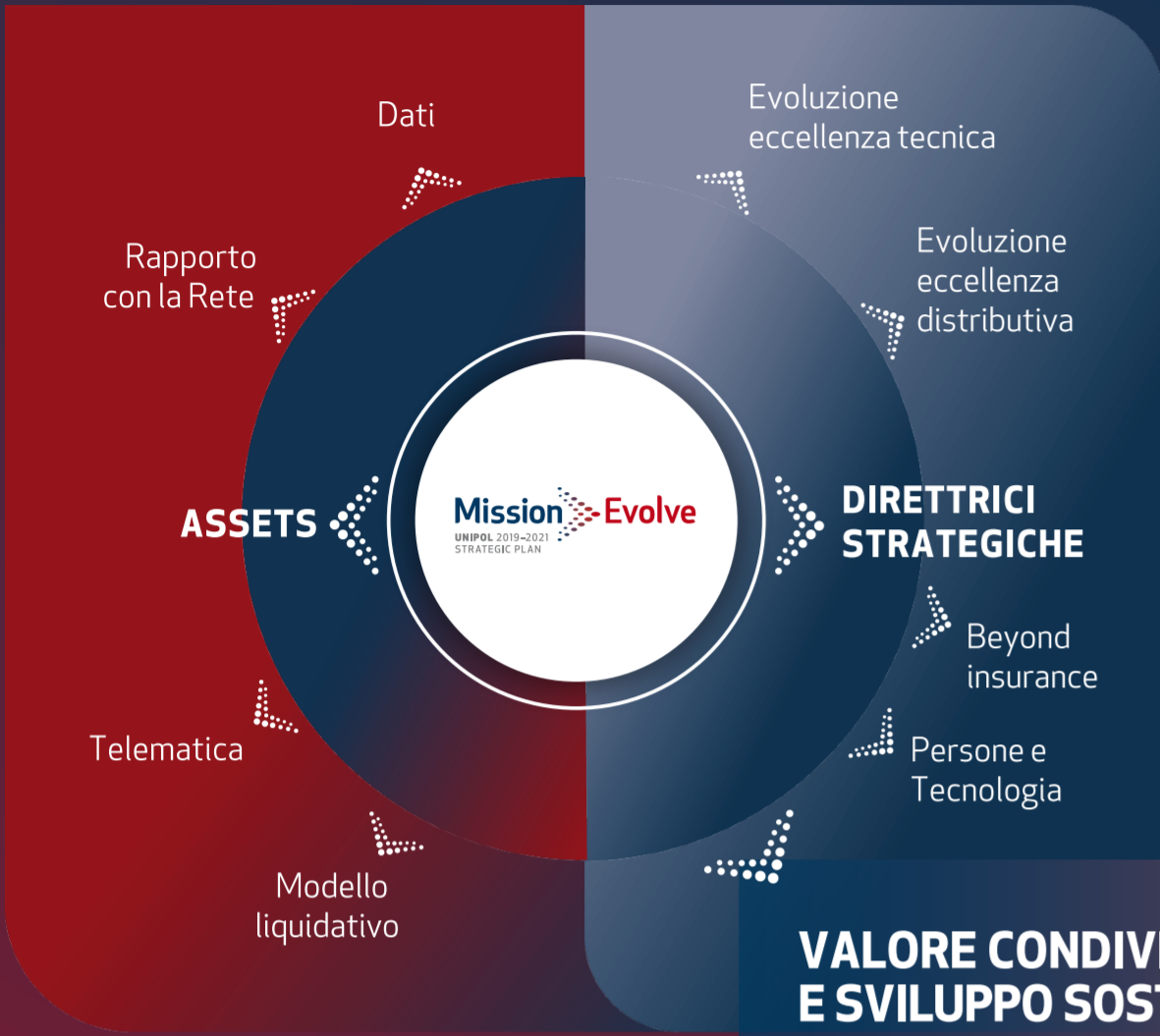


# A CLEAR PATH TO SUSTAINABILITY 2019 -2021



## CREARE VALORE CONDIVISO

con gli stakeholder attraverso strategie di business che contribuiscano concretamente allo sviluppo sostenibile di persone, imprese e territori.



## LE SOLUZIONI DISTINTIVE PER INTEGRARE CRESCITA ECONOMICA E IMPATTO SOCIALE

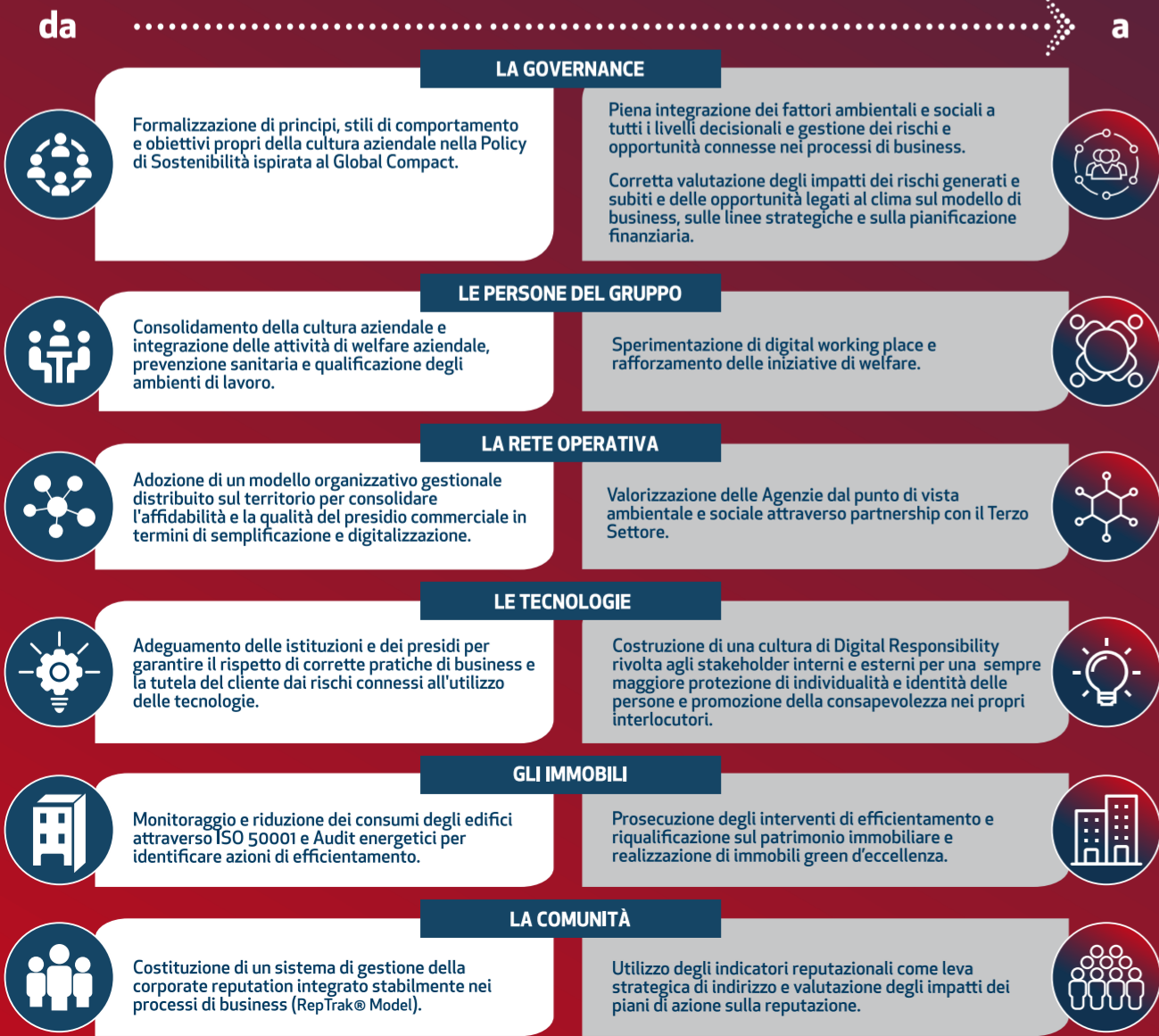
Aumentare la redditività del Gruppo contribuendo a prevenire e ridurre i rischi per i clienti e a colmare il gap di protezione per categorie sottoassicurate

- ADATTAMENTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO**  
Sviluppo di modelli predittivi per il rischio climatico rivolti alle imprese per aumentare la resilienza dei diversi settori, con il supporto del trasferimento di conoscenze sulla prevenzione e gestione del rischio.
- "INTERNET DELLE COSE" PER LA CITTÀ SOSTENIBILE**  
Sviluppo di offerte sul mercato che promuovano modelli di sviluppo sostenibile attraverso l'uso innovativo della IoT, con particolare attenzione alle aree urbane.
- AMPLIAMENTO E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA WELFARE**  
Potenziamento degli strumenti e delle soluzioni per qualificare e rendere distinta per i clienti l'offerta di Welfare del Gruppo, garantendo il rispetto di valori che riguardano sia i prodotti che i processi. Definizione di soluzioni accessibili di integrazione del welfare pubblico, estendendo la protezione a fasce della popolazione più ampie e intervenendo in prevenzione.
- INCLUSIONE FINANZIARIA**  
Soluzioni per incrementare l'accesso a migliori condizioni di welfare per i millennial.
- ALLARGAMENTO CANALI DISTRIBUTIVI**  
Allargamento dei canali distributivi per raggiungere nuove popolazioni sottoassicurate, garantendo protezione a un pubblico più ampio e riducendo il rischio.
- DOMOTICA PER PROPERTY**  
Evoluzione integrazione domotica, assicurazione e assistenza anche in logica di architettura aperta.

- MACRO TREND**
- CONSUMATORE IBRIDO
  - CAMBIAMENTO SOCIODEMOGRAFICO
  - PRECARIETÀ E POLARIZZAZIONE
  - NUOVE FRONTIERE
  - INTERNET OF EVERYTHING
  - NEW MOBILITY
  - CLIMATE CHANGE
  - INTELLIGENZA ARTIFICIALE E ROBOTICA
  - WELL BE
  - SHARING ECONOMY
  - NUOVE COMPETENZE

## LA DIFFUSIONE DEL PENSIERO INTEGRATO

Rafforzare la costruzione di una cultura interna che integri i fattori ESG e il contributo allo sviluppo sostenibile nella visione, nelle strategie e nei processi del Gruppo.



## L'IMPATTO DELLE STRATEGIE 2019-2021 SUL PAESE

Adottare in modo sempre più diffuso sistemi di pianificazione, valutazione e misurazione "impact-oriented" per comprendere pienamente gli effetti delle attività del Gruppo e orientarle alla realizzazione di cambiamenti coerenti con i valori aziendali.



\* di valore economico distribuito agli stakeholder (considerando impatti diretti, indiretti e indotti) in conseguenza delle attività previste dal Piano Industriale 2019 - 2021.

## UNA CREAZIONE DI VALORE CONCRETA E MISURABILE

Monitorare il contributo al raggiungimento degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile cui il Gruppo intende concorrere in modo significativo attraverso la realizzazione delle proprie strategie.

I NOSTRI OBIETTIVI AL 2021	DESCRIZIONE	TARGET 2021	SDG
INCIDENZA DEI PRODOTTI A VALENZA AMBIENTALE E SOCIALE	Aumento della penetrazione dei prodotti con impatto sociale e ambientale sul portafoglio complessivo assicurativo.	30%	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES
PENETRAZIONE SUI CITTADINI DI COPERTURE WELFARE	Percentuale della popolazione italiana con una copertura Vita&Salute da parte del Gruppo.	12%	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
FINANZA PER GLI SDGs	Incremento dell'ammontare degli investimenti tematici per gli SDGs. <i>Investimenti a supporto dell'Agenda 2030, in accordo con i criteri europei per la finanza sostenibile.</i>	€ 600 mln	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES
TASSO DI PRESIDIO DEI PUNTI DI CONTATTO CON IL CLIENTE	Monitoraggio della qualità della relazione nei momenti di contatto con il Gruppo lungo tutto il customer journey. <i>Percentuale degli eventi del customer journey monitorati tramite Net Promoter System (NPS).</i>	75%	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
EMISSIONI DI CO <sub>2</sub> / DIPENDENTE	Produzione media di CO <sub>2</sub> per dipendente di tutte le società del Gruppo.	-7%	13 CLIMATE ACTION
INDICE REPUTAZIONALE	Percezione dell'azienda da parte dell'opinione pubblica. <i>Score reputazione presso general public, secondo la metodologia RepTrak® Model.</i>	> Media settore assicurativo	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES