro.

### CONTRIBUTI ALLA COMUNITÀ 2009

Tipologia attività	Descrizione	Valore
Erogazioni liberali	Contributi e donazioni di denaro o in natura (gift-in-kind) a favore di organizzazioni non profit per iniziative o progetti di breve durata	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 scelte dalle filiali bancarie o dagli agenti)	2.850.540
Fondazione Unipolis	Percentuale dell'utile d'esercizio destinata alla fondazione d'impresa di Unipol Gruppo Finanziario, in un'ottica di investimento sociale nella comunità e di partnership di medio-lungo termine	1.000.000
<b>TOTALE</b>		<b>4.670.790</b>

È proseguita la campagna del Gruppo UGF denominata "Un euro per polizza e conto corrente" a favore di Libera - Associazioni, nomi e numeri contro le mafie, fondata da Don Luigi Ciotti, che ha raccolto un totale di 130.000 euro e che nel 2009 è stata affiancata dall'iniziativa "Un euro per conto corrente" aperto con UGF Banca.

### IL GRUPPO UGF PER L'ABRUZZO

**IL TERREMOTO CHE IL 6 APRILE 2009 HA COLPITO L'AQUILA E PROVINCIA È UNO DEI PIÙ GRAVI EVENTI SISMICI ACCADUTI NEL NOSTRO PAESE NEGLI ULTIMI ANNI CON 308 MORTI, CIRCA 1.600 FERITI E 67.000 SFOLLATI.**

All'indomani del sisma, UGF e UGF Banca hanno sottoscritto 50mila euro al fondo nazionale promosso da Cgil, Cisl, e Uil; gli agenti Unipol hanno raccolto tra i colleghi 50mila euro, diventati 100 mila con il contributo della Divisione Unipol di UGF Assicurazioni, destinati alle Aziende Sanitarie Locali de L'Aquila, per l'acquisto

di un'ambulanza e di altre attrezzature. Gli agenti Aurora hanno raccolto 154.750 euro che hanno messo a disposizione dei loro colleghi agenti e delle loro tre agenzie colpite dal terremoto, al fine di permettere loro la continuazione dell'attività verso i clienti e salvaguardare il lavoro di dipendenti, collaboratori e sub-agenti.

## LA FONDAZIONE UNIPOLIS



Unipolis, fondazione d'impresa di Unipol Gruppo Finanziario, contribuisce alla creazione di valore attraverso la rete di partnership sviluppata con istituzioni ed enti della società civile, la realizzazione interna di ricerche applicate o al finanziamento di studi ad ampio raggio sui futuri scenari di welfare e su tematiche che affrontano i vari ambiti della sicurezza: sociale, stradale, sul lavoro. Nel 2009 la Fondazione ha impiegato risorse per circa 1.500.000 euro per promuovere iniziative nelle quattro aree sulle quali si articola la propria missione: cultura, ricerca, sicurezza e solidarietà.

Nel 2009 si ricordano, in particolare:

- la **promozione della cultura**: l'avvio del progetto "culturability" è stato presentato pubblicamente a luglio 2009 in un incontro su "La responsabilità della cultura per una società sostenibile"
- il bando **Le Chiavi del sorriso**, riproposto per il secondo anno consecutivo con la medesima dotazione e struttura, con scadenza il 10 febbraio 2010
- l'impegno al fianco di **Libera** nella lotta per la legalità
- l'attività volta alla promozione della sicurezza stradale con il progetto "Sicurstrada"
- il rapporto sulla sicurezza "La sicurezza in Italia: significati, immagine e realtà", un'immagine realizzata con il supporto di Demos&Pi e la collaborazione dell'Osservatorio di Pavia
- la ricerca su "Governance e responsabilità sociale. Analisi sull'applicazione dei Codici Etici d'impresa in Italia", prima analisi approfondita in Italia sulle ragioni e gli effetti prodotti dall'introduzione dei Codici Etici nelle imprese
- due progetti di ricerca sul welfare, in collaborazione con l'Università di Bologna

## LA SECONDA VITA DEI COMPUTER A MASSAUA, IN ERITREA

**UN ANNO FA UGF AVEVA SCELTO DI DESTINARE TREMILA PERSONAL COMPUTER E NOVECENTO STAMPANTI AD UNA ONLUS, IL BITEB-BANCO INFORMATICO TECNOLOGICO E BIOMEDICO.**

Cento di quei pc sono andati a formare la dotazione informatica della nuovissima scuola di San Francesco, a Massaua in Eritrea, tramite la Onlus Pace Adesso, che si è occupata della consegna e dell'installazione.

## L'AMBIENTE

Già da alcuni anni il Gruppo ha avviato una serie di interventi che riguardano diverse aree aziendali a più diretto riferimento con i temi della sostenibilità ambientale, sia in termini di riduzione dei consumi energetici e idrici, sia di corretta gestione dei rifiuti, ma anche di contenimento e riduzione delle emissioni di gas serra.

La strategia di UGF si declina anche attraverso l'adesione e la partecipazione ad iniziative sui temi ambientali, nonché a progetti nazionali e internazionali su tematiche specifiche, quali quelle del cambiamento climatico e dello sviluppo sostenibile, tra cui si ricordano:

- partecipazione con UGF Banca alla fiera Ecomondo
- partecipazione alla Green Week di Bruxelles
- partecipazione al gruppo di lavoro all'interno del progetto Microkyoto Imprese, promosso dalla Provincia di Bologna e da Impronta Etica
- partecipazione al tavolo di Euresa, con gli altri partner europei, per la realizzazione di uno studio sulle buone pratiche del mondo assicurativo - finanziario in materia sociale ed ambientale

### DAL PROGETTO "MICROKYOTO" AZIONI PER RIDURRE I CONSUMI ENERGETICI

**NELL'AMBITO DEL PROGETTO "MICROKYOTO IMPRESE" A CUI IL GRUPPO UGF HA ADERITO È STATO REALIZZATO NEL 2009 UN AUDIT SU DUE FILIALI BANCARIE NELLA PROVINCIA DI BOLOGNA.**

Dall'analisi dei consumi energetici e delle relative emissioni sono stati fissati obiettivi di riduzione, attraverso la realizzazione di diversi interventi, oltre all'avvio di un'azione di sensibilizzazione del personale sul risparmio energetico, attraverso la distribuzione di un breve manuale per il contenimento dei consumi in ufficio.

### I CONSUMI ENERGETICI E IDRICI

Nei primi mesi del 2010 è stato aggiornato l'audit energetico effettuato da UGF sulla base dei dati del 2008 e 2009. Dai risultati emersi su consumi e spese energetiche sono state individuate le aree di miglioramento delle relative prestazioni ed i connessi investimenti.

Per i **consumi energetici** specifici (elettrici, termici e frigoriferi), per quasi tutti gli edifici i dati del 2009 registrano un lieve incremento rispetto all'anno precedente. Ciò, oltre a motivazioni legate a particolari condizioni climatiche nelle stagioni invernali, è dato anche dall'affinamento delle modalità di raccolta dei dati.

In particolare, parametrando i dati 2008 mancanti con i dati 2009, si ha un sostanziale equilibrio dei consumi elettrici totali con una graduale riduzione degli stessi grazie alle nuove tecnologie a servizio delle strutture. Per quanto riguarda i **consumi di acqua**, l'incremento nel 2009 è attribuibile, in larga parte, alla realizzazione degli impianti di irrigazione nelle sedi di via Stalingrado e Piazza della Costituzione a Bologna.

	2009	2008	2007
<b>CONSUMI ANNUALI</b>			
Consumi elettrici (Kwh/anno)	19.427.471	18.669.350	16.028.757
Consumi termici (MWh/anno)	13.889,08	11.537,09	10.446,07
Consumi frigoriferi (MWh/anno)	9.086,71	8.176,93	8.268,16
Consumi idrici (m3 /anno)	141.781	134.729	138.893

Fonte: Direzione  
Amministrazione, Controllo di  
gestione, Acquisti e Immobiliare

## “PORTA EUROPA VIVE”

**NEL CORSO DEL 2009 SONO STATI COMPLETATI I LAVORI RELATIVI AD UNA PRIMA PARTE DI PORTA EUROPA, IL COMPLESSO EDILIZIO DI BOLOGNA SITUATO SULLA VIA STALINGRADO TRA LE VIE ALDO MORO E PIAZZA DELLA COSTITUZIONE E CHE RAPPRESENTA UN IMPORTANTE ELEMENTO DI RIQUALIFICAZIONE DEI QUARTIERI DELLA PRIMA CERCHIA AL DI FUORI DELLE MURA.**

L'intervento, che prevede edifici ad uso uffici per il Gruppo (circa 550 postazioni), è realizzato utilizzando le migliori tecnologie al fine di ridurre i consumi energetici e, complessivamente, mitigare l'impatto ambientale. Il completamento dell'intero complesso è previsto tra la fine del 2010 e i primi mesi del 2011.

## AL VIA I LAVORI DELLA “TORRE GREEN” DI VIA LARGA

**AVVIATI I LAVORI PER LA COSTRUZIONE DELLA TORRE UGF DI VIA LARGA NELLA PERIFERIA EST DI BOLOGNA. LA SOSTENIBILITÀ IN CAMPO EDILIZIO ASSUME SIGNIFICATI DIVERSI: OLTRE ALLA DIMENSIONE ECONOMICA, SI CONSIDERA ANCHE L'IMPATTO CHE IL NUOVO EDIFICIO HA SULL'AMBIENTE CIRCOSTANTE (INTESO COME STRUTTURA URBANA E SOCIALE) E LA CAPACITÀ DI NON GRAVARE, DA UN PUNTO DI VISTA ENERGETICO, SULL'ECOSISTEMA PER LA SUA REALIZZAZIONE E IL SUO SOSTENTAMENTO.**

Per il rating finale l'ente certificatore LEED utilizza una serie di parametri che misurano l'impatto dell'edificio nel suo senso più ampio, quali ad esempio i caratteri del sito, l'uso dei materiali e delle risorse, la qualità dell'ambiente interno. Per la Torre UGF l'obiettivo è di ottenere un riconoscimento GOLD, a testimonianza delle elevate prestazioni energetiche associate ad un comfort interno di livello assoluto.

## LA GESTIONE DEI RIFIUTI

I principali rifiuti prodotti dal Gruppo si riferiscono ai consumi di:

- carta da ufficio
- toner e materiali per stampanti
- vetro, lattine, plastica
- rifiuti infermieristici (dalle infermerie delle varie sedi del Gruppo)

Per minimizzarne l'impatto ambientale il Gruppo interviene già sulla catena di fornitura, al momento del loro acquisto (ad esempio, i toner sono forniti direttamente dalle medesime case costruttrici nel rispetto delle certificazioni di prodotto per il miglior funzionamento e la minor dispersione a seguito di eventuali malfunzionamenti).

La **carta**, per cui sono presenti appositi contenitori collocati presso le sedi principali del Gruppo e le società specialistiche, viene consegnata ad un ente esterno specializzato che ne segue, sull'intero territorio nazionale, il macero e il riciclo. Nel 2009 il ricavato delle operazioni di smaltimento è stato devoluto all'AIMS (Associazione Italiana Sclerosi Multipla).

Oltre alla raccolta della **plastica** effettuata in appositi contenitori situati nei punti ristoro delle principali sedi, è stata avviata la raccolta differenziata relativa a **vetro e lattine**; presso le diverse portinerie sono presenti i contenitori per la raccolta delle **pile**, mentre il materiale infermieristico viene raccolto presso i siti preposti.

## CARTA ECOLOGICA IN TUTTI GLI UFFICI DEL GRUPPO

**SUL TOTALE DELLA CARTA ACQUISTATO DAL GRUPPO, IL 97,3% È DATO DA CARTA ECOLOGICA CERTIFICATA FSC. QUESTA SCELTA ASSUME UN PESO RILEVANTE IN TERMINI DI RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE CONSIDERANDO CHE LA CARTA FSC, RISPETTO ALLE ALTRE TIPOLOGIE DI CARTA, SI CARATTERIZZA ANCHE PER UNA METRATURA CUBICA RIDOTTA (75 GR) E QUINDI PER UNA MINOR INCIDENZA SUI VOLUMI.**

Il marchio FSC 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".

## LE EMISSIONI

In questa edizione del Bilancio di Sostenibilità sono rendicontate per la prima volta le emissioni di CO<sub>2</sub> prodotte dal Gruppo nello svolgimento della propria attività e rispetto alle quali si impegna ad azioni di contenimento. Per il calcolo si è utilizzata una metodologia riconosciuta a livello internazionale, il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol Initiative).

	Calzoni (BO)	Costituzione (BO)	Stalingrado (BO)	San Donato (MI)	Esquilino 5 e 12 (Roma)	Pilastro (BO)	Gomito (BO)
Consumi elettrici	172,12	2.169,83	2.587,54	3.901,43	810,46	605,55	380,18
Consumi termici	83,16	437,23	913,07	1.223,48	nd	351,67	172,40
Consumi frigoriferi	33,87	292,89	452,06	1.318,84	nd	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>289,15</b>	<b>2.899,95</b>	<b>3.952,67</b>	<b>6.443,75</b>	<b>810,46</b>	<b>957,00</b>	<b>553,00</b>

Nota: le emissioni sono stimate sulla base dei seguenti coefficienti:

1 kWh elettrico = 0,53 kg di CO<sub>2</sub>    1 kWh termico = 0,25 kg di CO<sub>2</sub>    1 kWh frigorifero = 0,25 kg di CO<sub>2</sub>

Fonte:  
Direzione Amministrazione,  
Controllo di gestione, Acquisti  
e Immobiliare

Gli immobili di cui in tabella sono riferiti alle principali sedi del Gruppo: a Bologna, via Calzoni, Piazza della Costituzione, via Stalingrado, via del Gomito e via del Pilastro (che ospitano i dipendenti di UGF, UGF Assicurazioni, UGF Banca, UniSalute e Linear); a Milano, San Donato Milanese (UGF, UGF Assicurazioni, Navale); a Roma, piazza dell'Esquilino 5 e 12 (UGF, UGF Assicurazioni, Navale).

Nel 2009 è altresì proseguito l'impegno del Gruppo UGF nel favorire una **mobilità** che tenga conto della sicurezza e della riduzione del traffico automobilistico, per favorire un minor impatto ambientale.

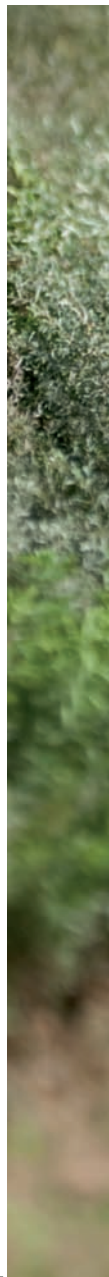
UGF ha altresì emanato una **policy sui viaggi aziendali** per incoraggiare i dipendenti a preferire il trasporto ferroviario e ha potenziato gli apparati di videoconferenza (7 quelle realizzate nel 2009).



---

UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO S.P.A.

SEDE LEGALE  
E DIREZIONE GENERALE  
via Stalingrado, 45  
40128 Bologna





[www.unipolgf.it](http://www.unipolgf.it)

