Bilancio Sociale

Basato sui dati di bilancio 2004

Unipol Assicurazioni

'05

Bilancio Sociale

Basato sui dati di bilancio 2004

UNIPOL
ASSICURAZIONI

Indice generale

INTRODUZIONE 7

4 Presentazione

7 Introduzione

10 Nota metodologica

14 Testimonianze

L'IDENTITÀ 16

19 I valori e la missione sociale

20 La mappa degli stakeholder

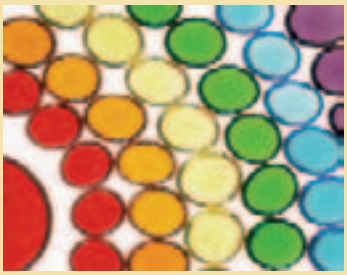
22 La voce degli stakeholder
- 24 La voce degli stakeholder
- 28 Workshop Multistakeholder
- 35 Panel Agenti Unipol
- 39 Panel Dipendenti Unipol
- 43 Attività di miglioramento proposte dagli Stakeholder
- 44 La Valutazione dei Panel
- 48 La Valutazione dei Lettori

52 Unipol: la storia e le strategie economiche
- 52 La storia di Unipol
- 55 L'attività internazionale del Gruppo Unipol nel 2004
- 58 I partner storici
- 59 La struttura dell'azionariato
- 60 Cariche sociali e direttive
- 61 Le strutture organizzative di Unipol
- 63 Elementi di Governance di Unipol Assicurazioni e sistema di controllo interno
- 68 Divisione Internal Auditing di Gruppo
- 71 Il mercato
- 72 Il mercato assicurativo in Europa
- 76 La strategia del Gruppo
- 82 Rami Danni
- 84 Rami Vita
- 88 Fondi Pensione

VALORE AGGIUNTO 92

94 Produzione e Distribuzione del Valore Aggiunto
- 94 L'attività economica
- 103 Il Valore Aggiunto di Unipol Assicurazioni

Relazione Sociale 106



108 I Consumatori e i Clienti
108 I nostri Clienti
110 L'offerta ai Clienti
116 Le Convenzioni
119 Il servizio di liquidazione
126 Il servizio Sertel
128 I fornitori di servizi
130 Le frodi assicurative
134 Tariffa RC Auto
136 Unibox Strada Sicura
137 Franchigia Fruttuosa
138 Unipol Risponde
140 I rimborsi RCA e il contenzioso
141 Diritto all'informazione
143 La nuova campagna di comunicazione 2005
144 La conciliazione

146 Gli azionisti, Investor Relations, l'amministrazione statale
146 Gli azionisti
148 Investor Relations
150 L'amministrazione statale

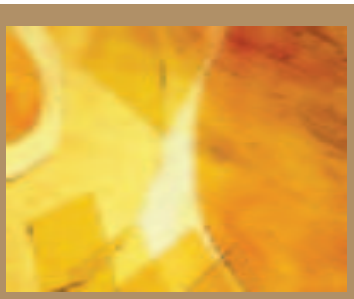
152 Gli Agenti e il personale
152 Le Agenzie private
156 Le Agenzie Societarie
159 Il personale
165 La formazione
166 Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza
167 Sicurezza e prevenzione negli ambienti di lavoro
169 Il circolo aziendale

170 La collettività
170 I Consigli Regionali Unipol (CRU)
171 La Fondazione Cesar
174 Unipol e il mondo della scuola
175 L'impegno per l'ambiente e la sostenibilità
181 Unipol e la Responsabilità Sociale d'Impresa

Società del Gruppo 188

188 Le Società del Gruppo Unipol
191 Area di consolidamento
192 Linear Assicurazioni
194 UniSalute
196 Aurora Assicurazioni
200 Navale Assicurazioni
202 Unipol Banca
204 Unipol Merchant
205 Unipol Fondi Ltd
206 BNL Vita
207 Quadrifoglio Vita
208 I progetti immobiliari di Unipol

Appendice 213



213 Appendice
214 Ipotesi di miglioramento
216 Indice indicatori Bilancio Sociale 2005
220 Indice indicatori GRI
221 Indice indicatori Ministero del Welfare
223 Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa
227 Relazione della società di revisione sul bilancio sociale
229 Relazione indipendente sulla conformità all'AA1000
231 Modulo di valutazione Bilancio sociale 2005
233 Il gruppo di lavoro

Presentazione

La presentazione annuale del Bilancio Sociale costituisce uno degli appuntamenti aziendali più attesi. Da 12 anni, infatti, affianchiamo, al nostro Bilancio Economico, il Bilancio Sociale, seguendo un'esperienza che in Italia ha visto fare da battistrada proprio le imprese del mondo cooperativo, per poi allargarsi alle aziende più avanzate del settore privato, fino a coinvolgere – e ci auspichiamo sempre più – i settori dell'Amministrazione Pubblica e del non profit.

In questi anni di rendicontazione sociale ci siamo continuamente messi in discussione confrontandoci con le esperienze internazionali più avanzate, con gli standard di rendicontazione più impegnativi, per poter rendere ancora più evidente non solo la scelta di voler perseguire la Responsabilità Sociale d'Impresa da parte della Compagnia, ma soprattutto quanto essa derivi dalla natura del governo di Unipol e dalla sua specificità, legata alle principali componenti d'impresa: proprietà cooperativa, Organizzazioni Socie, dipendenti, agenti.

Il processo di impostazione, rendicontazione ed elaborazione del Bilancio Sociale riesce a coinvolgere gran parte delle strutture aziendali.
Le procedure di partecipazione, i panel Multistakeholder, i panel con gli Agenti e con i dipendenti, i confronti e i progetti attivati nel corso dell'anno, socializzano ed integrano in modo ampio e con i diversi interlocutori d'impresa, sia l'esperienza di rendicontazione sociale sia lo sviluppo della strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa.

Con gradualità e pazienza si superano atteggiamenti antagonisti, conflittuali e si ricreano occasioni di cooperazione e di collaborazione tra l'impresa, le sue strutture e i diversi stakeholder.

Il Bilancio Sociale ha reso più visibile e codificata la prassi della Responsabilità Sociale d'Impresa. È stato utile in termini di comunicazione, di verifica della strategia sociale e persino come strumento di gestione.

Il Bilancio Sociale ha creato l'occasione per ridefinire e ribadire, verso tutti gli stakeholder, i valori base di Unipol: la qualità del servizio, il rapporto con i Clienti, la trasparenza, la collaborazione con le Organizzazioni Socie e la comunità di riferimento, l'importanza dell'apporto della persona, del dipendente nel processo lavorativo. Tutti questi valori sono contenuti nella missione

aziendale, che non a caso apre ogni edizione del Bilancio Sociale: sono i valori che costituiscono il presupposto essenziale della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Un decennio fa Unipol si collocava alla 9° posizione delle compagnie operanti in Italia. Da allora, con gradualità e costanza, abbiamo progressivamente guadagnato posizioni.

Negli ultimi cinque anni il Gruppo Unipol ha quintuplicato la sua dimensione, dopo le acquisizioni di Meie, Winterthur Italia e Navale. Il combined ratio (indice di efficienza operativa) del Gruppo è sceso di dodici punti ed è sotto la media di mercato.

Oggi siamo il 3° Gruppo assicurativo del Paese e stiamo costruendo il primo conglomerato finanziario italiano di origine assicurativa.

In questi anni abbiamo creato valore ed efficienza per l'impresa, abbiamo distribuito dividendi per i nostri azionisti, creato occupazione e stabilità per i nostri dipendenti, così come si è data sicurezza e continuità ai nostri fornitori; per i nostri clienti abbiamo erogato un servizio sempre più efficiente, di qualità, rendicontato con trasparenza in ogni Bilancio Sociale, abbiamo creato occasioni di sviluppo e limitato l'impatto in ciascuna comunità dove si trovano i nostri insediamenti, e allo Stato abbiamo pagato le tasse dovute.

Con tutti i nostri stakeholder il confronto è stato continuo e costruttivo, e continuerà ad esserlo al di là delle diversità di opinioni riscontrate; da sempre siamo abituati a rispondere delle nostre scelte a tutte le componenti d'impresa. È un comportamento dovuto: Unipol, infatti, è cresciuta grazie alle loro motivazioni, al loro senso di appartenenza, alle loro capacità; esse hanno fatto in modo che il progetto d'impresa di Unipol si concretizzasse come obiettivo tangibile, ma fedele sempre a una diversità ancorata ai valori dell'Economia Sociale e del mondo del lavoro.

Bologna, 30 Giugno 2005

Giovanni Consorte
Presidente e Amministratore Delegato
di Unipol Assicurazioni S.p.A.

Introduzione

Introduzione

Questa è la dodicesima edizione del Bilancio Sociale pubblicato dalla Compagnia assicuratrice Unipol S.p.A. e il suo perimetro di riferimento è costituito dalle principali attività di Unipol Assicurazioni, dalle sue performance economiche, tecnico-assicurative e ambientali al 31/12/2004, anche se per rendere più attuale la lettura sono stati forniti, per numerosi progetti e processi aziendali, informazioni e trend di sviluppo inerenti i primi mesi del 2005. Il Bilancio è stato chiuso in redazione il 30/06/2005.
Questo Bilancio contiene numerosi riferimenti all'attività del Gruppo, soprattutto nelle descrizioni della strategia e dei risultati economici. Tali riferimenti sono inevitabili se consideriamo che Unipol svolge il duplice ruolo di Compagnia assicurativa e di holding, detenendo direttamente il controllo delle principali aziende del Gruppo e fornendo ad esse attività e servizi comuni nei settori della finanza, dell'immobiliare, dei sistemi informativi e della liquidazione dei sinistri.

Queste indicazioni sono indispensabili per comprendere lo sviluppo registrato negli ultimi anni da Unipol: il Gruppo Unipol, nel corso degli ultimi cinque anni, ha quintuplicato la sua dimensione.

L'edizione di quest'anno - come è nostra consuetudine - contiene numerose innovazioni metodologiche e nuove proposte di lavoro, muovendosi lungo il filo rosso della continuità di un confronto ormai consolidato con le strutture d'impresa e con i nostri stakeholder.

Il Bilancio Sociale non è per noi solamente uno strumento di rendicontazione delle performance d'impresa: il processo che annualmente porta alla sua elaborazione costituisce un forte ed originale strumento di inclusione dei propri stakeholder. Il confronto che ne scaturise diviene un potente mezzo di contaminazione tra l'impresa e i suoi pubblici di riferimento, stimolando l'innovazione, la trasparenza, la reputazione e il rispetto reciproco, oltre a rendere possibile la costruzione di una comune visione della Responsabilità Sociale d'Impresa, non unilaterale, ma rappresentativa delle istanze della comunità e aperta alle continue verifiche degli stakeholder.

Ecco perché per noi è fondamentale la "voce degli stakeholder", come dimostra la stessa rendicontazione dei panel (verificata da ciascun partecipante). La discussione con essi non è mai limitata a temi "facili" o di "convenienza", ma è estesa ai temi centrali dell'attività aziendale: la tariffa RC Auto, la liquidazione, la conciliazione e i rapporti con i consumatori, le convenzioni e la strategia con il mercato preferenziale, i progetti di RSI degli agenti e dei dipendenti. Sono temi discussi senza rete e diplomazie di comodo; la loro sintesi, infine, è raccolta da un soggetto terzo.
Questo franco confronto, poi, continua nel corso dell'anno e si articola nella realizzazione di proposte e progetti e anche attraverso partnership, costituendo la maggior verifica di un processo non autoreferenziale, che àncora la nostra Compagnia ai valori di riferimento del mondo cooperativo. Valori che si concretizzano in un contratto sociale d'impresa, esplicitato più volte,

dove gli interessi dei pubblici di riferimento trovano il giusto bilanciamento nella scelta di chi gestisce consapevolmente e responsabilmente l'impresa, mentre a tutti gli stakeholder sono assicurate forme di partecipazione, di dialogo, di coinvolgimento e consultazione.
Quest'anno abbiamo cercato di tenere fede agli impegni di miglioramento sottoscritti nella scorsa edizione: abbiamo implementato il processo di rendicontazione estendendolo a ulteriori settori d'impresa, come il ramo Vita e il settore dei Fondi, così come è aumentato l'impegno dell'impresa verso la sostenibilità e l'ambiente, estendendo il coinvolgimento anche ai nostri principali fornitori.

Si è cercato di assicurare continuità al confronto e ai progetti comuni con i nostri stakeholder - consumatori, agenti, dipendenti, associazioni di impegno civile - rafforzandone la propensione partecipativa. Tale coinvolgimento è stato importante anche per verificare la validità degli indicatori utilizzati e per selezionarne di nuovi da fornire nella rendicontazione.

Questo Bilancio contiene l'attestazione di conformità, sottoscritta dalla società di revisione, agli standard di processo e di performance riconosciuti e di seguito riportati.
Siamo stati tra i primi in Italia a introdurre gli standard dell'AA1000 e del GRI e ad adeguarci al GBS, ma non abbiamo mai rinunciato a percorsi autonomi e originali che potessero cogliere nuove sensibilità e logiche di coinvolgimento diverse su cui costruire lo sviluppo del processo di inclusione e di partecipazione degli stakeholder.

In questi anni abbiamo gradualmente e costantemente migliorato le nostre strategie e i nostri comportamenti in materia di RSI ed è migliorato il processo di elaborazione del nostro Bilancio Sociale, raggiungendo così un'importante obiettivo: l'attestazione di conformità, per il secondo anno consecutivo, dell'applicazione dei principi di AA1000, rilasciata da KPMG S.p.A.. Tale attestazione ha il fine di dare un'assicurazione credibile agli stakeholder relativamente al fatto che il Bilancio Sociale fornisca una rappresentazione completa, accurata, rilevante ed equilibrata delle performance aziendali secondo le linee guida previste dallo standard di riferimento.

Anche questa edizione del Bilancio Sociale contiene, in appendice, l'elenco degli indicatori di performance utilizzati e la loro comparazione con gli indicatori previsti dal GRI e dal CSR-SC (Ministero del Welfare), ai fini di facilitare la lettura e la verifica, da parte di tutte le categorie di stakeholder, della completezza delle informazioni fornite.

In ultimo corre obbligo di chiarire che le testimonianze che introducono la lettura del Bilancio Sociale, così come i vari partecipanti ai panel, non sono minimamente coinvolti nella responsabilità di quanto rendicontato. Rappresentano, al contrario, i contributi e la libera espressione di chi autorevolmente ha seguito, in questi anni, il nostro lavoro.

Nota metodologica

Obiettivo di questa nota è fornire non solo le indicazioni sulle metodologie relative al processo di costruzione e all'articolazione dei contenuti del nostro Bilancio Sociale edizione 2005 (basato sui dati del bilancio 2004), ma anche evidenziare le principali novità dell'edizione di quest'anno.
Il processo di rendicontazione sociale di Unipol si è articolato in due momenti principali: la **costruzione** vera e propria, che ha visto coinvolto un gruppo di lavoro interfunzionale di tecnici coordinati dall'area Unità Bilancio Sociale, e il **dialogo con gli stakeholder,** che ha visto la partecipazione attiva dei dirigenti dell'azienda, attraverso il confronto con qualificate rappresentanze dei vari gruppi di interesse.
Il percorso di elaborazione del Bilancio ha coinvolto quest'anno circa 50 dipendenti di Unipol provenienti da aree e ruoli organizzativi molto diversi ed oltre 30 rappresentanti degli stakeholder. Una conferma, questa, del valore del Bilancio Sociale sia come momento di "socializzazione" e condivisione, sia come strumento di consolidamento della cultura organizzativa attorno ai valori della Responsabilità Sociale d'Impresa.
Il Bilancio Sociale di Unipol è in linea con quanto previsto dalla Global Reporting Initiative (GRI) - standard internazionale che fornisce indicazioni sui contenuti della rendicontazione sociale; inoltre, il documento è coerente alle indicazioni del Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS) - standard italiano per la rendicontazione sociale.
Il documento si compone delle seguenti sezioni:

- l'**identità**, in cui vengono esplicitati l'assetto istituzionale dell'azienda e il suo posizionamento nel mercato assicurativo, i suoi valori e la sua missione - declinati in riferimento alla mappa degli stakeholder - e i suoi indirizzi strategici.
  Non è un caso che proprio in questa sezione trovi collocazione la "**voce degli stakeholder**", a conferma della scelta di Unipol di fare del bilanciamento degli interessi degli interlocutori chiave dell'azienda uno strumento di governance allargata nella gestione del proprio business;
- i **risultati economici** ed il **valore aggiunto**, dove i principali dati di performance economica riportati sono letti e reinterpretati attraverso il calcolo della determinazione e distribuzione del valore aggiunto (VA) fra i diversi stakeholder. Il valore aggiunto esprime la capacità di creazione di valore economico per l'azienda, con un orientamento multistakeholder;
- la **relazione sociale**, in cui la "relazione di scambio" con i diversi stakeholder di Unipol viene analizzata nel dettaglio, rendicontando gli elementi dei processi caratteristici dell'azienda che su di essi hanno una ricaduta;
- il rendiconto dell'impatto sociale ed economico delle principali **società del Gruppo.**

L'**appendice**, infine, chiarisce l'impianto metodologico utilizzato attraverso l'elenco dei principali indicatori di performance utilizzati e l'indicazione di coerenza agli standard GRI e CSR-SC (standard del Ministero del Welfare).
Inoltre, include l'attestazione di conformità di KPMG sia sul documento - rispetto ai principi del GBS e del GRI - sia sul processo - rispetto all'AccountAbility 1000 .

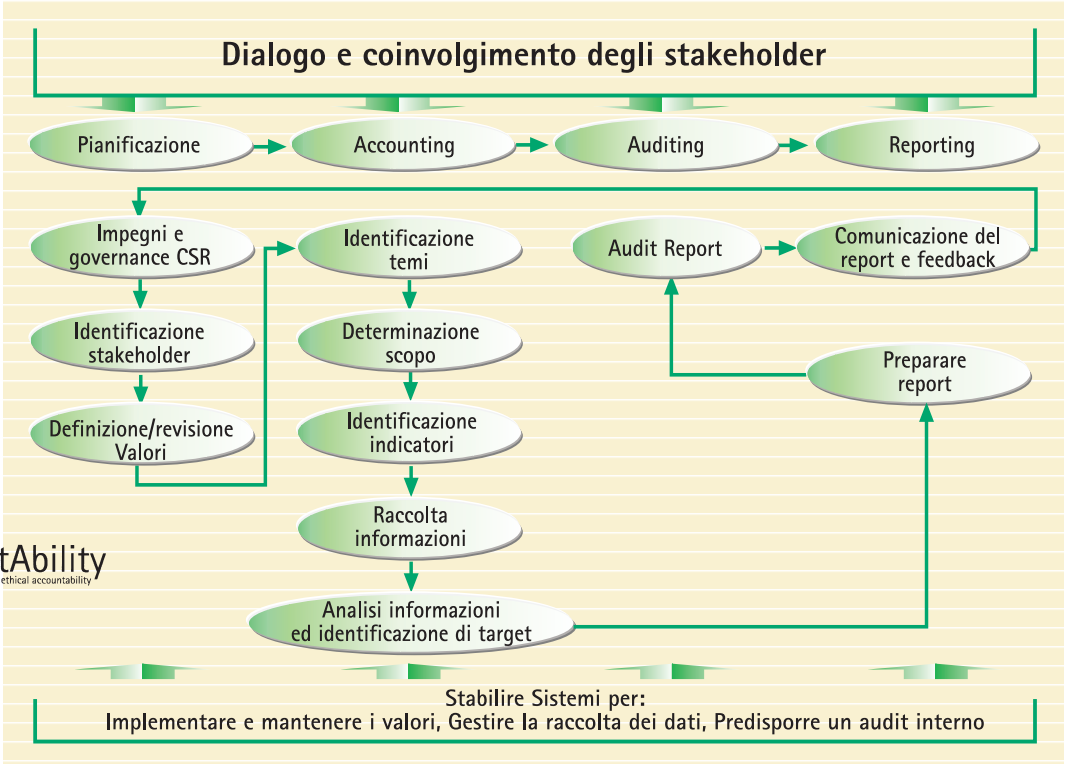
Un'analisi critica del Bilancio Sociale dello scorso anno ha portato a revisionare i contenuti dell'edizione 2004, introducendo ulteriori approfondimenti sia in ambito organizzativo che legislativo. Sono state, in particolare, tenute in considerazione le recenti evoluzioni normative nazionali ed internazionali di interesse per il mercato assicurativo e rendicontate alcune novità introdotte nel sistema assicurativo nazionale, quali il CID, la Conciliazione e l'attività dell'Ufficio Reclami. Inoltre, sono state implementate e meglio rendicontate le attività emergenti che costituiscono i punti critici della relazione impresa-clienti-altri stakeholder (ad esempio, l'attività del settore Vita e i fondi previdenziali, la nuova tariffa RC Auto, così come l'attività inerente la liquidazione dei sinistri). Per l'illustrazione e l'individuazione degli indicatori di performance, si è fatto tesoro delle richieste e del confronto emersi nei panel con i diversi portatori di interesse, oltre che nelle numerose occasioni di confronto sviluppate nel corso dell'anno.
Coerentemente agli obiettivi di miglioramento individuati nell'edizione 2004, la sezione ambientale è stata notevolmente ampliata, attraverso l'introduzione progressiva degli indicatori di performance previsti dalla GRI (in particolare sono stati monitorati i consumi, la gestione dei rifiuti e la filiera dei fornitori di beni). Con gradualità si sta definendo un percorso che ha come obiettivo il coinvolgimento dei fornitori nelle politiche e nei processi di sostenibilità aziendale.
Anche il **sistema di contabilità sociale** è stato ulteriormente arricchito, al fine di fornire agli interlocutori dell'azienda informazioni il più possibile complete e corrette, e per consentire loro di comprendere e valutare la coerenza tra impegni presi e risultati conseguiti - da parte di Unipol - non solo in termini di Responsabilità Sociale ma, trasversalmente, su tutte le aree della gestione aziendale. Basti pensare al progetto di estensione della *Corporate Social Responsibility* alle filiere delle Agenzie a cui, in questa edizione, è stato dato spazio, proprio per sottolineare il ruolo strategico degli Agenti nella diffusione sul territorio dei valori di partecipazione e mutualità su cui si fonda l'azienda.
Il Bilancio Sociale ha, in questo modo, assunto ancora una volta quella funzione formativa/informativa che lo ha caratterizzato fin dalla nascita 12 anni fa, confermandosi ulteriormente quale strumento di gestione della fiducia degli stakeholder dell'impresa.
Si è consolidato l'allineamento del **processo di rendicontazione** etico-sociale allo standard **AccountAbility1000**, a cui da anni ci si è ispirati, ottenendo per primi la certificazione in Italia. Standard internazionale per l'attività di *Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting* (Seaar) sviluppato nel 1999 dall'Isea (Institute of Social and Ethical Accountability di Londra), l'AA1000 è un modello focalizzato sul dialogo/confronto con gli stakeholder. Esso si basa sul concetto di *accountability*, ovvero il "rendere conto responsabilmente".
Il principio fondamentale di AA1000 è quello di inclusività, il cui significato concerne la considerazione, in ogni fase del processo di rendicontazione, delle aspettative e del punto di vista di tutti i soggetti che si relazionano con l'impresa. Da tale principio discendono gli otto requisiti di qualità di AA1000: completezza, significatività, regolarità, tempestività, verifica esterna, accessibilità, qualità dell'informazione, integrazione nei sistemi di gestione e miglioramento continuo.

Il processo di rendicontazione di Unipol ha trovato nel modello AA1000 un riferimento prezioso. Oggi lo *stakeholder engagement* è vissuto come elemento imprescindibile e fondamentale della gestione strategica di Unipol, capace di dare valore sociale oltre che economico alle attività dell'impresa. La modalità di coinvolgimento, infatti, si è evoluta da semplice **strumento di consultazione** - ovvero da processo finalizzato ad ottenere, dagli interlocutori chiave dell'azienda, informazioni su politiche, piani o progetti - a **strumento di inclusione** attraverso cui gli stakeholder sono coinvolti in processi di definizione delle strategie aziendali svolgendo al tempo stesso una attività di controllo.

I panel Multistakeholder, Agenti e Dipendenti (i cui risultati sono ampiamente documentati nella sezione dedicata alla "voce degli stakeholder") organizzati nel corso dell'anno, hanno messo in evidenza la volontà dei soggetti partecipanti di essere maggiormente coinvolti nella selezione e implementazione degli indicatori di performance economica, sociale ed ambientale di Unipol (coerentemente, peraltro, con quanto previsto da AA1000). Le stesse dinamiche di relazione risultano in continua evoluzione grazie ad una maggiore responsabilità, competenza e senso di partecipazione messe in campo dai diversi stakeholder e dalla loro volontà di essere parte attiva su iniziative specifiche. Lo sforzo sarà quello di assicurare continuità e sviluppo ai progetti di collaborazione congiunta e di estenderne la partecipazione ad altri interlocutori chiave dell'azienda.

Anche quest'anno Unipol ha affidato a KPMG la verifica esterna del processo di elaborazione del Bilancio Sociale, al fine di verificarne la rispondenza allo standard AA1000.

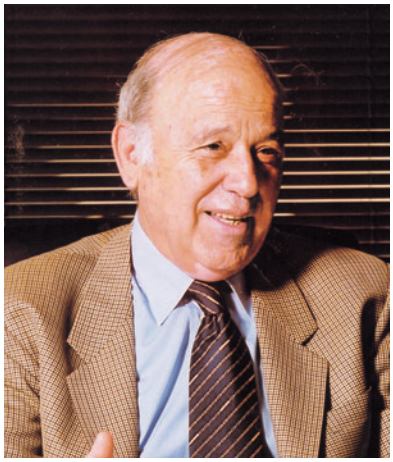
Il processo del Bilancio Sociale di Unipol secondo AA1000



AccountAbility
institute of social and ethical accountability

12 anni di Rendicontazione Sociale

L'intera procedura di impostazione, sviluppo e rendicontazione è stata seguita dall'Unità Bilancio Sociale, struttura creata appositamente da Unipol e dedicata alle tematiche della Corporate Social Responsibility (CSR). Le dodici edizioni del Bilancio Sociale indicano il particolare ruolo svolto da questa struttura come propulsore di nuove logiche e progetti utili a delineare una strategia coerente di Responsabilità Sociale, entro cui ricondurre anche prassi avanzate di relazioni, già presenti in azienda e sviluppate nel corso del tempo. È stato necessario costruire e formalizzare un sistema di contabilità sociale che potesse supportare l'attività di rendicontazione e lo sviluppo del processo di dialogo multistakeholder.
Lo sviluppo del processo di inclusione degli stakeholder, l'organizzazione del dialogo con le Associazioni dei Consumatori e della Società Civile, la nascita di progetti e di partnership, l'individuazione di nuovi indicatori e l'implementazione continua dell'attività di rendicontazione sono a dimostrare che si è sviluppato, in questi anni, un'originale attività di elaborazione e che si è seguito un percorso inedito e autonomo che ha fatto dell'esperienza e della pubblicazione continua da 12 anni del Bilancio Sociale un caso unico, oggetto di riflessioni e studio anche in sedi accademiche (molte le tesi ad esso dedicate e molte le presentazioni effettuate in master, corsi di laurea e di formazione).
Lo sviluppo dell'attività di dialogo e inclusione degli stakeholder trova rispondenza nell'ampia sezione dedicata alla "Voce degli Stakeholder", che rappresenta una peculiarità del nostro Bilancio Sociale e che, non a caso, è riportato all'interno del capitolo sull'Identità. Inoltre, la stessa mappa degli stakeholder rimarca l'originalità del DNA della nostra impresa.
Unicità che ha richiesto una particolare azione di informazione e di formazione delle diverse componenti coinvolte - sia delle diverse strutture aziendali, sia delle stesse rappresentanze degli stakeholder - sulle tematiche della CSR.
Si è così realizzato con i nostri stakeholder un comune percorso di scambio di esperienze, di approfondimento e di arricchimento reciproco.
I panel, i gruppi di lavoro, le indagini prodotte e le partnership attivate in questi anni hanno costituito - per le strutture d'impresa così come per i diversi interlocutori coinvolti - un'occasione di crescita collettiva che, pur nel rispetto dei reciproci ruoli, ha permesso, insieme allo sviluppo di una comunicazione franca e serena, una migliore comprensione sia dei diversi interessi contrapposti di cui sono portatori i vari stakeholder sia dell'azione di equo bilanciamento a cui tende anche l'impresa, in coerenza con un controllo sociale più volte ribadito. Infine, ci sembra giusto ricordare l'ampio piano di comunicazione per la diffusione del Bilancio Sociale, che comporta la pubblicazione del documento in versione integrale, di sintesi, *on-line*, in edizione manifesto e in cd-rom, affinché le azioni e le strategie d'impresa possano essere portate a conoscenza e condivise dalle diverse componenti e dagli interlocutori dell'impresa.



Dimitrios Petalotis

Chairman of Syneteristiki Ins. Co.

È dall'inizio degli anni '90 che Syneteristiki si è riavvicinata al movimento cooperativo europeo, alla ricerca di soluzioni per proseguire il proprio cammino di rafforzamento e di crescita. Da ciò è nata la collaborazione con alcune delle principali compagnie assicurative europee legate al movimento cooperativo, una collaborazione espressa non solo con la loro partecipazione nel nostro capitale sociale, ma soprattutto con il loro attivo sostegno a diverse attività operative della nostra Compagnia.
Di grande importanza è stato il ruolo di Unipol Assicurazioni e, in particolare, prezioso il suo sostegno allo sviluppo di Syneteristiki. Ciò che più mi ha impressionato, anche a livello personale, nel corso di questi 15 anni di collaborazione con vari rappresentanti di Unipol, ed anzi questa è una caratteristica della stessa Compagnia, è il loro netto orientamento ai fondamentali valori cooperativi come la mutualità, la solidarietà e la trasparenza, nonché il volto umano dell'assicurazione, così come il loro approccio dinamico allo sviluppo nel quadro dell'economia sociale nel rispetto costante di questi valori.

Sergio Cofferati

Sindaco di Bologna

È trascorso un lungo arco di tempo da quando Jacques Delors chiese alle imprese europee di partecipare attivamente alla costruzione dell'Unione dando visibilità e consistenza al loro ruolo sociale attraverso azioni concrete e con l'utilizzo di strumenti in grado di rendere percettibile la loro attività ed il rapporto esistente con tutti gli stakeholder.
I bilanci ambientali, quelli sociali e quelli di sostenibilità sono diventati una prassi comunicativa dell'impresa che poco alla volta si estende. La trasparenza dei comportamenti, il valore della missione e le buone pratiche nelle politiche aziendali sono fondamentali per affermare il ruolo di un'impresa.
Così facendo le imprese mettono in gioco la propria reputazione nella ricerca di un efficace rapporto con tutti di stakeholder. Anche le amministrazioni sono portatrici di interessi e dunque hanno bisogno di interlocutori che, come capita da molti anni con Unipol, offrano attraverso il Bilancio Sociale la loro collaborazione.

Mario Molteni

Professore Ordinario di Economia aziendale

Direttore di ALTIS, Alta Scuola Impresa e Società
(Università Cattolica di Milano)

C'è un elemento per cui il Bilancio Sociale di Unipol si distingue non solo nel panorama nazionale, ma anche oltre i confini del nostro Paese: lo spazio – ampio e prioritario – riservato agli stakeholder. Sottolineo questo elemento per un duplice motivo. Innanzitutto perché la parola data agli stakeholder rappresenta un modo per contrastare un primo equivoco di cui il Bilancio Sociale può essere accusato: quello di essere uno strumento manipolabile e perciò manipolatorio, in quanto l'impresa decide a sua discrezione i temi da affrontare, i dati da rendere noti, forzando inoltre le interpretazioni da dare ai dati stessi. "La voce degli stakeholder" da sola non è in grado di spezzare questa logica, ma certamente costituisce una breccia nella cortina dell'autoreferenzialità. Il secondo motivo va ancora più al cuore del problema. Una seconda accusa spesso mossa al Bilancio Sociale è che esso non costituisce altro che una leva di comunicazione, lasciando di fatto inalterati i processi di gestione. Invece la presenza de "La voce degli stakeholder" implica la precedente introduzione di momenti di ascolto e dialogo con gli stakeholder critici: con gli agenti, con i dipendenti, con i rappresentanti dei sindacati e delle associazioni dei consumatori, e altri ancora. Il dialogo, se sincero, una volta attivato, a qualche novità sostanziale conduce, qualcosa cambia, sia nella concezione di fondo sia nelle decisioni operative. Sarebbe interessante, in proposito, identificare, nell'ormai ultra-decennale esperienza di Unipol, quali siano stati i contributi forniti dal dialogo via via intensificato con i vari interlocutori. Dobbiamo considerare che queste forme di coinvolgimento hanno il potere di ricordare la natura profonda di un'impresa: quella di essere un patrimonio, certamente controllato da alcuni (molti, in questo caso specifico), ma che costituisce un fattore di stabilità, di sviluppo e di ricchezza per l'intera società.

Rita Borsellino

Presidente Onorario Libera
(Associazioni, nomi e numeri contro le mafie)

La pubblicazione del Bilancio Sociale della Unipol è una bella occasione per sottolineare l'impegno comune e l'amicizia con l'associazione *Libera*, che ormai va avanti da anni con risultati sempre più concreti ed entusiasmanti.
Ma al di là della mia riconoscenza come presidente onorario dell'Associazione vorrei sottolineare il mio sentimento personale nei confronti di una realtà come Unipol, nella quale ho riconosciuto lo stesso forte impegno morale e civile che ha spinto me, dopo i tragici fatti del 1992, a mettermi in gioco e a cercare solidarietà e partecipazione, consapevole che da soli non si va da nessuna parte, che da soli non si può. L'attenzione alle persone, il metterle al centro, è il presupposto da cui siamo partiti dieci anni fa in Sicilia con la Carovana antimafia dell'Arci, e da allora strada ne abbiamo fatta tanta, incontrando in questi anni, insieme a Unipol, tanti compagni di viaggio, che hanno questo nostro stesso approccio. Lungo questa strada scambiamoci allora un augurio di buon lavoro e buon cammino.

«Contribuire con iniziative ad accrescere l'affidabilità e la trasparenza del settore assicurativo italiano»

«Contribuire a 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 e nella liquidazione dei danni»

L'Identità

L'Identità

I valori e la missione sociale

- *Contribuire con iniziative ad accrescere l'affidabilità e la trasparenza del settore assicurativo italiano.*

- *Contribuire a 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 e nella liquidazione dei danni.*

- *Privilegiare la soddisfazione del cliente riguardo al prezzo, alla qualità delle prestazioni, alla qualità del servizio.*

- *Considerare l'apporto individuale e collegiale ai processi di lavoro come elemento indispensabile allo sviluppo complessivo dell'impresa, nella convinzione che la persona, con la sua creatività e con la sua intelligenza, sia una variabile decisiva per il successo nei processi di miglioramento della qualità del servizio.*

- *Collaborare con le Organizzazioni Socie (sindacati, associazioni di categoria) per lo sviluppo e per la qualificazione delle loro politiche nel campo dei servizi.*

- *Offrire alle Organizzazioni Socie, attraverso la politica delle convenzioni, prodotti e servizi esclusivi che consentano ai loro iscritti di acquisire maggiori sicurezze a prezzi e condizioni di migliore favore.*

- *Mirare al conseguimento di un risultato economico positivo ed all'accrescimento della solidità dell'impresa, incrementando il valore economico e remunerando il capitale sottoscritto dagli azionisti.*

- *Contribuire, attraverso investimenti finalizzati, alla creazione di nuova occupazione.*

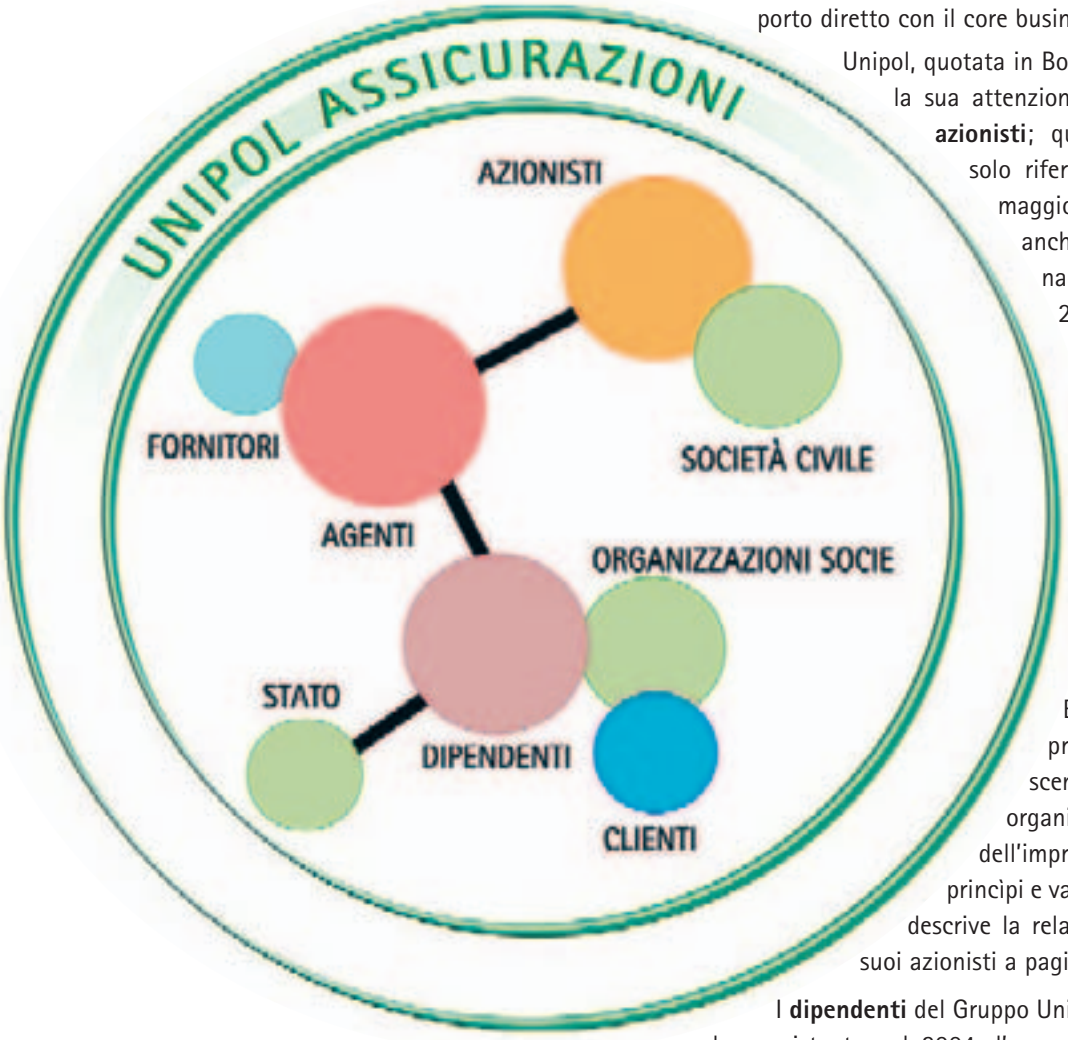
- *Affermare il ruolo politico ed economico dell'Economia Sociale, anche attraverso l'impegno costante in ambito internazionale.*

La mappa degli Stakeholder

I principali interlocutori di un'impresa - noti comunemente come stakeholder - sono tutti coloro che hanno un interesse all'interno dell'organizzazione. A questi si indirizza in modo particolare il Bilancio Sociale, per fare in modo che essi possano valutare quanto l'attività di Unipol sia rispondente alle loro richieste, ai loro interessi e quanto le azioni siano coerenti con le premesse generali rappresentate dalla Missione.

Gli stakeholder che Unipol considera fondamentali, e verso i quali si impegna a indirizzare i propri sforzi di miglioramento, sono rappresentati nel grafico.

Tutti gli stakeholder sono stati trattati all'interno del Bilancio Sociale, con particolare attenzione a quelli interni (azionisti, dipendenti e agenti) e, tra quelli esterni, ai clienti e alle Organizzazioni Socie, aventi un rapporto diretto con il core business dell'azienda.



Unipol, quotata in Borsa dal 1986, rivolge la sua attenzione alla totalità degli **azionisti**; questo significa non solo riferirsi agli azionisti di maggioranza, ma vuol dire anche rivolgersi all'azionariato diffuso che, al 28 Aprile 2005 era composto da 36.941 azionisti, tra i quali sono presenti le Organizzazioni Sindacali di riferimento e una componente di fondi esteri e italiani. Questi possono, attraverso il Bilancio Sociale, approfondire la conoscenza delle modalità di organizzazione e gestione dell'impresa, nonché dei suoi princìpi e valori. In particolare, si descrive la relazione tra Unipol e i suoi azionisti a pagina 146.

I **dipendenti** del Gruppo Unipol sono cresciuti in modo consistente nel 2004; l'organico, infatti, ha raggiunto quota 4.648 per il Gruppo assicurativo, a cui si aggiungono le 1.302 unità di Unipol Banca. In particolar modo, i dipendenti della capogruppo Unipol Assicurazioni sono 1.491. Ulteriori informazioni sui dipendenti si trovano a pagina 159.

Gli **agenti** rappresentano la struttura operativa di Unipol, articolata in Agenzie Private e Agenzie Societarie (Assicoop). La descrizione delle attività da questi svolte e dei risultati ottenuti è reperibile a pagina 152.

Il Bilancio di quest'anno evidenzia come il processo di inclusione di tali importanti stakeholder sia andato avanti; il panel ad essi dedicato e la sua rendicontazione a pagina 35 dimostrano, infatti, come i loro progetti e le loro attività sociali siano fortemente radicati nella strategia di Responsabilità Sociale di Unipol e nel processo di elaborazione del suo Bilancio Sociale.

I **clienti** di Unipol Assicurazioni sono ad oggi oltre 4 milioni, oltre 6,5 quelli del Gruppo, costituiti in parte da aziende e in parte da privati, per i quali, come i lavoratori, le Convenzioni rappresentano un canale privilegiato di accesso.
Tutti gli aspetti relativi a servizi e prodotti offerti, nonché le specifiche performance aziendali relative alla liquidazione sinistri e alla qualità del servizio, sono reperibili nel capitolo dedicato ai consumatori e ai clienti, arricchito di indicatori e benchmark con il mercato di riferimento, al fine di permettere una migliore comprensione delle performance di Unipol e di confrontare l'azienda con i principali competitors all'interno di una logica di mercato.

Il rapporto tra Unipol e le **Organizzazioni Socie** è condizionato, in primo luogo, dalla sua natura di impresa di assicurazione nata dal mondo delle cooperative e delle organizzazioni del lavoro. Il rinnovo delle Convenzioni tra Unipol e le sue Organizzazioni Socie, giunto ormai alla quinta generazione, ha favorito una riflessione - ampiamente descritta all'interno del Workshop Multistakeholder - sul mercato preferenziale di Unipol. I risultati del workshop si possono trovare a pagina 28 e ulteriori informazioni sulle convenzioni sono disponibili a pagina 116.

La **Fondazione Cesar** è lo strumento che Unipol utilizza per operare nel sociale: è finalizzata a diffondere la cultura e i valori dell'economia sociale, l'educazione alla sicurezza e alla legalità, oltre che ad approfondire le tematiche assicurative e realizzare progetti per la tutela ambientale e l'equità sociale. È soprattutto tramite la Fondazione che Unipol collabora e opera con le scuole, gli organismi e gli enti locali. Informazioni più precise sono disponibili a pagina 171.

I **fornitori** si dividono in fornitori di servizi e fornitori di beni. I primi sono periti, medici e legali che, insieme ai carrozzieri, costituiscono i collaboratori esterni, svolgendo un ruolo importante nell'erogazione del servizio. Questi stakeholder (trattati a pagina 128) intervengono, infatti, nella liquidazione dei sinistri, una fase delicata del rapporto tra il Cliente e l'Azienda. I fornitori di beni, invece, sono oggettivamente meno coinvolti nell'attività primaria dell'impresa, ma la loro relazione con Unipol è comunque segnata da precise caratteristiche e specificità. Quest'anno è stato allargato il campione di fornitori su cui è stato effettuato il sondaggio per verificarne il grado di sensibilità ai temi della sostenibilità ambientale. Il grado di attenzione è risultato lusinghiero e fa ben sperare che in futuro si possano coinvolgere tali soggetti nello sviluppo di progetti volti al rispetto ambientale e alla sostenibilità.

La relazione con lo **Stato**, di per sé obbligata, può essere interpretata e gestita in modo diverso; a questo si riferiscono le informazioni reperibili a pagina 150.

Infine, le altre **Società del Gruppo** sono sintetizzate in apposite schede che illustrano i principali dati di performance e sono reperibili nella quarta sezione del Bilancio Sociale.

LA VOCE DEGLI STAKEHOLDER

22 La voce degli stakeholder

28 Workshop Multistakeholder

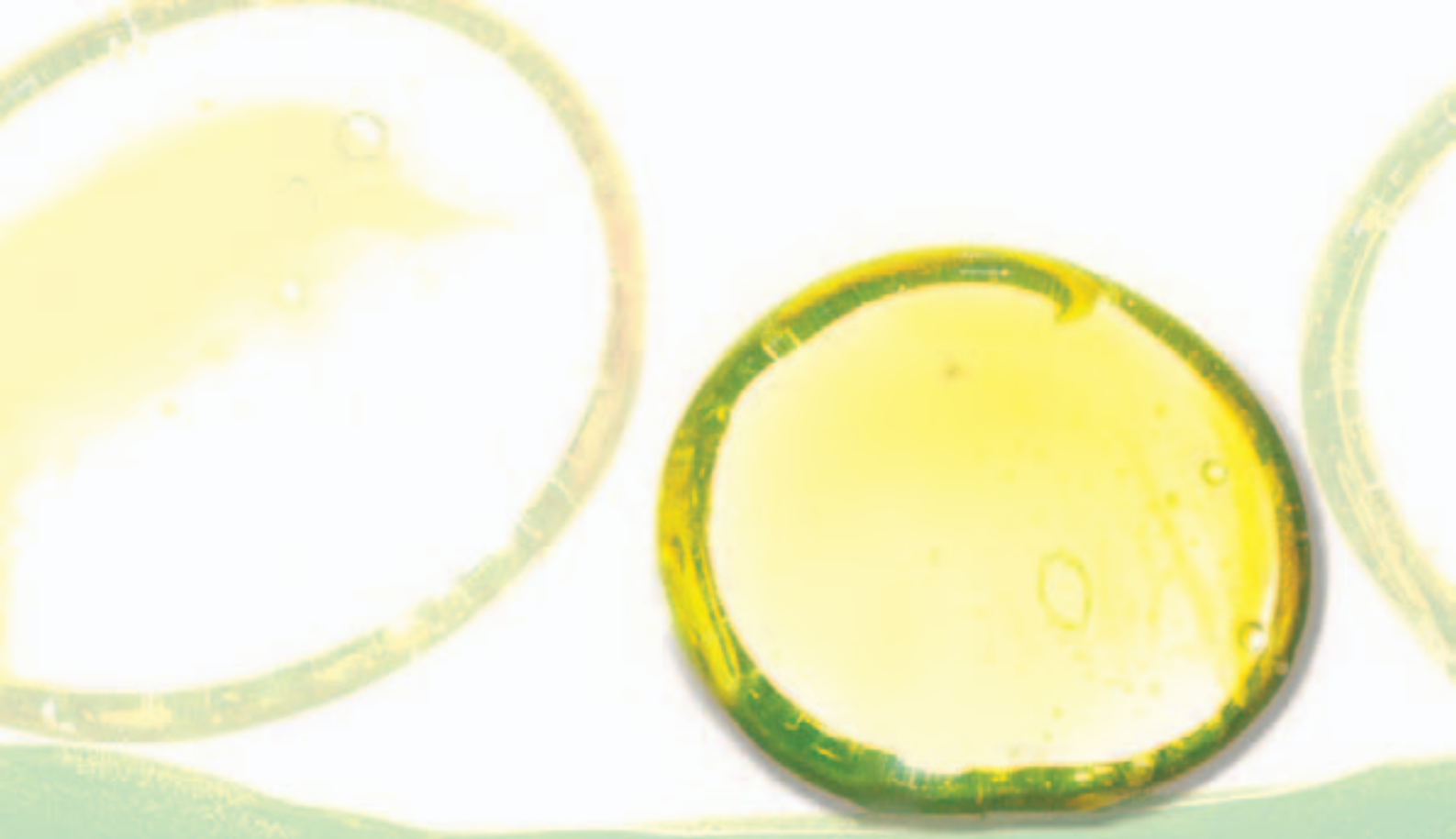
35 Panel Agenti Unipol

39 Panel Dipendenti Unipol

43 Attività di miglioramento proposte dagli Stakeholder

44 La Valutazione dei Panel

48 La Valutazione dei Lettori



I temi trattati con i nostri stakeholder

Workshop Multistakeholder:

- la Responsabilità Sociale d'Impresa e il Bilancio Sociale di Unipol;
- il rinnovo delle Convenzioni con le Organizzazioni Socie;
- la liquidazione dei sinistri, CID Lesioni e Conciliazione;
- la nuova tariffa RC Auto di Unipol.

Panel Agenti:

- la Responsabilità Sociale d'Impresa in Unipol. Il ruolo degli Agenti;
- il progetto *"Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa - Obiettivo Barriere e Imparare Sicuri"*;

Panel Dipendenti:

- il processo di consolidamento della Responsabilità Sociale d'Impresa in Unipol;
- il ruolo dei dipendenti nel processo di Responsabilità Sociale d'Impresa.
  Riflessioni su:
  a) attività caratteristica dell'azienda;
  b) progetti per la comunità.

La voce degli stakeholder

Nel corso degli anni Unipol Assicurazioni ha consolidato, attraverso il Bilancio Sociale, il percorso di dialogo e confronto con i principali stakeholder, passando da un approccio di semplice consultazione ad una vera e propria inclusione nei processi di pianificazione e gestione aziendale. Questa scelta nasce dalla volontà di fare della trasparenza e partecipazione diffusa il principio guida della gestione aziendale. Del resto il dialogo con i diversi interlocutori e, in particolare, con il territorio e la comunità di riferimento rappresenta un elemento distintivo delle imprese dell'Economia Sociale: Unipol, espressione di tale mondo, intende ribadire il proprio DNA originario, facendo della partecipazione dei diversi stakeholder l'elemento centrale della rendicontazione sociale, ambientale ed economica della propria attività.
Se è vero che l'inclusione degli stakeholder nella vita aziendale può costituire un rischio, è pur vero che, se realizzato in maniera sistematica, lo *stakeholder engagement* può rappresentare un'opportunità per l'azienda consentendo, ad esempio, il rafforzamento del valore sociale, l'aumento dell'efficacia organizzativa, la prevenzione e la gestione di possibili conflitti, il consolidamento degli obiettivi di performance, il miglioramento dei rapporti con gli stakeholder e il miglioramento dei processi decisionali interni.
Attraverso l'attività di coinvolgimento, Unipol ha voluto perseguire i seguenti obiettivi:

- l'esplicitazione del contratto sociale di impresa;
- la costruzione di una rete di dialogo tra tutti gli stakeholder e l'impresa;
- l'aumento del grado di partecipazione interna all'azienda.

È proseguito anche quest'anno il percorso di coinvolgimento di alcune categorie specifiche di stakeholder: il personale dipendente, i rappresentanti delle Associazioni dei Consumatori e della Società Civile, i Sindacati nazionali di categoria, le Organizzazioni Socie a livello nazionale e regionale (CRU) e la Giunta Agenti. Il carattere di continuità degli incontri rende possibile la verifica delle aspettative degli stakeholder e la valutazione, a fronte di queste, dei comportamenti tenuti dall'impresa. Il processo di coinvolgimento acquista, infatti, un valore strategico se alla realizzazione degli incontri seguono:

- attività di misurazione dei processi di *stakeholder engagement* per verificarne il successo (ad esempio, attraverso la verifica della coerenza tra le aspettative degli stakeholder e i risultati);
- una fase di definizione degli obiettivi di miglioramento;
- la discussione con le Direzioni in merito agli spunti emersi nel corso degli incontri.

Nella sua attività di *stakeholder engagement* Unipol ha voluto focalizzare il dibattito sui temi della gestione caratteristica dell'azienda e su specifici progetti di Responsabilità Sociale. L'individuazione dei rappresentanti degli stakeholder risponde a determinati requisiti e dipende dagli obiettivi che si desiderano raggiungere, in funzione della tematica specifica che si vuole discutere o del tipo di interesse di cui si fanno portatori gli stessi interlocutori dell'azienda nel processo di coinvolgimento.

In particolare Unipol, nella scelta degli attori da coinvolgere, si è ispirata ai seguenti criteri:

- *rappresentatività e autorevolezza*: i soggetti individuati sono rappresentativi degli interessi di specifiche categorie di stakeholder e sono dotati di "autorevolezza", conquistata nell'espletamento delle loro attività. Per garantire il massimo della trasparenza vengono riportati per ciascun panel i nominativi e le cariche dei partecipanti;
- *competenza e specializzazione*: il confronto con gli stakeholder rappresenta un momento per la raccolta di spunti e suggerimenti. Affinchè il dibattito sia proficuo e possano emergere dalla discussione utili indicazioni, i criteri per la selezione dei partecipanti agli incontri tengono conto anche della preparazione e dell'esperienza professionale da essi maturata sia sull'attività caratteristica dell'azienda sia sul tema della Responsabilità Sociale di Impresa;
- *continuità*: consiste nella partecipazione degli stessi soggetti coinvolti nei panel dei precedenti Bilanci Sociali perché il confronto possa essere sviluppato nel tempo e perché la relazione possa acquisire metodo e concretezza;
- *flessibilità e discontinuità*: nell'individuazione dei partner va garantito un certo grado di *turnover*, per meglio individuare i nuovi soggetti portatori di bisogni e tendenze emergenti;
- *indipendenza e terziarità*: il criterio dell'indipendenza dall'azienda viene garantito per tutti i soggetti coinvolti; la presenza di un ente terzo ha il compito di verificare la qualità del processo e la sua rispondenza ai criteri metodologici e agli standard di riferimento.

Grazie a questo metodo si è consolidato nel tempo un confronto con i diversi stakeholder coinvolti che ha portato a reciproci scambi di esperienza e di riflessioni non solo sui temi della Responsabilità Sociale, ma ha anche arricchito le tradizionali relazioni che l'impresa intrattiene con i diversi pubblici di riferimento.

Il **panel Multistakeholder** rappresenta un fondamentale momento di confronto con la Direzione aziendale su tematiche specifiche di strategia e di gestione aziendale legate al *core business*.
Con il coinvolgimento di rappresentanti del mondo del consumerismo, dei Sindacati confederali e di categoria, delle Organizzazioni Socie di Unipol, sia a livello nazionale che territoriale, l'azienda dimostra la volontà di trasformare questi rapporti in collaborazioni permanenti e costruttive, volte a innovare prodotti e processi.
La presenza dei CRU, espressione del dialogo tra le Organizzazioni del lavoro e l'azienda, consente di rimarcare quel rapporto partecipativo che rappresenta una delle più evidenti peculiarità dell'Economia Sociale.
Le Associazioni dei Consumatori riconoscono ormai a Unipol un importante ruolo trainante sul tema della Responsabilità Sociale di Impresa ed un impegno su istanze etico-sociali che genera aspettative particolarmente elevate nei confronti della Compagnia, in termini di attenzione ai problemi dei lavoratori e dei consumatori.

Il **dialogo con la Giunta Agenti** si è caratterizzato maggiormente per la volontà di valorizzare la specificità del ruolo delle Agenzie come parte integrante dell'azienda e al tempo stesso come imprese autonome radicate nel territorio. Queste caratteristiche, unitamente a quelle di una consolidata tradizione partecipativa, di collaborazione con le Organizzazioni del lavoro e del mondo del volontariato e di impegno verso la solidarietà, rendono le Agenzie un importante punto di riferimento sul territorio.
È stata avviata una riflessione sul loro ruolo sociale ed economico (anche a seguito dell'indagine sulla spesa sociale realizzata nel corso del 2004) e ribadito un impegno preciso per favorire la realizzazione operativa dei progetti sulla Responsabilità Sociale. "*Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale di Impresa - Obiettivo Barriere e Imparare Sicuri*" vuole rappresentare un esempio concreto del modo di essere socialmente responsabile delle Agenzie, che sancisce il passaggio a un approccio che traduce l'ascolto in progettualità e impegno sociale.

I **dipendenti** coinvolti hanno vissuto i momenti di incontro come occasione di confronto e di forte partecipazione alla vita aziendale, suggerendo di rendere il coinvolgimento una modalità permanente del rapporto con l'azienda. L'atteggiamento di apertura e di disponibilità al confronto da parte dei dipendenti e la volontà di essere ulteriormente coinvolti si sono tradotti in momenti positivi di raccolta di suggerimenti e proposte non solo su come migliorare le iniziative di Responsabilità Sociale dell'azienda, ma anche per mettersi in discussione e porre le proprie competenze e conoscenze al servizio di ulteriori interventi di solidarietà e responsabilità promossi dall'impresa anche nell'ambito della comunità locale.

Il processo di coinvolgimento, più strutturato negli ultimi due anni, ha mostrato un'evoluzione nella stessa sensibilità aziendale, essendo maturato il grado di consapevolezza di tutti gli attori coinvolti relativamente al processo di rendicontazione e di dialogo. Le strutture tecniche, coinvolte nello stesso processo di realizzazione del Bilancio Sociale, hanno compreso il valore del coinvolgimento vivendo la loro partecipazione come un'opportunità per portare la Responsabilità Sociale all'interno della propria funzione e del processo gestionale. Sono cresciute le attese e le esigenze degli stakeholder, per le quali il dialogo viene impostato in modo da favorire ipotesi di lavoro congiunto su specifici terreni e argomenti che delimitano il campo di interesse di determinati stakeholder.

Impostazione e metodo di lavoro dei panel:

- nel caso del panel Multistakeholder la sessione di discussione è stata preceduta da momenti di approfondimento su ambiti specifici dell'attività caratteristica dell'azienda, come il ruolo del mercato preferenziale, il sistema tariffario e la liquidazione dei sinistri, le linee individuate per il nostro programma di Responsabilità Sociale di Impresa, allo scopo di fornire informazioni rilevanti, appropriate e accessibili a tutti gli stakeholder, facilitando la discussione e la formulazione di proposte;

- nel caso del panel degli Agenti e dei Dipendenti si è resa necessaria una fase di formazione e di supporto per creare una base comune di conoscenza dei temi della Responsabilità Sociale;
- in tutti i panel sono stati distribuiti materiali informativi riguardanti Unipol, l'evoluzione del Bilancio Sociale e i progetti di Responsabilità Sociale. È stata presentata la metodologia di lavoro, così come sono state distribuite ed illustrate le schede di sintesi dei panel delle precedenti edizioni, con i programmi di lavoro da essi scaturiti e le proposte lasciate invece inevase;
- a ciascun partecipante è stato chiesto di esprimere un suo parere sulla validità dei materiali distribuiti e sulla metodologia adottata: i risultati di tale sondaggio sono riportati, in sintesi, a pagina 44.

La nostra esperienza conferma la convinzione che un vero e proprio processo di inclusione degli stakeholder prenda corpo e si sviluppi a partire dalla conoscenza diffusa dell'impresa, dei suoi sistemi interni e da un percorso formativo e di dialogo di largo respiro capaci di innescare un atteggiamento proattivo negli stakeholder, che superi le tradizionali e ormai obsolete pregiudiziali tra l'impresa e il mondo circostante.

Workshop Multistakeholder Roma, 9 Maggio 2005

Partecipanti

CRU

Giuseppe De Martis	C.A.S.A.P.A. srl
Giuliano Giuliani	Vice Pres. CRU Toscana (Legacoop)
Michele Petraroia	CGIL Molise
Enzo Pierangioli	Vice Pres. CIA Naz. CRU Toscana
Maurizio Policastro	Pres. CRU Lazio (CISL)
Michele Sabatino	Pres. CRU Piemonte (CNA)
Angelina Scocca	CGIL Molise
Margherita Scuderi	Confesercenti Catania
Carmelo Travaglia	Pres. CRU Sicilia (CIA)
Enzo Vaccarella	Vice Pres. CNA Latina

SOCIETÁ CIVILE

Silvia Mucci	Fondazione Nomisma
Mario Primo Salani	Legacoop

SINDACATI NAZIONALI DI CATEGORIA

Maurizio Angelone	Segr. Uilca Roma
Pompeo Arienzo	Fisac-CGIL
Cristina Bellucci	Fiba-CISL
Silvano Corsini	Segr. Snfia Naz. (Aurora)
Alberto Enzini	FNA
Guido Ferlenghi	Segr. Fiba/CISL Naz.
M. Gabriella Foschi	Fiba-CISL
Cristiano Hoffmann	Segr.Fisac-CGIL Naz.
Francesca Marrone	Fiba-CISL
Renato Pellegrini	Segr. Naz. Uilca
Teodoro Sylos	FNA

CONSUMATORI

Francesco Avallone	Pres. Naz. Federconsumatori
Maria Giovanna Baldon	Adiconsum
Diego Calabrese	Federconsumatori Piemonte
Antonio Ferronato	Adoc Naz.
Antonio Gaudioso	Cittadinanzattiva
Paolo Landi	Pres. Naz. Adiconsum
Carlo Pileri	Pres. Adoc

SINDACATI CONFEDERALI

Ornella Cilona	CGIL
Emanuela Di Filippo	CISL
Maria Sacchettoni	UIL Democrazia Economica
Lamberto Santini	Segr. Naz. UIL

PRESENZA UNIPOL

Giancarlo Brunello	Dir. Centr. Relazioni Esterne e CRU
Marco Bruscolini	Resp. Area Convenzioni e Relazioni Org. Socie
Federico Corradini	Dir. Centrale Tecnica
Stefano Scavo	Dir. Centr. Liquidazione di Gruppo
Ottavio Trozzi	Resp. CLG Unipol - Roma
Donatella Zanon	Staff Dir. Centr. Area Tecnica
Franco Malagrinò	Resp. Unità Bilancio Sociale
Chiara Caselli	Collab. Unità Bilancio Sociale
Marisa Francione	Collab. Unità Bilancio Sociale

ENTI TERZI

Valeria Fazio	SCS Azioninnova
Silvia Modena	SCS Azioninnova
Lorenzo Solimene	KPMG

Obiettivi

Al panel ha partecipato un gruppo selezionato di interlocutori del mondo del consumerismo, dei Sindacati di categoria e confederali, delle Organizzazioni Socie di Unipol, sia a livello nazionale che territoriale, con i quali nel tempo si è costruita una relazione utile e duratura per tutte le parti.

Gli obiettivi dell'incontro sono stati:

- *trasmettere agli interlocutori un'informazione completa e veritiera*, al fine di migliorare il livello di interazione, rafforzare la reputazione dell'azienda, rinvigorire il patto originario con il mondo delle Organizzazioni Socie di Unipol, del consumerismo e della Società Civile.
- *caratterizzare il Bilancio Sociale come un reale strumento di gestione socialmente responsabile dell'azienda*, grazie al consolidamento della relazione diretta tra i soggetti coinvolti, stimolando risposte tempestive ai fattori critici per la reputazione aziendale.

Attraverso questo incontro, Unipol ha dimostrato la volontà di proseguire il percorso di coinvolgimento, di dialogo e di inclusione degli stakeholder di riferimento sui temi chiave della sua attività caratteristica, in un'ottica volta a trasformare questo rapporto in una collaborazione permanente per innovare prodotti e processi.

Introdotto dal *Direttore Centrale Relazioni Esterne e CRU* di Unipol **Giancarlo Brunello**, il dibattito è stato presieduto da **Franco Malagrinò**, *Responsabile Unità Bilancio Sociale* di Unipol Assicurazioni, che ha esposto brevemente le dinamiche evolutive del Bilancio Sociale di Unipol negli ultimi anni, le innovazioni e le implementazioni previste per il prossimo Bilancio unitamente alle priorità e agli spunti emersi durante i panel dello scorso anno, raccolti e sviluppati nel corso del 2004 e rendicontati nell'edizione del Bilancio Sociale in elaborazione.

Un ulteriore momento informativo è stato condotto da rappresentanti aziendali su temi specifici, indirizzando quindi la successiva discussione.

Le relazioni tecniche hanno riguardato i seguenti temi:

- il rinnovo delle Convenzioni con le Organizzazioni Socie e le politiche dedicate al mercato preferenziale (**Marco Bruscolini**, *Resp. Area Convenzioni e Relazioni Organizzazioni Socie*);
- CID Lesioni e Conciliazione. Una riflessione comune (**Stefano Scavo**, *Dir. Centrale Liquidazione di Gruppo*);
- La presentazione della nuova tariffa RC Auto di Unipol Assicurazioni (**Federico Corradini**, *Dir. Centrale Tecnica*).

All'incontro hanno partecipato, inoltre, la società di consulenza esterna *SCS Azioninnova,* che ha fornito un supporto metodologico in termini di sintesi dei risultati emersi, e la società di revisione *KPMG*, per verificare l'andamento della discussione.

Sintesi dell'incontro

I punti chiave oggetto della discussione sono riconducibili ai seguenti temi:

- il ruolo strategico del mercato preferenziale e l'importanza delle Convenzioni;
- il sistema tariffario e la liquidazione dei sinistri;
- lo strumento della Conciliazione;
- la Responsabilità Sociale d'Impresa e il Bilancio Sociale di Unipol Assicurazioni.

Il rinnovo delle Convenzioni con le Organizzazioni Socie e le politiche dedicate al mercato preferenziale

- È emersa una generale condivisione circa l'importanza strategica, per Unipol, di avviare una nuova fase nei rapporti con il mercato preferenziale rappresentato dalle Organizzazioni Socie.
  Tali rapporti costituiscono una peculiarità da difendere e da rilanciare, specie nel momento in cui il Gruppo Unipol si conferma un protagonista nel mercato assicurativo italiano e porta a compimento un importante processo di trasformazione e di crescita.
- Le Convenzioni Nazionali sono riconosciute dalle Organizzazioni Socie come una risorsa suscettibile di ulteriori grandi sviluppi. La decisione di rinnovarle denota, oltre che la volontà di garantire agli iscritti prodotti e servizi sempre più evoluti e competitivi, la piena validità dei valori e degli obiettivi di fondo che da sempre contraddistinguono la collaborazione fra Unipol e il suo mondo:
  - esiste un *valore economico* fondato sulla reciproca convenienza a collaborare. Questo riguarda Unipol, nella cui complessiva raccolta premi l'apporto delle Convenzioni ha raggiunto il 20% e riguarda le Organizzazioni Socie che, grazie alle Convenzioni, possono mettere a disposizione dei propri iscritti un servizio esclusivo che arricchisce e qualifica il ruolo di tutela proprio delle Organizzazioni stesse;
  - esiste anche un *valore sociale* delle Convenzioni, grazie alle quali le Organizzazioni sanno di poter avere in Unipol un interlocutore che, senza rinunciare ad essere un'impresa di mercato, sarà sempre dalla loro parte nella difesa e nell'allargamento delle fondamentali tutele sociali. Questo riguarda in primo luogo la *previdenza complementare* e l'*assistenza sanitaria integrativa,* ma abbraccia anche tutto il campo delle risposte che un moderno stato sociale e un mercato evoluto devono saper dare oggi al crescente bisogno di sicurezza presente nelle famiglie e nelle piccole e medie imprese.

Al rafforzamento di questi valori condivisi contribuisce anche la Fondazione Cesar, la cui attività dà il senso concreto della visione di natura politico-sociale e dell'impegno di un Gruppo qual è Unipol.

- Le Convenzioni assicurative riflettono, nella loro struttura e nei loro contenuti, una realtà che cambia.
  I prodotti, le condizioni, i servizi, gli stessi costi delle coperture vanno costantemente verificati per fare in modo che corrispondano realmente alle nuove necessità assicurative, con soluzioni semplici e chiare. Di qui l'importanza del lavoro in comune tra Compagnia ed Organizzazioni, che da un lato offre un apporto prezioso alle politiche di innovazione dei prodotti e dei processi distributivi di Unipol e, dall'altro, consente una diretta conoscenza dei rispettivi punti di vista e rafforza il rapporto di fiducia alla base delle Convenzioni.
- Se l'obiettivo prioritario è quello di rilanciare una partnership che abbia, quale principale punto di riferimento, le complesse esigenze sia delle famiglie che delle imprese, occorre anche pensare a nuovi strumenti capaci di rispondere a una domanda non più solo ed esclusivamente assicurativa, ma tali da valorizzare appieno l'attuale ricchezza e le diverse specializzazioni presenti nel Gruppo Unipol.

In definitiva si condivide il fatto che a Unipol spetti prioritariamente il compito di garantire un efficace presidio del mercato preferenziale attraverso la politica delle Convenzioni; tuttavia si auspica che in prospettiva questa strategia veda il pieno coinvolgimento delle altre società del Gruppo, ciascuna in funzione delle proprie specificità, in una logica unitaria e di "sistema".

- Al tempo stesso è emersa la necessità di fare corrispondere, a rapporti su scala nazionale, forme concrete e più diffuse di collaborazione operativa a livello territoriale. È stato richiamato il ruolo e la responsabilità degli Agenti Unipol e della loro rete di vendita nel dare vita a progetti di integrazione di un servizio di consulenza assicurativa, curato dalle Agenzie stesse, nel sistema dei servizi proprio di ciascuna Organizzazione.
- È stato valutato positivamente l'ingresso a pieno titolo, nel mercato preferenziale, di realtà associative che non rientrano nel novero delle Organizzazioni Socie, ma che sono espressione diretta di una Società Civile sempre più ricca ed articolata. Queste Convenzioni possono rappresentare per Unipol un'importante occasione per misurarsi, da posizioni privilegiate, con problematiche nuove e spesso molto vicine alle concrete aspettative che il cittadino/consumatore ha nei confronti del sistema assicurativo.
- Nella valutazione della Responsabilità Sociale di Unipol, il numero e la tipologia delle Convenzioni stipulate negli ultimi anni rivestono particolare rilievo. Per questo è importante predisporre una comunicazione ricorrente basata su indicatori quali-quantitavi, come la dinamica dello sviluppo e della nuova produzione convenzionata, la composizione per portafoglio codificato, gli indici di penetrazione e le quote di mercato (rispetto alla platea dei destinatari degli Accordi), il profilo dei clienti convenzionati (anche rispetto alla sinistrosità), l'efficacia degli accordi operativi, etc..
  La costruzione di questi indicatori e l'utilizzo della reportistica dovrebbe essere concordata insieme alle Organizzazioni convenzionate e in una logica di coinvolgimento consapevole e di partecipazione.
  Infine, è stata accolta con favore la proposta di mettere in relazione lo sviluppo futuro delle Convenzioni nazionali con un'azione di sostegno economico ai progetti sociali promossi o realizzati dalla Fondazione Cesar.

Le tariffe e la liquidazione dei sinistri

Il tema delle tariffe e quello della liquidazione dei sinistri sono strettamente collegati tra loro: la tariffa è il risultato di un modello matematico in cui rientrano diversi fattori, tra cui uno degli elementi determinanti è, appunto, quello dei sinistri. All'interno di quest'ultimi si possono distinguere i tre aspetti relativi ai costi del risarcimento, della gestione e dell'intermediazione del sinistro. È importante lavorare su questi elementi per rendere più competitiva la tariffa.

In generale, i partecipanti auspicano un intervento più risoluto sul tema delle tariffe, in quanto rappresenta uno degli argomenti chiave dal punto di vista della coerenza tra valori di riferimento e Responsabilità Sociale per un'impresa assicurativa.

In merito al tema dei sinistri, sono stati approfonditi alcuni punti relativi a costi e servizi su cui la Compagnia dovrebbe insistere per garantire un'efficienza in termini di costi:

- L'efficienza di un servizio è legata ad ogni fase della gestione del sinistro; esistono problematiche fin dal momento della denuncia (come i ritardi), che si ripercuotono su tutto il processo, fino a forme di autoalimentazione del contenzioso.
  Il servizio passa anche attraverso la formazione e professionalità degli operatori che fanno parte della filiera.
  Un aspetto da valutare è, quindi, il controllo di tutte le attività che vengono date in appalto a periti, medici, carrozzieri che, in quanto imprenditori privati, spesso hanno un'ottica diversa da quella di fornire un servizio unitario e di qualità al danneggiato, coerentemente agli obiettivi aziendali.
  Un ulteriore elemento che incide sull'efficienza del servizio riguarda le frodi assicurative. Le cifre presentate nel corso delle relazioni tecniche (ben 10.000 sinistri connessi a reato nel corso del 2003) evidenziano un aumento delle forme di criminalità legate ai sinistri.
- In merito alle spese di gestione del sinistro, si sottolinea come in Italia vi sia stato finora uno scarso ricorso al CID, che ha un'importante funzione di eliminazione della maggior parte delle spese di intermediazione del sinistro. Il problema di fondo è la ricerca di strumenti e meccanismi che permettano di convincere l'assicurato a rivolgersi alle carrozzerie convenzionate con la Compagnia attraverso, ad esempio, l'offerta di vantaggi tariffari.
- Apprezzamenti e consensi ha avuto il sistema Unibox per la sua potenzialità nel favorire la personalizzazione della tariffa, la possibilità di ricostruire la dinamica degli incidenti e la sua utilità a favore della prevenzione.
- L'esperienza acquisita tramite Unibox può consentire alla Compagnia di sviluppare prodotti anche attraverso il supporto delle Associazioni dei Consumatori, con forte valore innovativo, quale ad esempio la formazione della polizza a Km, che consente al consumatore di pagare un prezzo maggiormente legato al reale utilizzo del veicolo.
- Apprezzamento particolare ha riscontrato anche la proposta della Franchigia Fruttuosa e una curiosità è stata manifestata sul suo futuro accoglimento da parte degli utenti. La Franchigia, infatti, da sempre è vista da alcune Organizzazioni dei Consumatori come uno degli strumenti di mitigazione della tariffa.
- Un'ulteriore spinta alla riduzione della polizza può derivare da un eventuale ricorso massiccio alla Conciliazione, dalla quantificazione dei vantaggi ricevuti dalla Compagnia e dalla possibilità di trasferire tali vantaggi a favore della riduzione dei costi della polizza RC Auto, creando una sorta di circolo virtuoso.
- Viene apprezzata l'iniziativa intrapresa da Unipol Assicurazioni in merito alla decisione di passare da una logica di tariffazione "sul proprietario" ad una "sul conducente" del veicolo. Sarebbe interessante trovare strumentazioni simili in grado di valorizzare la condotta virtuosa del singolo (vedi patente a punti).
- Un'ulteriore indicazione è emersa sul fronte della prevenzione del sinistro, su cui è possibile incidere attraverso la tariffa: si può far leva sull'assicurato incentivandolo ad acquistare una serie di sistemi di sicurezza presenti sull'auto (*airbag* nel lato del passeggero, auto con particolari allestimenti, etc.).

- La Compagnia ha fatto presente che le mancate riforme su alcuni versanti incidono sulla riduzione dei costi:
  a) non sono ancora stati regolamentati i criteri di liquidazione dei sinistri con lesioni oltre i 9 punti e il tribunale di Milano ha recentemente aggiornato, incrementandoli, i parametri da utilizzare;
  b) la disdetta dell'accordo ANIA/OO.AA. (Organizzazioni degli Artigiani) ha creato, per ora, una situazione di incremento del costo orario della manodopera non controllato; la Compagnia ha attivato politiche di convenzionamento con le carrozzerie fiduciarie, che però non possono dare risultati significativi sul versante della RCA perché non è possibile "canalizzare" il terzo presso le carrozzerie;
  c) si prosegue nella ricerca di una migliore gestione con investimenti in informatica e, per quanto riguarda il Gruppo Unipol, con un modello organizzativo che prevede un'adeguata presenza territoriale ed una spesa formativa sulle risorse umane senza precedenti.

La Conciliazione

- Da più parti si è riscontrato un segnale di insoddisfazione in merito alla mancata diffusione dello strumento della Conciliazione, che sembra "*non avere le gambe per camminare*".
  Sebbene questo strumento abbia in sé grandi potenzialità, in quanto capace di incidere sulla riduzione dei costi delle Compagnie e degli assicurati che vanno in contenzioso, e nonostante sia stato sviluppato, incrementato e diffuso sul territorio attraverso corsi e iniziative, sembra essere stato abbandonato successivamente, non avendo prodotto i risultati sperati.
- Tra le proposte emerse per valorizzare la Conciliazione vi è la promozione di periodici incontri con i consumatori, volti a sviluppare e diffondere i suoi vantaggi. L'obiettivo principale è far diventare la conciliazione non solo un elemento razionale sulla carta ma un fattore interno e naturale della relazione assicurazione-cliente. Un ulteriore elemento di incentivazione all'utilizzo di questo strumento potrebbe essere lo studio di proposte incentivanti.
- La Compagnia ha riconfermato il valore e l'importanza della Conciliazione, registrando i rilievi sollevati dalle stesse Associazioni che hanno firmato l'accordo. Si ribadisce la disponibilità della Compagnia a far funzionare l'accordo, poiché la potenzialità prevista di produrre risultati concreti potrebbe essere il modo più efficace per discutere alcune modifiche relative all'accordo sulla Conciliazione. La Compagnia, inoltre, riafferma il forte legame tra CID Lesioni e Conciliazione; occorre lavorare ulteriormente per migliorare l'informazione agli utenti: la CID Lesioni, ad esempio, ha poco spazio anche nei siti internet delle stesse Associazioni.
- Il tema dei protocolli è oggetto di raccomandazione da parte delle Associazioni dei Consumatori. Fino ad ora sono stati siglati accordi solamente con ANIA, mentre le Associazioni dei Consumatori ritengono opportuno "*aprire una stagione di protocolli e di collaborazione diretta anche con le singole Compagnie*". Questa proposta comporta, coerentemente agli accordi in sede ANIA, l'apertura di un confronto in sede aziendale e l'individuazione di specifiche tematiche su cui costruire impegni ben definiti. Anche su questo, secondo alcune Associazioni dei consumatori, "*si gioca la sfida della Responsabilità Sociale*" per Unipol.

La Responsabilità Sociale di Impresa e il Bilancio Sociale di Unipol

- A Unipol viene riconosciuto un importante ruolo trainante sul tema della Responsabilità Sociale di Impresa, proprio per l'impegno profuso a favore di un nuovo modo di fare economia. Le Associazioni dei Consumatori appaiono più critiche verso la Compagnia, poiché le attese in termini di attenzione ai problemi sociali dei lavoratori e dei consumatori sono particolarmente alte.

  Si "punta" sulla Compagnia Unipol per l'inserimento nel mercato di iniziative sempre più innovative; per fare questo si richiedono sforzi ulteriori in merito a:

  - trasparenza e informazione più puntuale, attraverso la collaborazione delle Associazioni dei Consumatori sulle tematiche del settore assicurativo;
  - partecipazione a tavoli di confronto, che dovrebbero essere più frequenti;
  - avvio di una campagna informativa, di concerto con le Organizzazioni Socie, sul tema della previdenza integrativa, in modo da consentire ai lavoratori una scelta più consapevole.

  Il principio di trasparenza deve guidare la comunicazione verso l'assicurato, soprattutto per quanto riguarda le componenti che entrano all'interno della polizza e la costruzione del suo prezzo.

  È emersa, inoltre, una proposta di collaborazione tra la Compagnia e le Associazioni dei Consumatori e di rappresentanza dei cittadini, al fine di rendere i contratti assicurativi più trasparenti e più facilmente interpellabili da parte dei cittadini stessi.

  Il contenzioso, infatti, nasce spesso dall'unilateralità delle informazioni e dall'opacità dei contratti e questo problema potrebbe essere facilmente risolto grazie a un'informazione preventivamente studiata e realizzata, di comune accordo, da impresa e Associazioni dei Consumatori.

  Si propongono, quindi, kit informativi "concertati bilateralmente" sui vari prodotti.
- È stato espresso un generale apprezzamento per il Bilancio Sociale e la sua evoluzione; in particolare si sottolinea come il "*legare il tema del Bilancio Sociale alle Organizzazioni Socie*" consenta di cogliere l'essenza e la missione della Compagnia assicurativa. Si invita, pertanto, a proseguire nella direzione tracciata per garantire l'analiticità, la completezza dei dati e la trasparenza dei contenuti.
- È stato, infine, evidenziato positivamente come il Bilancio Sociale coinvolga gli stakeholder sulle tematiche specifiche delle diverse aree aziendali e sulle azioni e performance della Compagnia. In questo modo si favorisce la creazione di un dialogo e di un confronto con tutte le strutture tecniche e commerciali dell'azienda, e non limitato all'area delle relazioni esterne. Così facendo, il Bilancio Sociale crea un confronto continuativo e operativo tra l'impresa e i suoi stakeholder, e inserisce il processo di partecipazione nei processi decisionali del Gruppo.

Panel Agenti Unipol
Bologna, 4 Luglio 2005

Obiettivi

Il confronto diretto con la Giunta dell'Associazione Agenti Unipol rappresenta una tappa obbligata nell'ambito del processo di coinvolgimento degli stakeholder. L'inclusione di tali interlocutori acquista un valore significativo nella misura in cui il loro punto di vista riflette anche quello dei soggetti presenti nel territorio di riferimento (Associazioni del mondo del lavoro, comunità locale, Istituzioni, etc.), clienti con cui le Agenzie si confrontano quotidianamente.
Negli anni, il filo conduttore rimane la riflessione sul proprio ruolo sociale e l'impegno nella definizione di percorsi strutturati per evidenziare la distintività di Unipol e delle sue Agenzie in merito al tema della Responsabilità Sociale di Impresa (RSI).
Nello specifico, il panel realizzato aveva come obiettivi iniziali:

- diffondere presso gli Agenti la conoscenza dei contenuti e degli strumenti della Responsabilità Sociale delle Imprese;
- promuovere e sviluppare la partecipazione degli Agenti al processo di elaborazione del Bilancio Sociale di Unipol Assicurazioni;
- raccogliere indicazioni e suggerimenti per la gestione socialmente responsabile dell'attività di Unipol;
- presentare il Progetto di Responsabilità Sociale alle Agenzie Unipol;
- raccogliere suggerimenti e ipotesi di lavoro per lo sviluppo del Progetto.

Si è garantito un breve momento informativo-formativo finalizzato a fornire un inquadramento teorico dell'approccio alla Responsabilità Sociale di Impresa e una sessione di discussione in cui i partecipanti hanno espresso e condiviso opinioni su diversi ambiti:

- la Responsabilità Sociale di Impresa e Unipol;
- il ruolo delle Agenzie;
- il progetto "*Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale di Impresa - Obiettivo Barriere e Imparare Sicuri*".

Per la redazione della presente sintesi, inoltre, si sono acquisite le relazioni che i referenti della Giunta Agenti Unipol, incaricati di seguire i temi della Responsabilità Sociale d'Impresa e il progetto degli Agenti, hanno sviluppato in occasione del Congresso Nazionale degli Agenti Unipol tenutosi a Trieste il 6-7-8 Giugno 2005 e in occasione di questo specifico incontro.
Il programma previsto per il panel prevedeva la partecipazione del responsabile del progetto "Imparare Sicuri" promosso da Cittadinanzattiva, *partner* del progetto di Responsabilità Sociale degli Agenti, con l'obiettivo di illustrare i principali contenuti della campagna nazionale che si intende promuovere:

- sensibilizzare sul tema della sicurezza nelle scuole italiane di ogni ordine e grado;
- lavorare per il radicamento della cultura della sicurezza;
- creare collegamenti stabili tra le scuole e il territorio per la gestione comune dei rischi.

Partecipanti

GIUNTA AGENTI	
Francesco Saporito	Presidente A.A.U. agente Torino 1567
Vitalino Bedin	agente Portogruaro 2014
Salvatore Lauria	agente Siracusa 1871
Renato Mortarotti	agente Milano 1308
Antonio Novielli	agente Caserta 1316
Enzo Sivori	agente Sestri Levante 2102

SEGRETARIO AMMINISTRATIVO	
Corrado Angeloni	agente Sanremo 614

CONSORZIO UNI.CO SISTEMA	
Luigi Villani	Vice Presidente agente S. Severo 218
Cesare Baldiserri	agente Senigallia 1597
Gianpaolo Cadoni	agente Cagliari 1903

UNIPOL ASSICURAZIONI	
Franco Malagrinò	Resp. Unità Bilancio Sociale
Chiara Caselli	Coll. Unità Bilancio Sociale
Marisa Francione	Coll. Unità Bilancio Sociale

ENTI TERZI	
Valeria Fazio	SCS Azioninnova
Marco Lanzoni	SCS Azioninnova
Silvia Modena	SCS Azioninnova
Lorenzo Solimene	KPMG

Purtroppo per motivi organizzativi e la conseguente contrazione dei tempi dedicati alla discussione, non è stato possibile sviluppare questa parte della riunione; un incontro specifico su tale progetto sarà realizzato a Settembre con l'obiettivo primario di presentare e rendere operativo il progetto nelle singole Regioni.
Ha inoltre preso parte al panel un rappresentante della società di revisione KPMG, incaricata di attestare il Bilancio Sociale.

Sintesi dell'incontro

La Responsabilità Sociale di Impresa

Le considerazioni sulla Responsabilità Sociale di Impresa hanno preso avvio da una riflessione sulla distinzione tra impresa capitalistica e impresa cooperativa, sviluppata in un documento presentato dalla Giunta Agenti.
Lo spunto per la discussione è stato il riferimento agli articoli 41 e 42 della Costituzione, laddove si riconosce la funzione sociale dell'impresa e il suo dovere a svolgersi non in contrasto con l'utilità sociale. In particolare, si sono ribaditi i limiti dell'impresa capitalistica nel coniugare, nell'attività di direzione, il fine sociale con il calcolo economico. Di conseguenza, si potrebbe affermare che anche una "Responsabilità Sociale di Impresa", per quanto riguarda le imprese capitalistiche, è più difficile da realizzare.
Diverso è il ragionamento, invece, per l'impresa cooperativa, poichè oltre all'obiettivo di massimizzare, in termini di profitto, la soddisfazione degli interessi che in essa si esprimono, ha il vincolo di attenersi a un sistema di valori in cui si esprime la sua peculiarità e da cui discendono, coerentemente, la redistribuzione della ricchezza prodotta e gli utili dell'impresa.
I principi e i valori alla base della cooperazione, ossia quelli di mutualità, democrazia economica e solidarietà, sono elementi costitutivi della Responsabilità Sociale di Impresa: la realtà cooperativa contiene, quindi, già per natura le formule della "funzione sociale", dell'"utilità sociale" e, di conseguenza, di "Responsabilità Sociale di Impresa".
Le radici di stampo cooperativo e il patrimonio valoriale di riferimento consentono a Unipol Assicurazioni di partecipare alla costruzione di quel "valore sociale" che da sempre viene riconosciuto alle imprese dell'Economia Sociale ("*fare attività sociale fa parte del DNA dell'impresa*"). Attraverso il riconoscimento del valore della persona, della centralità dei clienti, della validità del rapporto continuo e sinergico con la comunità locale e con l'insieme della Società, l'attenzione verso la tutela dell'ambiente, Unipol "*vive e interpreta*" la sua Responsabilità Sociale. Già in queste prime considerazioni viene rivendicata a Unipol una specificità rispetto al mercato.
Per quanto riguarda il concetto di Responsabilità Sociale, gli Agenti condividono l'interpretazione secondo cui non si tratta del semplice riconoscimento di azioni isolate. La RSI non si traduce nella mera realizzazione di attività di filantropia, nell'attenzione verso i propri dipendenti attraverso la creazione di asili nido aziendali, nelle attività di smaltimento dei propri rifiuti, etc..
Essere socialmente responsabili significa per un'impresa avere una visione più ampia, prendendo in considerazione diversi aspetti che si inseriscono in un percorso globale complessivo.

È all'interno di questo contesto, in cui vengono valorizzati i rapporti che l'azienda intrattiene con tutti i suoi stakeholder, che si realizza il "contratto sociale", quale criterio di bilanciamento dei diversi interessi.
L'impresa socialmente responsabile, sia essa privata o cooperativa, è l'impresa che cerca di equilibrare, nella scelta di chi gestisce consapevolmente e responsabilmente l'organizzazione in un'ottica di compartecipazione e assunzione di responsabilità da parte di ogni stakeholder di riferimento, differenziandosi in tal modo dall'azienda che ha come unico obiettivo quello di fare profitti. Gli Agenti concordano, infatti, sull'idea che la Responsabilità Sociale di un'impresa consista nel raggiungere l'utile attraverso un modo diverso di condurre il proprio business e di creare ricchezza, nonché di distribuirla tra i diversi interlocutori. Questo nuovo modo di fare impresa si è esteso da Unipol a tutte le sue componenti e nello specifico ai suoi Agenti.
Viene riconosciuta, inoltre, l'esistenza di una filosofia di fondo fatta di valori, principi e sensibilità, che consente di prendere le distanze dal considerare la RSI come una "*medaglia o un riconoscimento*". Tra le diverse componenti del sistema di RSI di Unipol, il Bilancio Sociale ha un ruolo importante: per gli Agenti non è solo un mezzo di comunicazione, ma è uno strumento che ha acquisito nel tempo anche una funzione informativa e formativa dei vari pubblici di riferimento. Il Bilancio Sociale, inoltre, è divenuto promotore di partecipazione e di inclusione dei diversi stakeholder nelle attività aziendali.

La coerenza con i valori e la missione dell'azienda si esprime nel modo di essere e di fare impresa ("*la vera dimostrazione dell'essere socialmente responsabili si realizza nel lavoro di ogni giorno*"). Esempi concreti del modo di essere socialmente responsabili nell'esercizio della propria attività sono visibili in diversi ambiti:

- nel sistema di relazioni con la clientela, gli Agenti riconoscono la distintività di Unipol rispetto ad altre imprese per la sua capacità di porre sempre al centro dell'attenzione la soddisfazione dei bisogni degli utenti, prima ancora che la mera soddisfazione economica dell'azienda;
- a conferma del rapporto di correttezza e fiducia reciproca che lega l'azienda e i propri dipendenti viene evidenziato, da un lato, il livello ridotto di *turnover* tra i dipendenti così come tra gli Agenti, indice dell'elevata fidelizzazione e, dall'altro, la volontà dell'azienda di tutelare la stabilità e la sicurezza del posto lavorativo e di garantire la continuità dei rapporti di lavoro nei momenti di crisi o nei processi di ristrutturazione aziendale, come dimostrano i recenti casi di acquisizione e ristrutturazione;
- nelle operazioni quotidiane per gli Agenti, l'azienda esprime uno specifico modo di fare impresa basato sui principi di trasparenza, correttezza, mutualità che si traduce, ad esempio, nella responsabilità dell'approccio commerciale, nel rispetto dei tempi di liquidazione dei sinistri, nel coraggio di innovare radicalmente la tariffa RCA e di proporla al mercato;
- a fianco di Associazioni territoriali, nazionali e internazionali la Compagnia Unipol, insieme alla rete delle Agenzie, ha reso evidente il proprio impegno sociale e di solidarietà: tra gli interventi nel 2004 va citata la raccolta fondi per iniziative concrete di aiuto alle popolazioni colpite dalla tragedia del Sud-Est asiatico (come nel passato si è fatto per altre calamità).

Il ruolo degli Agenti

Gli Agenti sottolineano il rapporto consolidato con Unipol; l'essere "cresciuti" insieme e la comunanza di valori di riferimento hanno permesso lo sviluppo di una comune visione nel fare impresa, seppure a differenti livelli, che li rende distintivi rispetto ad altre imprese. In quanto parte del sistema Unipol, le Agenzie hanno metabolizzato le formule sociali fino a farle diventare parte integrante del loro modo di esistere, di operare e di sentirsi parte dell'Economia Sociale.

Sul tema della RSI, le Agenzie possono essere un punto di riferimento sul territorio sia portando all'attenzione dei diversi soggetti, istituzionali e non, le problematiche e le esigenze che emergono ("*siamo i sensori del mercato locale*"), sia impegnandosi attivamente in attività di solidarietà diffusa nella comunità di riferimento, di collaborazione con altri soggetti della Società Civile, compreso, anche iniziative di filantropia e di marketing sociale ("*siamo i terminali della responsabilità sociale di fare impresa*").

Gli Agenti hanno riconfermato la volontà di percorrere insieme a Unipol e alle sue Organizzazioni Socie la strada dell'impegno verso il sociale, declinando in modo operativo quella "sensibilità" che fa parte del loro patrimonio valoriale. Hanno condiviso, inoltre, la necessità di una strategia più organica ("*fare sistema*") rispetto alle iniziative sociali: questo implica intraprendere un percorso definendone le fasi, le risorse, i mezzi e garantirne l'implementazione anche attraverso un sistema di monitoraggio che sia in grado di rendicontare quanto viene fatto nel corso dell'anno, in modo da garantire la continuità dei progetti.

Il progetto

Tra gli strumenti con cui le Agenzie Unipol si impegneranno nel prossimo futuro nella diffusione della Responsabilità Sociale di Impresa vi sono i due ambiti del progetto "*Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa - Obiettivo Barriere e Imparare Sicuri*".

I rappresentanti della rete di Agenzie hanno espresso un apprezzamento per il progetto realizzato in *partnership* con Cittadinanzattiva, in quanto rappresenta un'occasione per sviluppare, in modo coordinato e coerente, l'impegno sociale delle Agenzie in attività concrete tese a contribuire allo sviluppo della sussidiarietà, della solidarietà e dell'impegno civile nella comunità locale.

Il progetto, che è una declinazione dello stile e del modo di essere di Unipol nella società, vede gli Agenti come il motore principale del dialogo con i vari stakeholder sul territorio.

Per quanto riguarda l'iniziativa "Imparare Sicuri", avviata nel corso del 2004, gli Agenti hanno ribadito l'impegno a sostenere il progetto in maniera attiva ("*ci impegneremo a dare corpo all'iniziativa*"), auspicando il coinvolgimento di un alto numero di Agenzie per avere un significativo impatto sociale. I prossimi passi vedranno la realizzazione operativa del progetto, valorizzando ulteriormente il modello di confronto con le parti interessate che ne stanno alla base, attraverso una prima serie di incontri a livello nazionale e regionale per rendere operativo il progetto.

Panel Dipendenti Unipol
Bologna, 26 Maggio 2005

Obiettivi

Anche per l'edizione relativa al 2004 del Bilancio Sociale, si è proseguito nel processo di coinvolgimento dei Dipendenti dell'azienda, attraverso un panel interamente dedicato. All'incontro hanno preso parte 16 collaboratori, selezionati in base a criteri che potessero garantire una adeguata rappresentatività per area aziendale, livello di professionalità e anzianità di servizio.

L'incontro ha cercato di cogliere le valutazioni dei partecipanti in merito al Bilancio Sociale - inviato preventivamente a tutti - e di stimolare e ottenere opinioni e suggerimenti relativi a una *policy* di Responsabilità Sociale coerente con la percezione dei valori di riferimento dell'azienda e delle imprese dell'Economia Sociale. Il *focus group* si è aperto con un momento formativo di approfondimento teorico, al fine di condividere i presupposti per la discussione, fornendo e condividendo le principali nozioni di base sul tema della Responsabilità Sociale.

Le macroaree su cui si è focalizzata l'attenzione hanno riguardato:

- il percorso di consolidamento della Responsabilità Sociale d'Impresa, con alcune nozioni in merito a significato, benefici e strumenti operativi;
- il Bilancio Sociale di Unipol Assicurazioni, quale strumento all'interno del complesso sistema di RSI. Sono stati analizzati i processi evolutivi che hanno caratterizzato il documento negli ultimi anni e, conseguentemente, sono stati evidenziati gli obiettivi di miglioramento per il 2005.

I partecipanti al panel sono stati successivamente divisi in gruppi per la discussione.

Infine, la sessione plenaria - a conclusione del panel - ha favorito la condivisione dei risultati delle discussioni. Il *focus group* è stato condotto con il supporto della società di consulenza e in assenza dei dirigenti di Unipol, per permettere ai Dipendenti partecipanti una più libera espressione delle proprie opinioni, non condizionata o vincolata. A favore della totale trasparenza del processo, è utile sottolineare la partecipazione al panel di un revisore della KPMG, società incaricata di svolgere l'attestazione del Bilancio Sociale.

Sintesi dell'incontro

Chiamati a esprimere liberamente valutazioni e suggerimenti, i Dipendenti hanno mostrato vivo interesse per il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa. Dall'incontro è emerso un diffuso apprezzamento per l'iniziativa di coinvolgimento realizzata esplicitando, inoltre, la volontà di avere maggiori occasioni per un confronto diretto con i vertici dell'azienda.

I partecipanti sono stati incoraggiati a riflettere:

(1) sulle modalità con cui la RSI può influenzare i processi caratteristici dell'azienda (si è discusso su quali possano essere le azioni da porre in atto nell'attività corrente per rendere operativa la Responsabilità Sociale ad ogni livello) e

(2) sulle modalità attraverso cui la RSI può tradursi in un impegno concreto a

Partecipanti

Giuseppe Bottari	Proc.re e Ass.za Sist. Liq.vi
Pierluigi Cantelli	Ramo Vita
Gioia Capecchi	Ramo Vita
Alessandra Cevolani	Sertel Sala A
Martina Cito	BDG Controllo Economico
Sabrina D'Angelo	Sertel Sala B
Roberto Gasparotto	Rev. Area Sinistri
Luigi Grannò	SW Vita Individuali Trad.li
Mauro Griesi	Uff. PTF Broker
Marco Lokar	Staff Divisione Commerciale
Marco Mariani	Unipol Risponde
Valeria Pancaldi	Uff. Riass. Pass. Rami Danni
Paolo Proietti	Contr. Sx/Delega Altri
Serena Resca	Contr. BDG Costi Generali
Angelo Rossello	Posta Commessi e Decadi
Enrico Soverini	Sertel Sala A

Franco Malagrinò	Resp. Unità Bilancio Sociale
Chiara Caselli	Collab. Unità Bilancio Sociale
Marisa Francione	Collab. Unità Bilancio Sociale

ENTI TERZI

Valeria Fazio	SCS Azioninnova
Silvia Modena	SCS Azioninnova
Stefano Romagnoli	KPMG

beneficio della collettività (sono emerse delle possibili azioni di solidarietà, impegno civile e cittadinanza d'impresa che abbiano un impatto positivo per l'intera comunità).
Per entrambe le riflessioni i partecipanti sono stati invitati altresì ad indicare i beneficiari delle azioni suggerite (azienda, Dipendenti e vari stakeholder).
Considerando le esigenze dei Dipendenti di Unipol, prima di tutto in quanto "cittadini" della comunità in cui l'azienda opera, sono emersi interessanti spunti che potrebbero avere un impatto rilevante sulle performance sociali e ambientali dell'impresa.
I partecipanti al panel si sono ritrovati nella condivisione di una visione e di un approccio alla Responsabilità Sociale di Impresa che coniughi il raggiungimento del profitto con la volontà/capacità di soddisfare le esigenze dei clienti e degli altri stakeholder, consentendo un aumento del vantaggio competitivo rispetto ai competitors e un miglioramento della reputazione aziendale.

La gestione dell'attività caratteristica

L'attenzione alla valorizzazione del Dipendente - attraverso modalità diverse - è stata al centro della discussione in merito ai processi interni: un consistente investimento sulla formazione e sulla comunicazione interna, oltre a favorire una maggiore motivazione, identificazione e attaccamento all'azienda, potrebbe tradursi anche in un miglioramento del servizio offerto ai clienti.
Quanto alla gestione caratteristica, viene riconosciuta, inoltre, la capacità di Unipol di "leggere" la realtà sociale ed economica in cui nascono i bisogni di lavoratori e cittadini, fornendo risposte alle correnti problematiche sociali e ambientali. Più nel dettaglio:

- si auspica maggiore attenzione e rispetto (da parte di Unipol) verso i propri Dipendenti. Come presupposto, sarebbe necessaria un'analisi dei bisogni articolabili in:
  - *personali* (relativi al singolo Dipendente);
  - *culturali* (pertinenti alla diffusione di informazioni di carattere generale, quali - per esempio - i meccanismi di funzionamento delle assicurazioni negli altri Paesi europei, le strutture delle altre società del Gruppo, in modo da superare un visione settoriale e - soprattutto - circoscritta alla posizione e al ruolo ricoperto dal singolo);
  - *professionali* (riferendosi agli aspetti del ruolo e dei meccanismi di crescita professionale).
- Permanendo sul fronte più strettamente professionale, la forte valorizzazione delle risorse umane potrebbe essere sostenuta dall'offerta formativa: Unipol potrebbe valorizzare l'attività di informazione e formazione rivolta ai Dipendenti - e ai neoassunti - evidenziandone il carattere di continuità. Questo si tradurrebbe in benefici per l'azienda - in termini di efficienza ed efficacia organizzativa - e, di conseguenza, per il cliente finale, in termini di un migliore servizio e di una maggiore qualità dello stesso.
- Nell'ambito della definizione delle tariffe, viene enfatizzata la dimensione relativa alla tutela dell'ambiente: i partecipanti propongono una tariffazione diversificata che miri a incentivare l'utilizzo di mezzi meno inquinanti. La logica sottesa a tale proposta sarebbe volta alla valorizzazione dei soggetti che operano scelte consapevoli in termini di rispetto per l'ambiente.

Per l'azienda il ritorno sarebbe un miglioramento della propria reputazione e "dell'immagine sostenibile".

- In tema di prodotti, la discussione si è indirizzata verso:
  - il ruolo significativo che l'azienda è in grado di svolgere nella promozione e nella diffusione di strumenti di previdenza integrativa (Long Term care), rispondendo a bisogni sociali che stanno sempre più emergendo (quali, ad esempio, quelli concernenti la tutela degli anziani non autosufficienti);
  - la necessità di una comunicazione più chiara sui vantaggi che i prodotti Unipol hanno, rispetto a quelli dei competitor. Un maggiore sforzo comunicativo sulle garanzie, sui costi, etc. consentirebbe di rendere visibili all'esterno gli elementi di differenziazione dell'offerta di Unipol ai clienti che le permettono di distinguersi sul mercato.

I progetti per la comunità

I Dipendenti hanno evidenziato la rilevanza del ruolo sociale ed educativo che Unipol potrebbe svolgere verso la comunità esterna, proponendo - su questo fronte - differenti linee di intervento.

- Un elemento di particolare importanza è legato alle tipologie di rischi ricorrenti nella fascia di popolazione rappresentata dagli adolescenti: si suggerisce la realizzazione di una ricerca sul tema, auspicabilmente effettuata dalla Fondazione Cesar con il supporto di esperti e associazioni che promuovono la sicurezza stradale (come, ad esempio, SicurStrada).
  I vantaggi conseguenti vengono individuati:
  - nel miglioramento della reputazione dell'impresa, che dimostra, in tal modo, una maggiore attenzione verso le problematiche giovanili;
  - nell'utilizzo di un differente ed efficace canale di comunicazione con i giovani;
  - nell'approccio ad un potenziale - nel breve/medio periodo - target di clientela.

  La diffusione di questo intervento potrebbe avvenire con il naturale coinvolgimento delle scuole, e una capillare diffusione dei risultati della ricerca attraverso i canali di comunicazione dell'azienda (ad esempio, il sito web).
- Un'ulteriore sfera di interesse riguarda il tema della formazione al lavoro: Unipol, che già negli ultimi anni ha dato notevole contributo all'inserimento occupazionale dei giovani, potrebbe promuovere stage e borse di studio che rappresenterebbero un momento fondamentale di formazione lavorativa e di acquisizione di conoscenze specifiche (anche al fine di un'eventuale futuro inserimento).
- Il coinvolgimento dell'impresa in attività che abbiano un'utilità sociale è un ulteriore tema emerso nell'ambito del panel: proattivamente i Dipendenti hanno riflettuto su come potrebbero mettere le proprie competenze e conoscenze al servizio della comunità locale.
  È, infatti, emersa una volontà ad attivarsi in iniziative a favore di categorie deboli della Società. Un esempio potrebbe essere quello di trasferire - tramite momenti di formazione - le proprie conoscenze in ambito informatico o nell'ambito della sicurezza domestica a favore degli anziani: questo si

tradurrebbe in un aumento della fiducia nei confronti dell'azienda e nella soddisfazione dei Dipendenti per aver contribuito ad azioni concrete di solidarietà e impegno civile.

- Iniziative a favore dei Dipendenti e della comunità esterna sono, inoltre, legate al problema della conciliazione tra vita privata e lavoro: nell'ottica del miglioramento della soddisfazione dei Dipendenti, di una maggiore compatibilità tra strutture produttive e comunità locale, Unipol potrebbe assumere il ruolo di capofila verso altre imprese e verso il comune di Bologna per la realizzazione di un asilo nido e/o spazi educativi.
  L'intervento dovrebbe essere pensato con una logica allargata, in modo da coinvolgere anche i dipendenti delle imprese circostanti e gli abitanti dei quartieri limitrofi, offrendo una risposta concreta ai bisogni di tutela e di sostegno alle famiglie.
- Per i Dipendenti è di particolare interesse, come emerso dal panel, il tema dell'ambiente: denunciano il forte impatto dei problemi relativi alla logistica che ogni giorno provoca un intenso traffico veicolare intorno alla sede di via Stalingrado. Partendo dal presupposto che "*un'azienda come la nostra, per il solo fatto di esistere ha un impatto sull'ambiente circostante*", l'attenzione verso la riduzione dell'inquinamento atmosferico, dovuto agli spostamenti casa-lavoro, si potrebbe concretizzare nella proposta di interventi di "mobilità sostenibile" quali, ad esempio, lo sviluppo di convenzioni specifiche con l'Azienda di Trasporti Pubblici ATC. Inoltre, è auspicabile un ruolo di Unipol come promotore di azioni sinergiche con le Istituzioni locali e con le realtà aziendali vicine (ad esempio, le aziende del Fiera District), nello sviluppo di un modello di mobilità sostenibile.
- Rimanendo sempre all'interno delle tematiche ambientali, è percettibile la sensibilità da parte dei Dipendenti per il miglioramento dell'impatto ambientale delle attività caratteristiche della gestione corrente.
  Nello specifico, l'impegno dell'azienda dovrebbe andare nella riduzione dell'impatto derivante dal consumo di carta, riducendone al minimo lo spreco. Ad esempio, si guarda con favore all'utilizzo di soluzioni tecnologiche utili a tal fine, consentendo la diffusione di documenti ottici, soprattutto in alcune fasi dei processi (come la verifica).
- È stata colta l'importanza della collaborazione fra Unipol e le Associazioni attive nella tutela ambientale, tramite sponsorizzazioni o collaborazioni a progetti. I Dipendenti si sentono parte attiva del processo, mostrando una diffusa e condivisa volontà di stimolare l'azienda affinché promuova iniziative di questo genere. In sintesi, è stato più volte ribadito che tali interventi, oltre a permettere la riduzione dell'impatto ambientale, consentirebbero un rafforzamento dell'immagine aziendale e avrebbero un riflesso positivo sulla vita dei Dipendenti e, più in generale, sulla collettività.

Attività di miglioramento proposte dagli stakeholder

Panel Multistakeholder

- *Convenzioni*: viene riconfermato il valore di questo strumento che sottolinea il legame tra Unipol e le Organizzazioni Socie. Viene proposto di allargare questo rapporto anche ad altre imprese del Gruppo, in primis Unipol Banca e Unisalute, e di estenderlo anche alle Organizzazioni della Società Civile e alle ONG (Organizzazioni Non Governative).

- *Politica Tariffaria e Sinistri*: ne esce rafforzato il rapporto tra la Compagnia e le Organizzazioni dei Consumatori, al fine di rilanciare il confronto e ribadire il valore della Conciliazione e del CID lesioni.

- *RSI*: consenso verso i progetti di Responsabilità Sociale soprattutto se legati all'attività primaria della Compagnia, in funzione del valore sociale di Unipol (RC Auto, Vita, Previdenza Integrativa).

Panel Agenti

- *RSI*: viene ribadita la necessità di una strategia di responsabilità comune che coinvolga tutti gli interlocutori della filiera.

- *Ruolo degli Agenti*: viene confermata l'importanza del loro impegno diretto sul territorio sui temi della solidarietà, della Responsabilità Sociale e della cittadinanza attiva (vedi il progetto "*Dalla sensibilità alla Responsabilità Sociale d'Impresa*").

Panel Dipendenti

- *RSI*: anche i Dipendenti sono stakeholder su cui misurare e con cui costruire la Responsabilità Sociale di Impresa. Viene chiesto un impegno maggiore in attività di formazione e comunicazione interna.

- *Ruolo dei Dipendenti*: i Dipendenti possono portare competenze, sensibilizzazione e risorse per ampliare le strategie di Responsabilità Sociale verso l'ambiente, la comunità locale e la solidarietà.

La Valutazione dei Panel

Il coinvolgimento degli stakeholder è la strategia chiave di qualsiasi processo di gestione responsabile ed implementazione del Bilancio Sociale. Consente, infatti, all'impresa di comprendere e bilanciare le aspettative dei suoi interlocutori chiave, fare il punto della situazione sulle proprie attività di RSI, valutare la coerenza tra obiettivi dichiarati e risultati raggiunti.
Uno strumento di coinvolgimento innovativo per "dar voce" agli stakeholder è stato, quest'anno, la compilazione di una scheda di valutazione distribuita ai partecipanti dei diversi panel. Gli obiettivi principali sono stati la raccolta di pareri e lo scambio di informazioni in merito a:

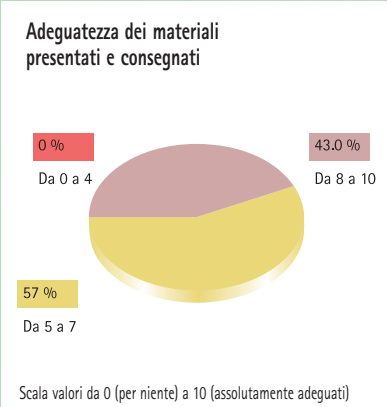
- i punti di forza e di debolezza del panel cui si è partecipato;
- le generali modifiche e suggerimenti sui temi affrontati e sull'organizzazione/gestione dell'incontro;
- i punti di forza e debolezza del Bilancio Sociale;
- i suggerimenti e indicazioni in merito al processo di coinvolgimento degli stakeholder.

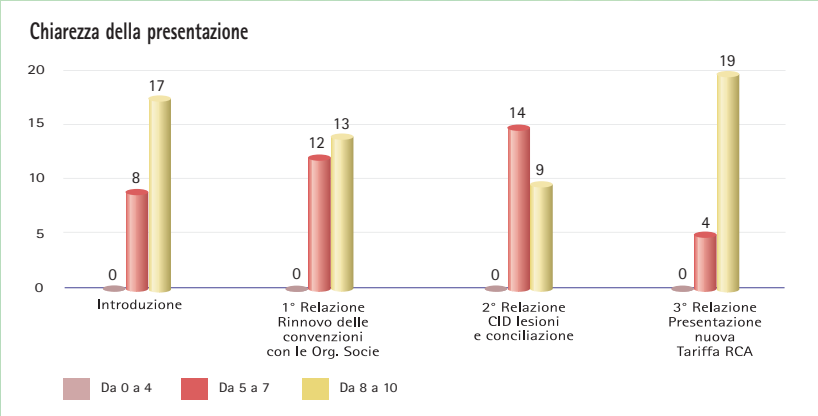
Le valutazioni sono state espresse sulla base di domande che prevedevano una scala di giudizio da 1 a 10 (per niente - molto) e che, inoltre, davano la possibilità di indicare eventuali suggerimenti e integrazioni.
Vengono di seguito riportate le considerazioni emerse rispetto a ciascun panel.

A) Panel Multistakeholder

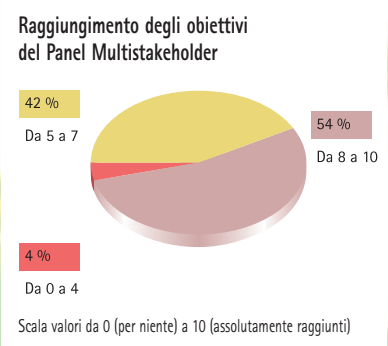
La valutazione è stata effettuata sulla base di 26 questionari compilati su 36 partecipanti.
Per quanto riguarda l'adeguatezza dei materiali consegnati e la chiarezza delle relazioni presentate si registra, nel caso del panel Multistakeholder, una valutazione molto positiva.
Emergono alcuni spunti in merito alle relazioni presentate sulle tematiche assicurative, da tenere in considerazione per i prossimi incontri:

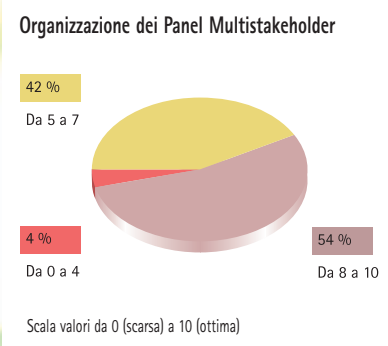
- introdurre più riferimenti ad esempi reali in modo da "attualizzare" i temi affrontati;
- esprimere in modo più marcato il concetto relativo all' "operare in termini di sistema" tra la Compagnia, gli Agenti e le Organizzazioni Socie;
- evidenziare le implicazioni sociali dei servizi assicurativi offerti.



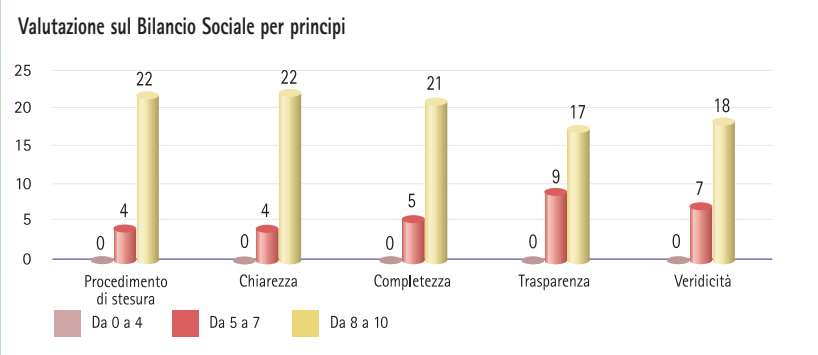


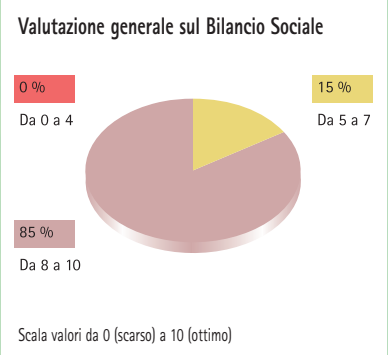
Per la maggior parte dei partecipanti gli obiettivi del panel multistakeholder sono stati raggiunti, in particolare per quanto concerne il confronto con la Direzione aziendale su tematiche specifiche di strategia e gestione aziendale legate al *core business*.





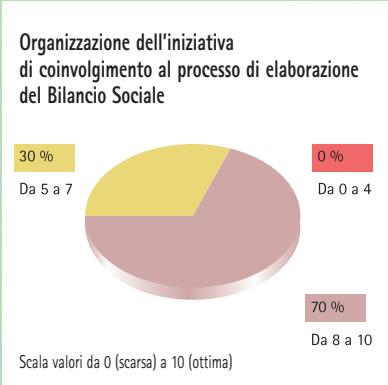
I partecipanti hanno espresso, inoltre, suggerimenti sulla necessità di sperimentare ulteriori momenti di confronto e di realizzare tavoli specifici con tutti gli interlocutori chiave di Unipol coinvolgendo, in termini "*più compiuti*", soprattutto gli stakeholder "cliente" e "socio".
Il Bilancio Sociale è particolarmente apprezzato, le valutazioni espresse in merito registrano i valori più elevati nella scala. Il riconoscimento del valore aggiunto del Bilancio Sociale di Unipol è accompagnato dall'invito a garantire una più diffusa conoscenza del documento.





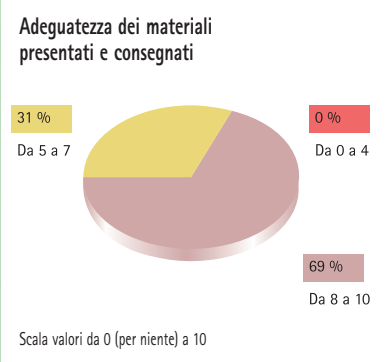
L'iniziativa di coinvolgimento nel processo di elaborazione del Bilancio Sociale è valutata, nel complesso, molto favorevole. Tra le indicazioni emerse su come impostare in futuro il processo di consultazione, troviamo:

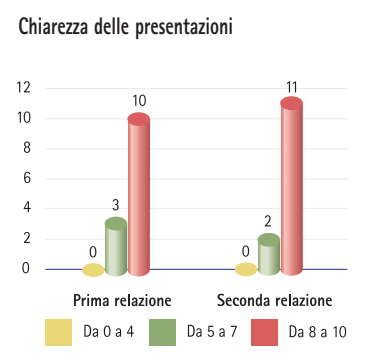
- la necessità di dedicare maggiore tempo alla discussione, vista la complessità delle tematiche affrontate;
- l'auspicio di ulteriori momenti di confronto: si evidenziano, in particolare, i caratteri di continuità, periodicità e territorialità, realizzando seminari e panel su temi specifici, quali lo sviluppo della tariffa RC Auto, etc.;
- l'estensione dell'iniziativa di coinvolgimento a tutte le altre aziende del Gruppo.



B) Panel Dipendenti

La valutazione è stata effettuata sulla base di 14 questionari compilati su un totale di 16 partecipanti.
Da segnalare, quest'anno, la modalità di selezione dei partecipanti all'incontro. Il campione rappresentativo dei Dipendenti è stato, infatti, scelto dalla Direzione del Personale, a conferma della volontà del management di Unipol di rendere il coinvolgimento degli stakeholder sempre più una modalità permanente di partecipazione dei Dipendenti alla vita dell'azienda.
In merito alla conduzione del panel è stato espressa una buona valutazione: la maggior parte dei partecipanti ha giudicato adeguati e completi i materiali informativi consegnati e valutato chiare le relazioni introduttive che hanno rappresentato un momento formativo/informativo particolarmente significativo sul tema della Responsabilità Sociale e, in particolare, sul Bilancio Sociale di Unipol.

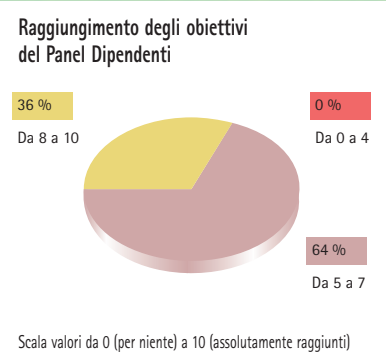




Ai partecipanti è stato poi chiesto di esprimere una valutazione rispetto all'organizzazione del panel e al raggiungimento degli obiettivi dell'incontro, ossia quelli di:

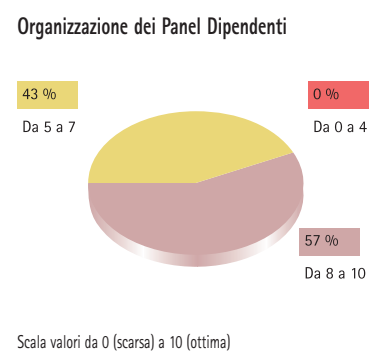
- potenziare l'efficacia del coinvolgimento degli stakeholder nel processo di rendicontazione sociale d'impresa;
- impostare il confronto su tematiche specifiche di strategia e gestione aziendale legate al *core business*;
- raccogliere indicazioni su come impostare in futuro il processo di coinvolgimento degli stakeholder per farne uno strumento sempre più centrale nel percorso di stesura del Bilancio Sociale.

Il giudizio in generale è positivo: l'incontro ha permesso ai partecipanti di comprendere meglio sia come il Bilancio Sociale si integri nelle strategie dell'azienda, sia il processo di realizzazione e i contenuti del documento. Sono stati espressi apprezzamenti anche in merito alle modalità di organizzazione e di conduzione del panel che, grazie al suo carattere interattivo, ha stimolato l'attenzione dei partecipanti incoraggiandoli ad una discussione vivace (*"siete stati bravi ed esaltanti" "ci siamo motivati!"*).



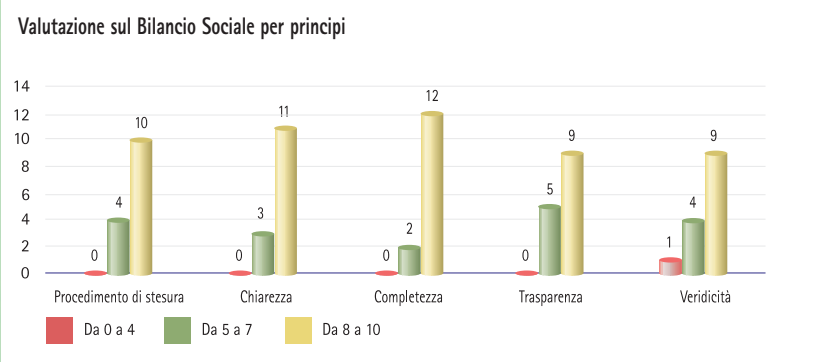
Tra gli spunti di miglioramento sono emerse:

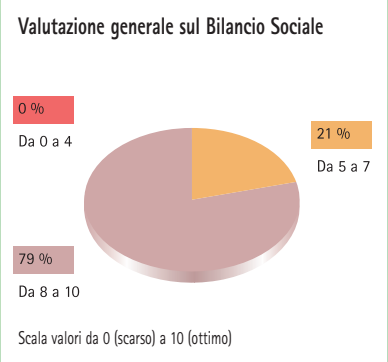
- l'opportunità di prevedere una continuità del coinvolgimento, garantendo incontri ripetuti sul tema della Responsabilità Sociale, visti non solo come occasione formativa, ma soprattutto come momenti di ricarica motivazionale e, di conseguenza, di miglioramento del clima interno aziendale.



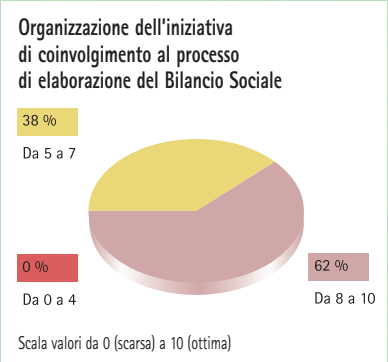
- la necessità di disporre di maggiore tempo per garantire ai gruppi di lavoro una riflessione più approfondita delle tematiche affrontate: si suggerisce per l'anno successivo l'organizzazione del panel nell'arco di una intera giornata, alternando i momenti di lavoro di gruppo a sessioni plenarie e ad ulteriori fasi di approfondimento.

In merito alla valutazione sul Bilancio Sociale si è riscontrato un giudizio favorevole rispetto a procedimento di stesura, chiarezza, completezza, trasparenza e veridicità. Viene riconosciuto l'impegno per la realizzazione di un documento che rimane per alcuni la "fonte primaria per capire Unipol" e che contribuisce a costruire e rafforzare un'immagine e una reputazione positiva dell'impresa.
Sono stati espressi inoltre apprezzamenti sulla modalità di realizzazione del documento, che prevede un forte coinvolgimento degli stakeholder, costituendo l'occasione più significativa per favorire la partecipazione dei Dipendenti alla vita aziendale.





La valutazione globale in merito all'iniziativa di coinvolgimento al processo di elaborazione del Bilancio Sociale che ha interessato i Dipendenti è sicuramente positiva. I partecipanti al panel suggeriscono di svolgere ulteriori momenti di confronto tra l'azienda ed il personale: il processo di consultazione relativamente al Bilancio Sociale richiede l'utilizzo di diversi canali (ad esempio telefonico, informatico, etc.), che consentano agli stakeholder di comunicare con l'impresa non solo durante incontri organizzati ma in qualsiasi momento in cui si desideri esprimere suggerimenti e richieste.
In merito a queste considerazioni, va evidenziato che Unipol ha previsto l'implementazione della pagina del sito web per migliorare la comunicazione ed il dialogo con i suoi stakeholder sul tema dell'impegno dell'azienda nell'ambito della RSI.



La Valutazione dei Lettori

Il questionario di valutazione del Bilancio Sociale di Unipol rappresenta un valido strumento per verificare il consenso dei lettori in merito non solo al documento ma anche alle attività svolte dall'azienda rispetto al tema della Responsabilità Sociale.

Il questionario, accessibile sul sito web dell'azienda e presente in forma cartacea in appendice al Bilancio Sociale, è stato compilato da 86 lettori. La scheda, che ha mantenuto la stessa struttura dell'anno precedente, si compone di tre sezioni principali, finalizzate a raccogliere giudizi in merito a:

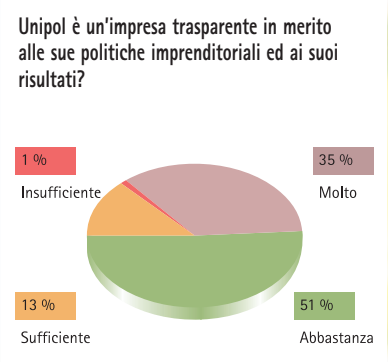
- Unipol e la RSI
- Unipol e il Bilancio Sociale
- Unipol e il mercato.

La valutazione è stata espressa a partire da una scala di giudizio che prevedeva 4 opzioni (da "molto" a "insufficiente") ed è risultata complessivamente soddisfacente, confermando il giudizio che nella precedente edizione l'azienda aveva ottenuto sugli stessi item.

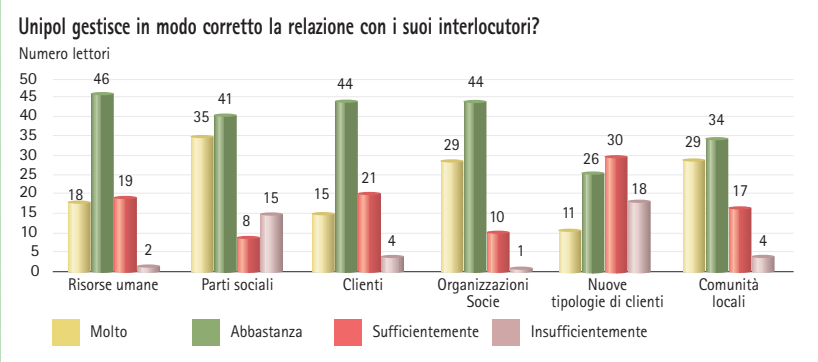
Di seguito vengono riportati i principali risultati pervenuti.

Sezione 1: Unipol e la Responsabilità Sociale

Raccogliere informazioni su come Unipol viene percepita in quanto impresa socialmente responsabile è stato l'obiettivo di questa sezione, con particolare riguardo al modo in cui viene declinata la RSI nel rapporto con i diversi stakeholder. In generale, si segnala l'apprezzamento dei lettori per il Bilancio Sociale come veicolo principale delle informazioni sulle strategie di Responsibilità Sociale dell'Impresa.
Per quanto riguarda il grado di trasparenza con cui l'azienda comunica in merito alle sue politiche e ai suoi risultati, è stata espressa una buona valutazione da ben l'86% dei lettori.



A livello complessivo Unipol si conferma un'azienda attenta alle esigenze dei suoi diversi stakeholder: i valori più elevati ("molto" e "abbastanza") si riscontrano nel rispetto dimostrato verso la gestione delle risorse umane, nel dialogo propositivo con le rappresentanze delle Organizzazioni Socie e dei Consumatori, nella gestione della relazione con le parti sociali in modo corretto e propositivo.



Elementi di criticità sembrano cogliersi, invece, nel rapporto tra l'azienda e le nuove tipologie di clienti (lavoratori atipici, liberi professionisti, immigrati, etc.): 18 lettori su 86 (21% del totale) ritengono, infatti, non sufficientemente presidiato il livello di attenzione dell'azienda verso la soddisfazione delle esigenze di questa particolare categoria di stakeholder.

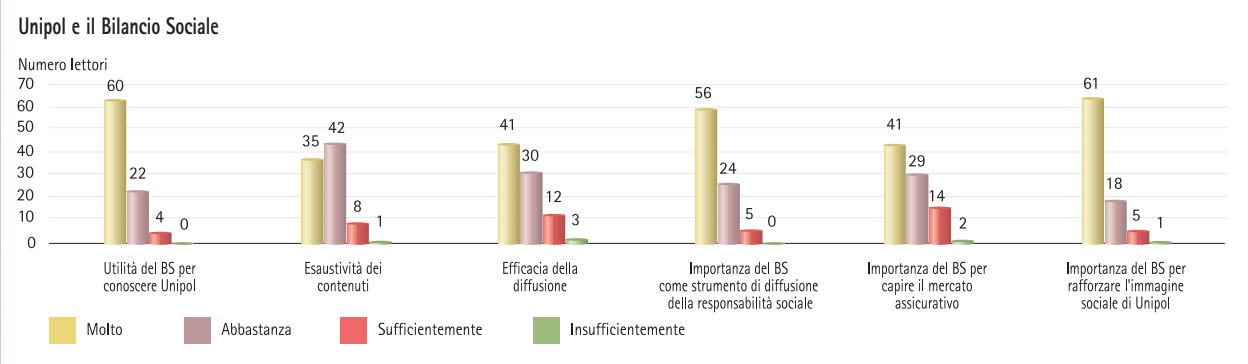
Ben il 93% ha espresso un giudizio favorevole sul ruolo che Unipol assume nella diffusione della Responsabilità Sociale: in particolare oltre il 66% riconosce l'azienda come testimonial molto importante.

Sezione 2: Unipol e il Bilancio Sociale

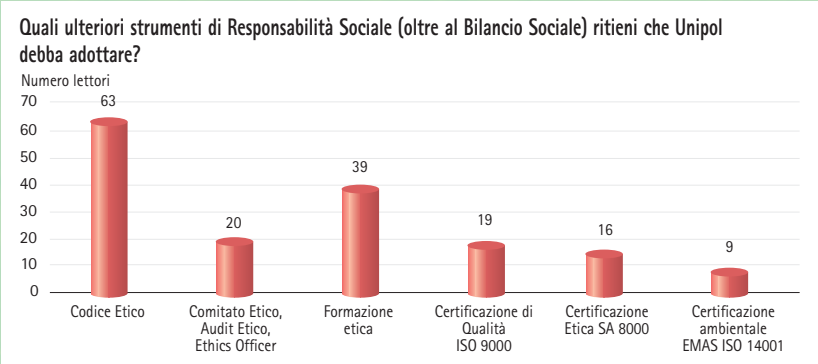
I diversi parametri di valutazione del documento hanno ottenuto in media giudizi lusinghieri: in particolare le funzioni attribuite al Bilancio Sociale che hanno ottenuto i valori più elevati sono quelle di:

- aiutare a comprendere meglio la realtà di Unipol (è molto utile per il 70% dei lettori);
- rafforzare l'immagine sociale dell'azienda (per il 72% è molto importante).

Inoltre, per il 66% del campione il Bilancio Sociale ha un peso rilevante nella diffusione e nel miglioramento degli strumenti di Responsabilità Sociale, nonché per il miglioramento della reputazione della stessa Azienda.
Viene, infine, riconosciuto l'impegno in termini di esaustività delle risposte ai bisogni informativi dei lettori e in termini di efficacia nelle modalità di diffusione del documento per raggiungere un buon livello di trasparenza.

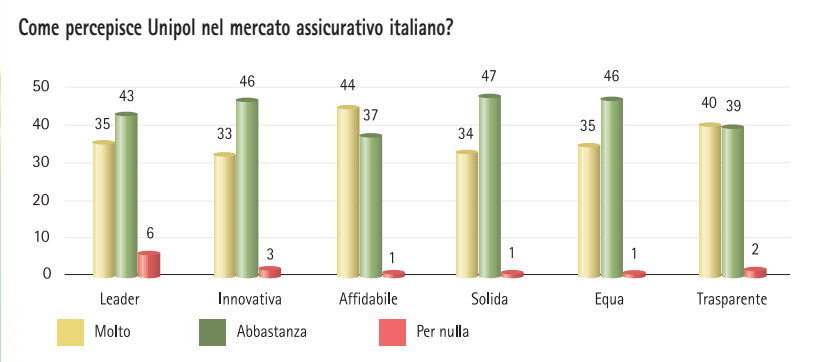


Ai lettori è stato chiesto di esprimere suggerimenti rispetto a quali ulteriori strumenti di Responsabilità Sociale dovrebbe adottare l'azienda: la maggioranza ha espresso una preferenza per la realizzazione del codice etico e per la formazione etica.

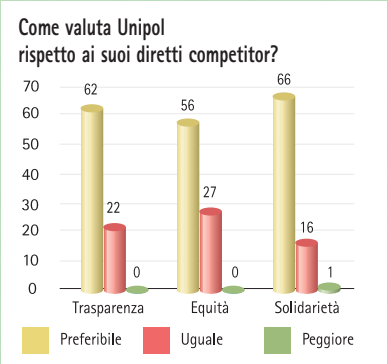


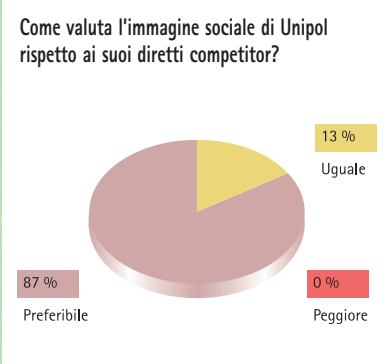
Sezione 3: Unipol e il mercato

Il come sia percepita l'azienda nel mercato assicurativo italiano è stata al centro di questa terza sezione. Il giudizio complessivo risulta ampiamente positivo: nello specifico la valutazione "molto" ha raggiunto valori più elevati per quanto riguarda il riconoscimento a Unipol di caratteristiche di affidabilità, trasparenza, equità e leadership.



I giudizi positivi sono confermati anche nel confronto tra Unipol e i suoi diretti competitor: si registra infatti uno scarto a favore dell'azienda su trasparenza, equità e solidarietà, su cui i lettori sembrano non aver dubbi in merito alla preferenza accordata.
Unipol si distingue infine per l'immagine sociale che é in grado di comunicare, giudicata dall'87% dei lettori preferibile a quella dei diretti competitor.





La storia di Unipol

1962 - Unipol è una compagnia relativamente giovane: nasce nell'agosto del 1962 a Vallombrosa. Giulio Cerreti, allora presidente della Lega delle Cooperative, e i maggiori dirigenti della Lega Nazionale e della Federcoop di Bologna, decidono di riunire in un'unica struttura il vasto portafoglio assicurativo che le cooperative avevano distribuito in varie compagnie assicurative. L'occasione si presenta con la proposta di acquisto di una piccola compagnia di assicurazioni già autorizzata ma non ancora esercitante, l'Unipol (appartenente alla famiglia Buglione, proprietaria della Lancia), il cui marchio veniva dallo slogan "*Unica Polizza*".

1963 - La Lega delle Cooperative accetta che la Federcoop di Bologna, insieme a un largo gruppo di cooperative bolognesi ed emiliane, acquisisca il controllo dell'Unipol. Nel giro di pochi mesi vengono attivate varie agenzie nel centro-nord Italia.
Comincia così la crescita che nel 1965 porta ad una raccolta premi di un miliardo e ottocentonovantotto milioni di lire.
In un contesto di forte crescita della concorrenza, diviene necessario stringere alleanze; già la Legacoop aderiva alla ACI< (Alliance Coopèrative International, Unipol decide quindi di partecipare all'ACME (Association des Coopérative et Mutuelles Européennes) e all'ICMIF (International Cooperative and Mutal Insurance Federation), collocandosi così all'interno del movimento mutualistico e cooperativo internazionale.

Campagna pubblicitaria anni '70-'80

1970 - La continua crescita porta Unipol al 26° posto nella graduatoria delle maggiori assicurazioni italiane.

1971 - Il 1971 si presenta per la Compagnia come un anno difficile: lo sviluppo molto rapido procura una crisi di crescita che vede l'impresa sottocapitalizzata, con costi di gestione superiori alla media e un gruppo dirigente in oggettiva difficoltà nell'ottimizzare la gestione aziendale.
In tale momento si rivela vincente la strategia delle alleanze internazionali, un decisivo aiuto arriva dalla Volksfuersorge (compagnia dei sindacati tedeschi).

1972 - Punto di svolta per la storia di Unipol si configura l'allargamento del numero dei soci e l'ingresso nella compagine azionaria di Unipol della UIL, della CGIL e della CISL.
Superata pienamente la crisi, già nel 1973 si raggiungono i venticinque miliardi di raccolta premi, che portano la Compagnia al diciassettesimo posto in Italia.
Negli anni seguenti la base societaria si allarga, comprendendo anche le organizzazioni del lavoro autonomo - la CNA, la Confesercenti e la CIA - e consolidando per Unipol l'immagine di **"Compagnia della cooperazione e del mondo del lavoro"**.

1975 - Nella prima metà degli anni Settanta, inoltre, si dà vita ai Consigli Regionali Unipol (CRU), strumenti di partecipazione tra l'azienda e le sue Organizzazioni Socie (Legacoop, CISL, CGIL, UIL, CNA, CIA, Confesercenti).
Nella prima metà degli anni Ottanta Unipol Assicurazioni entra a far parte dei primi dieci gruppi assicurativi italiani.
Nel tempo, Unipol è andata sviluppando un proprio modello, mantenendo un equilibrio tra i principi cooperativi e le leggi di mercato: una "cooperativa di secondo grado", che ha trovato nella quotazione in Borsa una risposta all'esigenza di dotarsi di mezzi patrimoniali adeguati a fronteggiare i propri progetti di investimento.

Campagna pubblicitaria anni '80-'90

1986 - Sono state quotate le azioni privilegiate e nel **1990** quelle ordinarie.

1989 - Unipol dà vita alla Fondazione Cesar (Centro Europeo di Ricerca delle Economie Sociali e delle Assicurazioni).

1993 - La Compagnia pubblica il suo primo Bilancio Sociale. Il periodo successivo è stato caratterizzato da un consolidamento delle quote di mercato già raggiunte e da un ulteriore sviluppo della compagine societaria.
Uscita dall'azionariato la Volksfuersorge, Unipol ha sviluppato una rete di alleanze societarie con alcune delle maggiori compagnie di assicurazioni-mutue europee (le francesi Macif e Maif, la belga P&V, la svedese Folksam, le tedesche R+T e UK-Koburg).
Negli anni Novanta il management aziendale è coinvolto in un processo di profondo rinnovamento generazionale: nel **1996** Enea Mazzoli va a ricoprire la carica di Presidente Onorario, mentre Giovanni Consorte e Ivano Sacchetti vanno a ricoprire la carica di Amministratore Delegato, divenendo rispettivamente anche Presidente e Vice Presidente della Compagnia.
Il rinnovamento coinvolge anche altri ruoli di responsabilità, delineando la squadra a cui tocca elaborare e implementare le strategie che porteranno il Gruppo Unipol agli importanti risultati degli anni seguenti. Alla fine degli anni Novanta Unipol - tra le prime sei compagnie italiane - sviluppa forti relazioni con il sistema bancario e dà avvio alla nuova strategia di banca-assicurazione.

Campagna pubblicitaria anni '90

1998 - Unipol acquista la Banca dell'Economia Cooperativa (BANEC), che diviene Unipol Banca.

2000 - Le acquisizioni effettuate (Meie, Aurora, Navale, BNL Vita) portano Unipol al quarto posto tra i gruppi assicurativi, con più di quattro milioni di clienti.

Campagna pubblicitaria anni '90

"La nostra ambizione? Costruire un forte polo assicurativo, bancario e finanziario (in Emilia Romagna), da mettere al servizio delle imprese e delle persone.

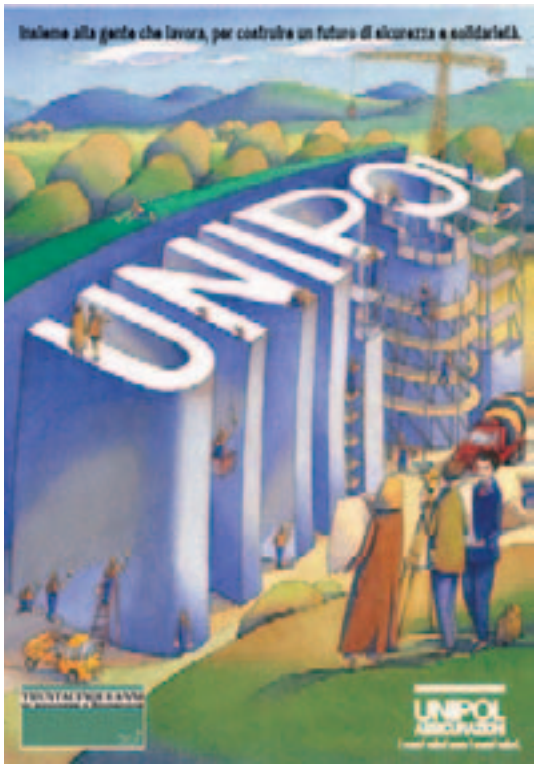
Giovanni Consorte, aprile 2000 "

"[...] il 2000 è stato per il Gruppo Unipol un anno davvero straordinario. Eravamo già un Gruppo importante nel panorama assicurativo italiano, non solo per volume d'affari e per risultati economici, ma anche per efficienza, innovazione, uso di tecnologie avanzate e diversificazione di prodotti e di mercato.

[...] Questo Gruppo ha chiuso il 1999 con cifre importanti, ma ancora insufficienti rispetto al ruolo che il nostro Gruppo può e vuole giocare in un mercato difficile ma anche pieno di opportunità e nel quale la dimensione va assumendo sempre più la caratteristica di una variabile competitiva fondamentale.

"Un anno, il 2000, quindi straordinario ma anche di svolta. Il 2000 è stato l'anno in cui si sono potute realizzare certe scelte, in quanto si sono create condizioni di mercato favorevoli per fare determinate acquisizioni [...] e ciò è stato possibile non perché abbiamo fatto follie - che non sono nella nostra cultura - ma semplicemente perché Meie, Aurora, Navale e BNL Vita sono imprese funzionali e compatibili con le nostre strategie di sviluppo. [...] Ci sono quindi tutte le condizioni per realizzare il disegno strategico che sta alla base della decisione di diventare un grande Gruppo. Gestiremo questo processo valorizzando le risorse umane e mantenendo la più alta attenzione possibile alla qualità dei servizi da offrire ai nostri clienti. Allo stesso tempo continueremo a porre il massimo impegno alla riduzione dei costi, all'efficienza e al miglioramento della redditività delle singole imprese e del Gruppo.[...]

Ivano Sacchetti, dicembre 2000 "



Campagna pubblicitaria anni 2000

L'espansione è continuata nei primi mesi del **2001** con un accordo di collaborazione tra il Gruppo Unipol e il Gruppo Monte dei Paschi di Siena.

2003 - Unipol acquisisce anche il Gruppo Winterthur Italia dal Crédit Suisse, rafforzando così la propria posizione nel mercato e raggiungendo il 9% della raccolta premi totale.

2004 - Unipol raggiunge la terza posizione del mercato con il 9,6% della raccolta premi.

L'attività internazionale del Gruppo Unipol nel 2004

Fin dalla prima metà degli anni Sessanta, Unipol Assicurazioni non ha mai trascurato l'orizzonte internazionale, sia per la natura stessa dell'attività assicurativa (che comporta legami riassicurativi anche con le imprese specializzate di altri Paesi), sia per le caratteristiche della proprietà cooperativa, che sono sempre state una spinta a guardare oltre i limiti del mercato nazionale. La missione di Unipol inoltre imponeva, fin dall'inizio, di poter accedere all'innovazione di prodotto e servizio, ed al confronto con le buone pratiche reperibili in altri mercati.

La ricerca d'interlocutori professionali, che fossero inoltre sulla stessa lunghezza d'onda valoriale, era facilitata dal fatto che sull'orizzonte internazionale un concreto punto di riferimento esisteva fin dal 1922: l'ICIF (oggi ICMIF), la Federazione Internazionale delle compagnie assicurative di matrice mutua o cooperativa, cioè la struttura specializzata per il settore assicurativo della stessa Alleanza Cooperativa. L'ICIF/ICMIF era proprio il referente che faceva al caso della neonata Compagnia alla ricerca, innanzitutto, di partner riassicurativi affidabili, ma anche di compagnie amiche in grado di dare il loro sostegno nei primi passi del lungo percorso da compiere per lo sviluppo. Tra questi amici, è giusto ricordarlo, va menzionata la compagnia belga P&V (all'epoca denominata Prévoyance Sociale), la prima a stabilire dei rapporti di collaborazione e sostegno - in un primo tempo di natura politica e a livello di riassicurazione e poi all'inizio degli anni ottanta anche con l'acquisizione di una piccola quota azionaria. Raymond Lemaire, presidente della P&V dell'epoca e della stessa ICIF, sedette per vari anni nello stesso Consiglio dell'Unipol a partire dal 1963, anno di nascita della Compagnia. I rapporti con il Gruppo belga non solo durano tuttora, ma si sono via via intensificati, tanto che il partner belga è oggi tra i maggiori azionisti della Compagnia.

Grazie all'introduzione degli amici belgi, l'Unipol poté entrare a far parte della compagine dell'ACME, ovvero l'Associazione degli Assicuratori dell'Economia Sociale europea, fin dalla sua costituzione nel 1978. L'ACME divenne rapidamente il forum dove potevano ritrovarsi ed incontrarsi compagnie che condividevano i valori e i riferimenti di fondo della loro attività nel mondo cooperativo e mutualistico e in quello delle organizzazioni sindacali e di rappresentanza dei lavoratori dipendenti ed autonomi.

Fu in seno a questi organismi internazionali che nacquero i rapporti con la compagnia tedesca di matrice sindacale Volksfürsorge, rapporti che consentirono all'Unipol, già negli anni Settanta, non solo di trovare un partner solido che per qualche anno appoggiò anche finanziariamente la crescita della Compagnia entrando a far parte della compagine azionaria, ma anche uno stimolo alla crescita tecnica e professionale ed allo sviluppo dell'innovazione di prodotti e servizi. Vale la pena di ricordare che l'ingresso della Volksfürsorge nella proprietà dell'Unipol fu facilitato anche dallo sviluppo dei rapporti con i sindacati italiani. E grazie alla rete di rapporti derivante dall'adesione a ICMIF e ACME, Unipol poté progressivamente allestire un efficiente sistema di

gestione dei sinistri auto all'estero. In seno a queste organizzazioni internazionali l'Unipol non si limitò ad imparare e a ricevere. La Compagnia fu presto in grado di dare anche il proprio contributo alla crescita di iniziative assicurative in altri Paesi e a offrire le proprie idee originali ed il proprio contributo riassicurativo, in un circolo virtuoso, ai processi di sviluppo anche di compagnie presenti in altri mercati. La Compagnia, in modo quasi del tutto naturale, si è ritrovata in un contesto internazionale che ha potuto facilitarne in modo rilevante il decollo e la crescita.

Quando, infatti, il Gruppo tedesco fu ceduto dalla proprietà sindacale (obbligata a far fronte al collasso della grande cooperativa di abitazione Neue Heimat a metà degli anni Ottanta) e fu acquisito da interessi privati, la rete di rapporti in essere consentì di valorizzare la collaborazione e l'amicizia che nel frattempo si era venuta consolidando con la grande mutua francese Macif. Dalla fine degli anni Ottanta, infatti, la Compagnia cominciò a sviluppare, diversificandola, una fitta rete di relazioni con altri partner europei, a cominciare dalla Macif, prima, e dalla Maif poi, le due maggiori mutue assicurative francesi aderenti a GEMA, l'Associazione delle mutue senza intermediari.

Un esempio di fruttuosa collaborazione fu il seminario tenutosi nei primi anni Novanta presso la sede della Macif, con cui un gruppo di tecnici dell'Unipol poté studiare i dati concreti di un sofisticato modello di personalizzazione dei prodotti auto con buon anticipo rispetto alla liberalizzazione prevista nell'ordinamento italiano nel 1994. Ma la collaborazione con la Macif e la Maif non è rimasta ai pur utili scambi di know-how o alla messa in comune di esperienze, ma si è estesa rapidamente fino a portare alla creazione, nel 1990, di Euresa, una joint venture finalizzata a diventare il luogo d'incontro dedicato allo scambio delle competenze e dei progetti di maggior interesse, fino alla possibilità d'investimenti congiunti. Il sistema Euresa, infatti, comprendeva due strutture giuridicamente distinte: da una parte un gruppo d'interesse economico europeo, una sorta di consorzio, che aveva anche il vantaggio di essere la prima (ed all'epoca anche la sola) istituzione di diritto europeo, e, dall'altra, una holding di diritto lussemburghese (scelta per la flessibilità normativa ed in attesa di disporre di nuovi strumenti societari di diritto europeo).

Ai partner italiani e francesi, fin dalla fase preparatoria, si erano aggiunti anche gli amici belgi della P&V e la svedese Folksam, un Gruppo a sua volta controllato dal movimento cooperativo e sindacale del paese scandinavo.

Successivamente aderirono la mutua danese LB e, solo per qualche anno, la mutua tedesca Huk-Coburg. Qualsiasi considerazione sugli aspetti internazionali della presenza ed attività del Gruppo Unipol non può prescindere da un riferimento al quadro europeo. Fino a pochi mesi fa il processo di progressiva integrazione continuava come se fosse dotato di una propria inarrestabile dinamica, mentre ora si é entrati in una logica di perseguire il consolidamento e la qualità dello sviluppo della costruzione europea, con iniziative mirate piuttosto al miglioramento, alla coerenza ed alla semplificazione delle regole esistenti, se del caso anche modificando o eliminando le regole che creano difficoltà evidenti alle imprese, non producono benefici economici, non servono a migliorare la protezione dei consumatori, oppure a rafforzare la stabilità finanziaria del mercato unico.

Tra i cantieri europei ancora aperti, nei settori che riguardano la vita di Unipol Assicurazioni, due iniziative vengono segnalate da McCreevy (volitivo commissario irlandese al mercato interno e ai servizi): la direttiva sulla riassicurazione e la direttiva sul margine di solvibilità (la cosiddetta Solvency II), per la quale si parla, in particolare, di un completamento per la fine del 2006. *Solvency II* punta ad introdurre regole di controllo e gestione del rischio specifico d'impresa esemplate sul modello di Basilea 2 introdotto per le banche.

Vale la pena citare un intervento del maggio 2005 dello stesso McCreevy: «*Tutte le nuove iniziative legislative devono essere ispirate al "principio di una normativa migliore". Esse devono essere comprovate e devono rispettare il principio di sussidiarietà. Prima di vararle, saranno effettuate verifiche ex-ante e valutazioni ex-post. Un'ampia consultazione con tutti i partner internazionali resterà parte integrante anche della nostra "cultura d'impresa*».

Le Associazioni di cui Unipol è socia

ICMIF, *International Co-operative and Mutual Federation.*
Ha 141 aderenti di 67 Paesi diversi per un totale di oltre 300 compagnie assicurative.

ACME, *Association des Assureurs Coopératives et Mutualistes Européens.*
Raccoglie 60 gruppi di 23 Paesi europei.

EURESA, costituita nel 1990, è formata da una holding e da un GEIE *(Gruppo Europeo di Interesse Economico)* e oggi raggruppa 6 società: Unipol, Macif, Maif, P&V, Folksam e la danese LB.

PÔLE EUROPÉEN DES FONDATIONS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE, costituito nel 1999, con sede in Belgio, vede come membri fondatori la Fondazione Cesar (fondata nel 1989 da Unipol), la Fundacio Agrupacio Mutua (fondata nel 1993 da Agrupacio Mutua), la Fondation Macif e la Fondation P&V (fondate, rispettivamente, nel 1989 e nel 1996, da Maif e da P&V).

I partner storici

I partner storici di Unipol sono le Organizzazioni del mondo del lavoro dipendente (CGIL, CISL, UIL), del lavoro autonomo e delle piccole imprese (CNA, CIA, Confesercenti), oltre che naturalmente la Legacoop, con le sue articolazioni territoriali e le sue aziende, che in questi anni ne hanno ispirato la visione, il ruolo, l'azione e con le quali Unipol continua a rapportarsi per l'elaborazione delle sue strategie assicurative.
Con queste Organizzazioni sociali Unipol, ha sviluppato, in questi anni, un'importante strumento assicurativo - "le Convenzioni" - con le quali i prodotti Unipol vengono offerti agli iscritti delle Organizzazioni Socie e delle varie associazioni aderenti.
Le Convenzioni costituiscono un Valore Aggiunto dell'appartenenza alle Organizzazioni e, contemporaneamente, hanno un'importante ricaduta sociale, perchè permettono anche a specifiche utenze "deboli", che altrimenti non potrebbero sicuramente accedere alle tutele assicurative a causa del loro costo, di ricevere le adeguate coperture assicurative.

I partner storici di Unipol Assicurazioni nel 2004

LEGACOOP	
Fatturato (in milioni di Euro)	45.752
Aziende	15.096
Dipendenti	401.114
Soci	7.354.724

SINDACATI	
CGIL -CISL - UIL	11.700.000 iscritti

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	
CNA - CIA -CONFESERCENTI	1.600.000 iscritti

La struttura dell'azionariato

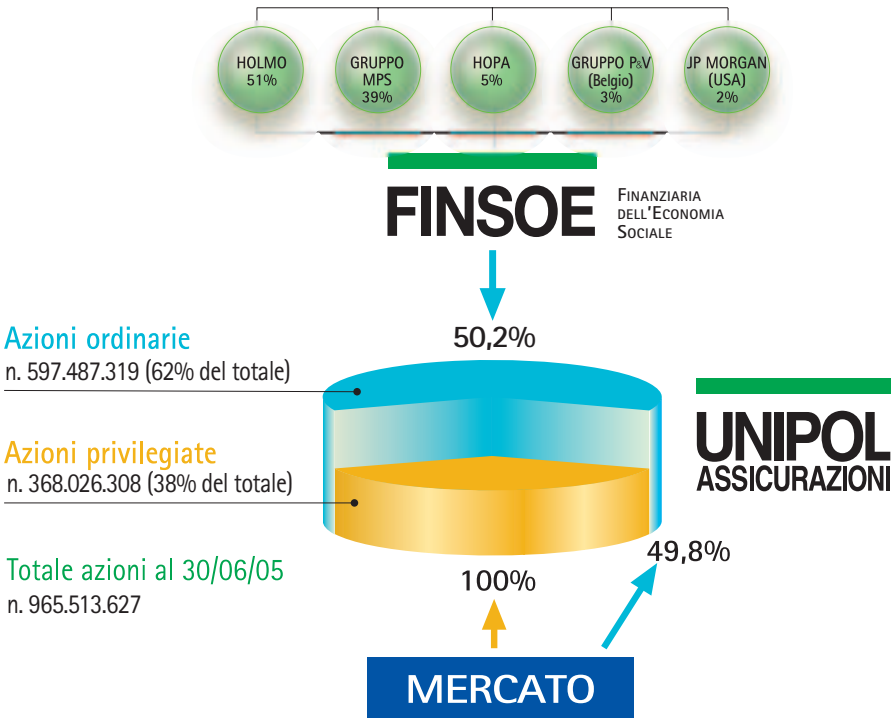
Il maggiore azionista di Unipol Assicurazioni è Finsoe S.p.A, che detiene stabilmente il 50,2% del suo capitale ordinario (52,4% al 30 giugno 2005 come riportato sul sito Consob, mentre la quota sul capitale totale è pari al 32,5%). Ad essa fa capo l'intero Gruppo Unipol, articolato in diverse società operanti nei settori assicurativo, bancario, del risparmio gestito e del merchant banking.

La maggioranza del capitale di Finsoe (51%) è, a sua volta, detenuta (al 30/06/05) da Holmo S.p.A., società di partecipazioni controllata da aziende appartenenti al movimento cooperativo (tra cui le principali cooperative di consumo e del settore di produzione e lavoro). Il secondo azionista di Finsoe, con una quota di rilievo (39%), è il Gruppo Monte dei Paschi di Siena, con il quale il Gruppo Unipol ha stretto un'alleanza a livello societario, industriale e commerciale. Il rimanente 10% di Finsoe è detenuto da HOPA, P&V e JP Morgan.

Il 49,8% del capitale ordinario di Unipol Assicurazioni ed il 100% delle azioni privilegiate costituiscono capitale flottante, trattato sul mercato azionario della Borsa Italiana. Al 30 giugno 2005, oltre a Finsoe, gli azionisti che detenevano quote superiori al 2% del capitale di totale di Unipol Assicurazioni erano il Gruppo Reale Mutua Assicurazioni (con il 5,347% del capitale ordinario ed il 3,241% del capitale totale), Hopa S.p.A. (con il 4,3% del capitale ordinario ed il 2,756% del capitale totale), P & V Assurances (con il 4,107% del capitale ordinario ed il 2,558% del capitale totale), Banca Popolare di Lodi scrl (con il 3,207% del capitale ordinario ed il 2,037% del capitale totale) e Ingegneria Biomedica Santa Lucia S.p.A. (con il 1,51% del capitale ordinario ed il 2,076% del capitale totale).

Secondo le risultanze del libro soci a fine aprile 2005, l'88% del capitale ordinario risulta detenuto da soggetti italiani (83% per il capitale privilegiato) ed il 12% da soggetti esteri (17% per il capitale privilegiato).

Escludendo dalle statistiche l'azionista di controllo Finsoe, la percentuale detenuta da soggetti italiani scenderebbe al 70% (non si verificherebbero significative variazioni per il capitale privilegiato).



Cariche Sociali e Direttive

Enea Mazzoli — Presidente Onorario

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Giovanni Consorte (100*)	Presidente e Amministratore Delegato Consigliere Esecutivo
Ivano Sacchetti (100)	Vice Pres. e Amministratore Delegato Consigliere Esecutivo
Antonio Silvano Andriani (57)	Consigliere non Esecutivo
Jean Dominique Antoni (71)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente
Francesco Boccetti (86)	Consigliere non Esecutivo Membro Comitato Controllo Interno
Rocco Carannante (100)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente Membro Comitato Controllo Interno
Claudio Casini (100)	Consigliere non Esecutivo
Piero Collina (100)	Consigliere non Esecutivo
Bruno Cordazzo (100)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente
Pier Luigi Fabrizi (14)	Consigliere non Esecutivo
Jacques Forest (86)	Consigliere non Esecutivo
Vanes Galanti (86)	Consigliere non Esecutivo Membro Comitato Remunerazione
Emilio Gnutti (57)	Consigliere non Esecutivo
Claudio Levorato (43)	Consigliere non Esecutivo
Ivan Malavasi (80)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente
Riccardo Margheriti (80)	Consigliere non Esecutivo
Enrico Migliavacca (71)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente
Massimo Pacetti (100)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente Membro Comitato Remunerazione
Marco Pedroni (60)	Consigliere non Esecutivo
Aldo Soldi (86)	Consigliere non Esecutivo
Giuseppe Solinas (86)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente Membro Comitato Controllo Interno
Pierluigi Stefanini (100)	Consigliere non Esecutivo Membro Comitato Remunerazione
Graziano Trerè (43)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente
Marco Giuseppe Venturi (43)	Consigliere non Esecutivo Consigliere Indipendente
Mario Zucchelli (43)	Consigliere non Esecutivo

Roberto Giay — Segretario del Consiglio di Amministrazione
Direttore "Affari Generali e Legale Societario di Gruppo"

*I numeri indicati in parentesi indicano la percentuale di partecipazione alle riunioni.
Per gli amministratori di nuova nomina essa è calcolata sulla base delle sole riunioni successive alla nomina.

COLLEGIO SINDACALE

Umberto Melloni (100)	Presidente
Carlo Cassamagnaghi (100)	Sindaco Effettivo
Luigi Cape' (100)	Sindaco Effettivo
Roberto Chiusoli	Sindaco Supplente
Marco Baccani	Sindaco Supplente

Organi Direttivi

Direttori Generali

Carlo Cimbri
Area Finanza, Immobiliare, Partecipazioni e Controllo

Carmelo De Marco
Area Assicurativa

Condirettori Generali

Riccardo Laurora
Area Sistemi Informativi

Salvatore Petrillo
Area Amministrazione e Bilancio

Direttori Centrali

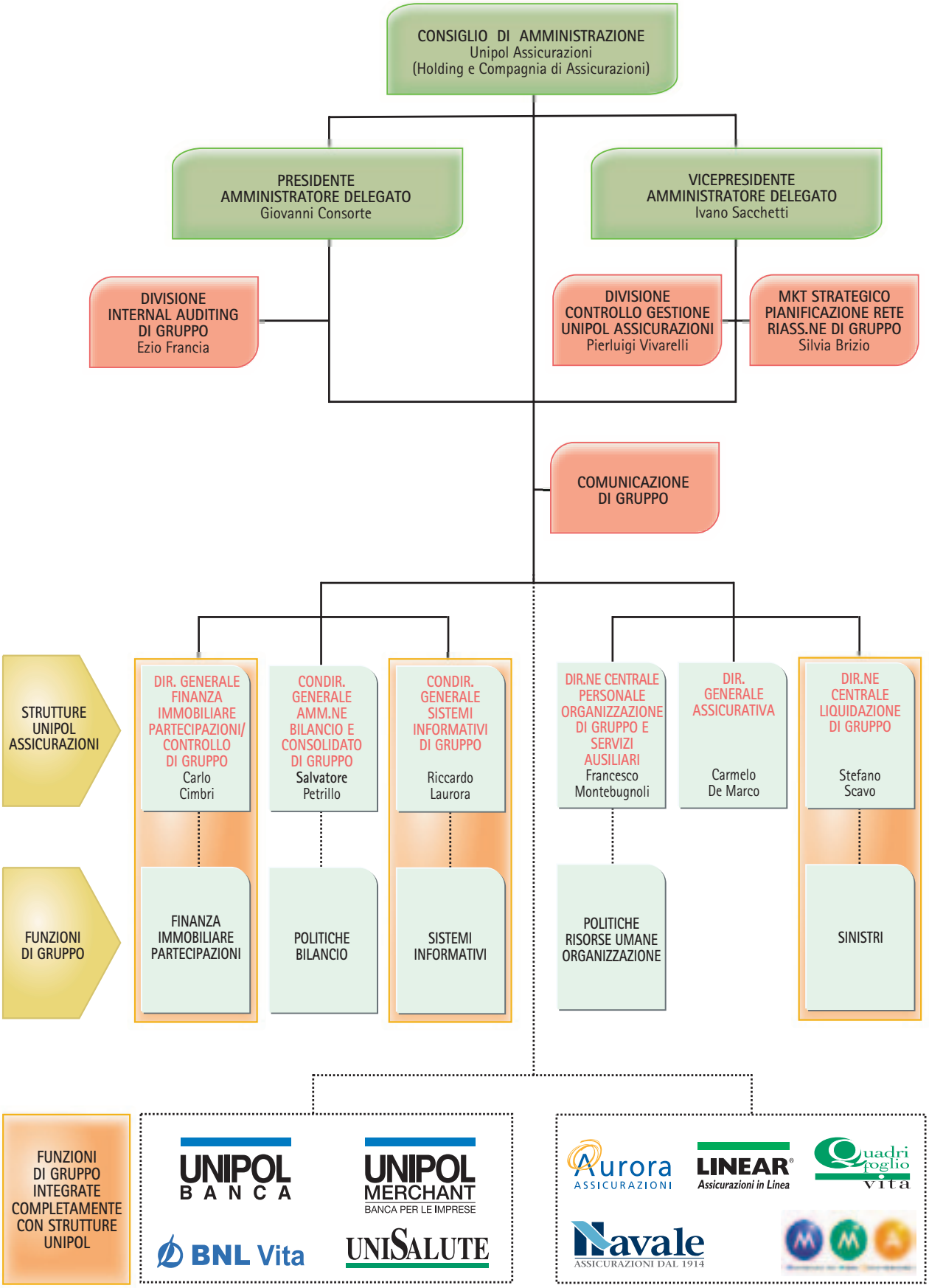
Domenico Brighi
Giancarlo Brunello
Federico Corradini
Stefano Dall'Aglio
Francesco Montebugnoli
Stefano Scavo

Amministratori	2004
Totale amministratori	25
di cui:	
- indipendenti	9
- non esecutivi	23
- esecutivi	2

Le strutture organizzative di Unipol

Le strutture di linea rappresentate nell'organigramma seguente svolgono le attività caratteristiche di Unipol Assicurazioni e del Gruppo Assicurativo secondo le seguenti funzioni e articolazioni:

- il settore **Finanza/Immobiliare/Partecipazioni/Controllo Direzionale di Gruppo** provvede alle seguenti funzioni: l'Immobiliare assicura la gestione del patrimonio immobiliare del Gruppo sotto il profilo commerciale e tecnico amministrativo; la Finanza provvede alla gestione delle masse finanziarie del Gruppo in termini di realizzazione degli investimenti, alla verifica degli andamenti dei flussi finanziari e all'ottimale gestione della tesoreria; le Partecipazioni provvede all'esecuzione degli adempimenti societari e alla gestione amministrativa e societaria delle partecipazioni nel Gruppo; il Controllo Direzionale e le Relazioni con gli Investitori; gli Acquisiti e la Logistica di Gruppo; i Fondi Pensione
- il settore **Amministrazione e Bilancio** coordina le linee generali delle Politiche di Bilancio, assicura la redazione del Bilancio di Unipol, annuale, semestrale e trimestrale, nonché la redazione del Bilancio consolidato di Gruppo;
- il settore **Sistemi Informativi** provvede alla manutenzione e allo sviluppo degli applicativi e dei sistemi di comunicazione di Gruppo e ad individuare gli investimenti in hardware e software di base necessari;
- il settore **Personale e Organizzazione** coordina le linee generali delle politiche del personale del Gruppo (sindacali, di mobilità, retributive), gestisce le politiche di sviluppo e gestione del personale di Unipol, di produttività del lavoro e di relazioni sindacali e sovrintende all'amministrazione del personale e ai relativi adempimenti contributivi e fiscali;
- il settore **Assicurativo Unipol** provvede alle funzioni di Riassicurazione, Legale, Cauzioni, Commerciale e Marketing, Area Tecnica Danni, Vita e Previdenza Integrativa e Relazioni Esterne per Unipol Assicurazioni;
- il settore **Liquidazione di Gruppo** garantisce il funzionamento del processo di liquidazione dei sinistri danni del Gruppo nell'ambito delle deleghe ricevute dalle singole imprese.


CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
Unipol Assicurazioni
(Holding e Compagnia di Assicurazioni)
PRESIDENTE
AMMINISTRATORE DELEGATO
Giovanni Consorte
VICEPRESIDENTE
AMMINISTRATORE DELEGATO
Ivano Sacchetti
DIVISIONE
INTERNAL AUDITING
DI GRUPPO
Ezio Francia
DIVISIONE
CONTROLLO GESTIONE
UNIPOL ASSICURAZIONI
Pierluigi Vivarelli
MKT STRATEGICO
PIANIFICAZIONE RETE
RIASS.NE DI GRUPPO
Silvia Brizio
COMUNICAZIONE
DI GRUPPO
STRUTTURE
UNIPOL
ASSICURAZIONI
DIR. GENERALE
FINANZA
IMMOBILIARE
PARTECIPAZIONI/
CONTROLLO
DI GRUPPO
Carlo
Cimbri
CONDIR.
GENERALE
AMM.NE
BILANCIO E
CONSOLIDATO
DI GRUPPO
Salvatore
Petrillo
CONDIR.
GENERALE
SISTEMI
INFORMATIVI
DI GRUPPO
Riccardo
Laurora
DIR.NE CENTRALE
PERSONALE
ORGANIZZAZIONE
DI GRUPPO E
SERVIZI
AUSILIARI
Francesco
Montebugnoli
DIR.
GENERALE
ASSICURATIVA
Carmelo
De Marco
DIR.NE
CENTRALE
LIQUIDAZIONE
DI GRUPPO
Stefano
Scavo
FUNZIONI
DI GRUPPO
FINANZA
IMMOBILIARE
PARTECIPAZIONI
POLITICHE
BILANCIO
SISTEMI
INFORMATIVI
POLITICHE
RISORSE UMANE
ORGANIZZAZIONE
SINISTRI
FUNZIONI
DI GRUPPO
INTEGRATE
COMPLETAMENTE
CON STRUTTURE
UNIPOL
UNIPOL
BANCA
UNIPOL
MERCHANT
BANCA PER LE IMPRESE
BNL Vita
UNISALUTE
Aurora
ASSICURAZIONI
LINEAR
Assicurazioni in Linea
Quadrifoglio
vita
Navale
ASSICURAZIONI DAL 1914

Elementi di Governance di Unipol Assicurazioni e sistema di controllo interno

La Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. persegue con costante e graduale impegno il proprio percorso finalizzato a costruire un Gruppo assicurativo e bancario sempre più forte e presente sul territorio, nel rispetto degli stakeholder e dei valori dell'Economia Sociale.
Nell'ambito di tale percorso, la Società ha sempre coniugato l'efficienza aziendale con l'attenzione al mondo del lavoro e ai suoi valori, con i problemi dello sviluppo e della globalizzazione dei mercati e con le tematiche del rispetto dell'ambiente.
La Compagnia si è dimostrata, da tempo, particolarmente sensibile alle regole di *corporate governance*, attraverso l'adozione di idonee regole statutarie e di disciplina interna in linea con quelle seguite dal mercato o raccomandate dagli organismi competenti.
Il principale punto di riferimento per la Società è rappresentato dal Codice di Autodisciplina, emanato dal Comitato per la Corporate Governance delle Società Quotate (di seguito il "Codice di Autodisciplina"), adottato dalla Compagnia sin dal marzo 2001.
La Relazione sulla Corporate Governance, redatta sulla base delle linee guida diffuse da Borsa Italiana S.p.A. nel febbraio 2003, nonché della "Guida alla compilazione" elaborata, nel febbraio 2004, da Assonime ed Emittenti Titoli, è reperibile sul sito www.unipol.it, in un'apposita sezione, unitamente agli altri elementi informativi sulla *corporate governance* della Compagnia.

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) è investito di ogni più ampio potere di gestione atto a perseguire lo scopo sociale. Viene nominato ogni tre esercizi dall'Assemblea dei Soci ed elegge fra i suoi membri un Presidente, un Vice-Presidente e - anche fuori dal suo seno - un Segretario. Può nominare un Comitato Esecutivo, nonchè uno o più Amministratori Delegati, determinandone poteri e compensi.
L'Assemblea del 29 aprile 2004 ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione di Unipol Assicurazioni, composto da 25 membri dotati di adeguate competenze professionali e caratteristiche personali. La grande maggioranza dei componenti del CdA - 23 su 25, pari al 92% - è rappresentata da amministratori non esecutivi, ovvero privi di deleghe gestionali.

Presidente e Vice-Presidente

Al Presidente e, in caso di assenza o impedimento di questi, al Vice-Presidente, compete la rappresentanza della Società, la nomina dei difensori della Società, la presidenza dell'Assemblea, la convocazione e la presidenza del CdA, il conferimento di procure o deleghe ad Amministratori e dipendenti della Società, nonchè a terzi (anche estranei alla Società) per il compimento di atti deliberati dal CdA, il consenso alla cancellazione di ipoteche, di annotamenti

ipotecari e di privilegi di altra natura, la facoltà di promuovere in autonomia decisionale e operativa (anche tramite propri mandatari) azioni penali in nome della Società.

Amministratori Esecutivi

Gli unici due (su venticinque) Consiglieri esecutivi del CdA di Unipol Assicurazioni sono Giovanni Consorte e Ivano Sacchetti. Il CdA (in data 29 aprile 2004) ha deliberato di delegare parte delle proprie attribuzioni ai due Amministratori Delegati (confermati nel ruolo), a cui competono le funzioni di:

- promozione delle politiche aziendali nell'ambito degli indirizzi strategici definiti dal CdA;
- gestione ordinaria degli affari sociali (entro prefissati limiti);
- cura dell'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società;
- esecuzione delle deliberazioni del CdA e dell'Assemblea dei Soci;
- supervisione e controllo dell'intera attività sociale.

Il CdA ha altresì conferito agli Amministratori Delegati, per l'esercizio delle menzionate funzioni, in forma tra loro disgiunta, deleghe di potere (articolate sia per materia che per soglie di valore).

Amministratori Indipendenti

Il Codice di Autodisciplina definisce "indipendente" l'Amministratore non esecutivo che:

a) non intrattiene, direttamente, indirettamente o per conto di terzi, né ha di recente intrattenuto, relazioni economiche con la Società, con le sue controllate, con gli amministratori esecutivi, con l'azionista o gruppo di azionisti che controllano la Società, di rilevanza tale da condizionarne l'autonomia di giudizio;

b) non è titolare, direttamente, indirettamente o per conto di terzi, di partecipazioni azionarie di entità tale da permettere allo stesso di esercitare il controllo o un'influenza notevole sulla Società, né partecipa a patti parasociali per il controllo della società stessa;

c) non è stretto familiare di amministratori esecutivi della Società o di soggetti che si trovino nelle situazioni indicate alle precedenti lettere a) e b).

La Società, in linea con le *best practice* internazionali, rivolge particolare attenzione al requisito dell'indipendenza "sostanziale", interpretando in maniera estensiva le disposizioni contenute nel Codice di Autodisciplina, al fine di garantire la composizione degli interessi di tutti gli azionisti, sia di maggioranza che di minoranza.

Conseguentemente, la Compagnia ha deciso di escludere a priori dalla valutazione del requisito di indipendenza - prescindendo dal fatto che si trovino o meno in una o più delle condizioni di cui alle precedenti lettere a), b) e c) - gli Amministratori che:

(1) rivestono cariche all'interno degli organi sociali della controllante diretta Finsoe e/o della controllante indiretta Holmo;

(2) rivestono cariche all'interno degli organi sociali di soggetti che partecipano a patti parasociali per il controllo della Società o, comunque, contenenti clausole aventi ad oggetto la composizione del CdA della Società, ovvero di società dagli stessi controllate ai sensi dell'articolo 2359, primo comma, del Codice

Civile. Tutto ciò premesso, sulla base anche delle informazioni all'uopo acquisite, il CdA ha qualificato quali Amministratori indipendenti della Società nove membri del Consiglio (indicati nella tabella), pari al 36%.

Attività del CDA

Nel corso dell'esercizio 2004 hanno avuto luogo sette riunioni del Consiglio d'Amministrazione, cinque delle quali successive al rinnovo della sua composizione. La documentazione e le informazioni relative agli argomenti indicati nell'ordine del giorno della convocazione delle riunioni del Consiglio vengono di norma inviate agli Amministratori con congruo anticipo rispetto alla data della riunione stessa. La percentuale di partecipazione degli Amministratori alle adunanze consiliari tenutesi nel corso del 2004 è stata, mediamente, pari al 76%. Almeno sei consiglieri indipendenti sono risultati presenti, in media, alle riunioni consiliari tenutesi successivamente al citato rinnovo delle cariche.

Comitati Consultivi

In seno al CdA operano, dal 2001, il Comitato per il Controllo Interno e il Comitato per la Remunerazione, con il compito, rispettivamente, di analizzare le problematiche relative al sistema di controllo interno dei processi aziendali e di elaborare proposte in materia di remunerazione degli Amministratori Delegati e dell'alta direzione. Il Comitato per la Remunerazione, al fine di espletare la propria funzione, si è riunito una sola volta in data 16 luglio 2004, mentre nel corso dell'anno si sono tenute cinque riunioni del Comitato per il Controllo Interno (con una partecipazione totalitaria dei componenti), cui di norma ha assistito anche il Presidente del Collegio Sindacale. Tale Comitato ha riferito al CdA, con cadenza semestrale, sull'attività svolta e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno. Sia la composizione del Comitato per il Controllo Interno che quella del Comitato per la Remunerazione sono coerenti con le indicazioni contenute nel Codice di Autodisciplina.

Comitato per il Controllo Interno
Francesco Boccetti (*non esecutivo*)
Rocco Carannante (*non esec. - indip.*)
Giuseppe Solinas (*non esec. - indip.*)

Comitato per la Remunerazione
Vanes Galanti (*non esecutivo*)
Massimo Pacetti (*non esec.- indip.*)
Pierluigi Stefanini (*non esecutivo*)

Collegio Sindacale

Il Collegio Sindacale di Unipol Assicurazioni - composto da tre Sindaci effettivi e due supplenti - vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto sociale, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento. Detto organo non esercita il controllo contabile della Compagnia, che compete alla KPMG S.p.A., cui spetta anche la revisione del Bilancio di esercizio e del Bilancio consolidato, nonchè la revisione contabile limitata della relazione semestrale, anche consolidata. Nel 2004 hanno avuto luogo cinque riunioni del Collegio Sindacale, con una partecipazione totalitaria dei membri, così come pressoché totalitaria è risultata la presenza dei Sindaci alle riunioni del CdA di Unipol Assicurazioni.

Assemblea dei Soci

L'Assemblea è l'organo che esprime, con le sue deliberazioni, la volontà degli azionisti; dette deliberazioni, se assunte nel rispetto della legge e dello Statuto sociale, vincolano tutti i soci, compresi quelli assenti o dissenzienti.

Il Sistema di Controllo Interno

In materia di controllo interno, la Società recepisce le raccomandazioni del Codice di Autodisciplina anche nel rispetto della speciale regolamentazione settoriale dettata dalla Circolare ISVAP del 3 marzo 1999, n. 366. La delibera quadro del CdA assunta in merito risale al dicembre 1999.
Il sistema di controllo interno della Società è costituito dall'insieme dei criteri e degli strumenti necessari per assicurare creazione di valore nel continuo, efficacia strategica ed efficienza gestionale alla Compagnia e al Gruppo, nel rispetto delle regole vigenti. Nel corso del 2004 l'Internal Auditing ha svolto opportune attività di verifica circa l'adeguatezza e l'effettivo funzionamento del sistema aziendale di controllo, continuando nell'azione di sensibilizzazione delle strutture a cui è demandato il presidio dei processi aziendali, nella consapevolezza della continua ricerca di un miglioramento e della necessità di costanti adeguamenti alle evoluzioni in atto e ai nuovi profili di rischio che impattano sull'attività della Compagnia.

Le Operazioni con le Parti Correlate

Il CdA di Unipol Assicurazioni ha deliberato nel marzo 2003 le procedure interne e le linee di comportamento in materia di operazioni con parti correlate in attuazione delle disposizioni del Regolamento Consob e del Codice di Autodisciplina.
Gli Amministratori Delegati devono sottoporre all'approvazione preventiva del CdA le operazioni con le parti correlate qualora dette operazioni, per oggetto, corrispettivo, modalità o tempi di realizzazione, possano avere effetti sulla salvaguardia del patrimonio aziendale o sulla correttezza e completezza delle informazioni, anche contabili, relative alla Compagnia.
Gli Amministratori Delegati comunicano al CdA, con periodicità almeno trimestrale, le altre operazioni con parti correlate non approvate preventivamente e diverse da quelle tipiche e/o usuali.

Internal Dealing

Il Codice di Comportamento di Unipol Assicurazioni in materia di Internal Dealing disciplina gli obblighi informativi delle persone rilevanti e della Società, nonchè i limiti di operatività nella specifica materia.
Gli obblighi informativi in capo alle cosiddette "Persone Rilevanti" sono piuttosto stringenti, essendo richiesta loro la comunicazione alla funzione preposta di tutte le operazioni effettuate, direttamente e/o indirettamente, su strumenti finanziari emessi dalla Compagnia o dalle sue controllate, indipendentemente da soglie di rilevanza.
La *disclosure* al mercato delle operazioni comunicate è prevista al superamento di soglie quantitative inferiori a quelle previste dal Regolatore.

Al fine di prevenire potenziali conflitti di interesse e a tutela della Società e del Gruppo, alle Persone Rilevanti è fatto divieto di compiere operazioni su strumenti finanziari emessi da Unipol Assicurazioni e dalle controllate nei 30 giorni (*blocking period*) antecendenti l'approvazione, da parte del CdA, del progetto di Bilancio annuale e della relazione semestrale di Unipol Assicurazioni e nei 15 giorni antecedenti l'approvazione delle relazioni trimestrali.

Il trattamento delle Informazioni Riservate

Il CdA della Società ha recepito le raccomandazioni previste nel Codice di Autodisciplina relativamente al trattamento delle informazioni aziendali riservate, condividendo l'opportunità di regolamentare sia le procedure interne che quelle di comunicazione all'esterno della Società di fatti che accadono nella propria sfera di attività e in quella delle proprie controllate non di pubblico dominio e idonei, se resi pubblici, ad influenzare sensibilmente il prezzo degli strumenti finanziari quotati propri e quelli delle proprie controllate.
Il CdA ha deliberato nel marzo 2002 le "Linee Procedurali" per un regolamento finalizzato a evitare che la divulgazione delle informazioni riservate o "*price sensitive*" avvenga in forma intempestiva, non completa oppure inadeguata.

I rapporti con i Soci

La Società riserva, per tradizione, particolare attenzione ai rapporti con i propri azionisti, rapporti che assumono particolare intensità in prossimità delle adunanze assembleari. In tema di rapporti con gli investitori istituzionali, Unipol Assicurazioni è dotata dell'apposita funzione di *Investor Relations*, denominata "Unità Studi, Mercato e Relazioni con gli Investitori" e collocata nell'ambito della Condirezione Generale Finanza - Immobiliare - Partecipazioni e Controllo di Gruppo (Telefono +39 051 6096166; e-mail a.donati@unipol.it).

Divisione Internal Auditing di Gruppo

Il 2004 è stato caratterizzato da una crescente sensibilizzazione dei mercati e degli Organismi di Vigilanza istituzionali sulla centralità del sistema dei controlli nella governance aziendale, intesa come l'insieme dei criteri e degli strumenti necessari per assicurare una continua creazione di valore, oltre ad una efficace gestione strategica ed efficienza gestionale, nel rispetto delle regole.

In tale prospettiva, all'*Internal Auditing di Gruppo* è stato - ed è - richiesto un contributo significativo, che si concretizza nell'informazione agli organi delegati relativamente al grado di adeguatezza dei processi di controllo dei rischi aziendali, secondo quanto previsto dalla circolare ISVAP n. 366/D del 3/3/99 e dal Codice di Autodisciplina adottato dalla Società.

Nell'esercizio 2004 l'accresciuta attenzione dell'Organo di Vigilanza (ISVAP) verso la governance delle imprese assicuratrici, si è tradotta - per l'*Internal Auditing di Gruppo* - in maggiori responsabilità e conseguenti attività, che hanno compreso anche la partecipazione a specifici gruppi di lavoro ANIA ed a gruppi di lavoro interni.

Il riferimento, in particolare, è agli adempimenti relativi all'istituzione del Registro dei Reclami, a quelli inerenti ai rapporti con l'attuario incaricato RC Auto, agli impegni previsti in merito al rapporto annuale sulla formazione e l'osservanza delle regole di correttezza, trasparenza e professionalità delle reti commerciali.

Nel corso dell'anno l'*Internal Auditing di Gruppo* è stato, inoltre, maggiormente coinvolto in attività relative alle Compagnie del Gruppo e, nell'ultima parte dell'anno, nel gruppo di lavoro riguardante Navale Assicurazioni, per la parte relativa alla governance.

In aumento è anche la richiesta, rispetto allo scorso anno, di attività di consulenza nella fase di implementazione di nuovi processi/applicazioni informatiche, con particolare riferimento al supporto IT legato agli adempimenti previsti dalla circolare sui reclami ed alle nuove misure definite dal Codice sulla Privacy.

Positivo è stato, inoltre, il confronto con il Comitato per il Controllo Interno: nel corso dell'anno ci sono stati quattro incontri, in cui si è relazionato sugli interventi di Auditing svolti e sono emerse proficue riflessioni e indicazioni in materia di controllo interno.

Nuova struttura organizzativa

La configurazione della Divisione come *Internal Auditing di Gruppo* ha comportato, nel corso del 2004, un nuovo assetto della struttura organizzativa, con il rafforzamento dell'area della revisione interna e vigilanza e, da novembre, con l'uscita dall'organico della Funzione Revisione Agenzie Unipol, passata alle dipendenze della Condirezione Generale Assicurativa.

La Divisione ha sempre informato le Direzioni interessate in merito alle revisioni eseguite ed ha tempestivamente ragguagliato l'Alta Direzione sugli esiti e sui correttivi proposti. Sulla base dell'attività svolta, non vi sono stati elementi di rilievo da essere segnalati agli Organi Societari.

Principali attività nel corso del 2004

Revisione Agenzie e Cambi di Gestione
Sono stati svolti interventi di controllo e di assistenza agli Agenti nelle aree della gestione amministrativa-finanziaria-assicurativa e con controlli sul rispetto delle normative vigenti (in particolare antiriciclaggio e Privacy).

Unità Revisione Agenzie Societarie
Nel 2004 sono state svolte le attività di coordinamento, assistenza, affiancamento e formazione alla funzione di controllo nelle Agenzie Societarie, con particolare riferimento alle norme amministrative, Privacy, antiriciclaggio, e al supporto del miglioramento del sistema di controllo interno.

Revisione Area Sinistri e Unità Specialistica Auditing Sinistri
Le principali attività hanno riguardato le revisioni nei Centri di Liquidazione di Gruppo, le verifiche sugli adempimenti relativi alla Legge 57/2001, il supporto alla revisione contabile di bilancio, interventi mirati, consulenze e partecipazione a gruppi di lavoro.

Revisione Interna
Sono stati svolti interventi in supporto alla revisione contabile dei Bilanci chiusi al 31/12/2003 del Gruppo Unipol, audit su varie aree aziendali e Compagnie del Gruppo, partecipazione a gruppi di lavoro.

Attività inerenti l'adeguamento alle disposizioni del D. Lgs. 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli Enti
Si è iniziato un aggiornamento della mappatura dei rischi utilizzando un nuovo modello di valutazione dei rischi. È stata svolta un'analisi approfondita di tre processi particolarmente "sensibili" ai rischi ex D. Lgs. 231/2001: gare, liquidazione sinistri, tesoreria.

Attività di adeguamento alla Circolare Isvap 518/2003 (*Registro Reclami*)
Tale attività è stata sviluppata con un approccio di Gruppo: sono state effettuate riunioni infragruppo con l'obiettivo di omogeneizzare le interpretazioni sulle applicazioni della Circolare nella fase di avvio della gestione del Registro dei Reclami e chiarire gli orientamenti principali sui casi particolari. Tali incontri hanno coinvolto tutto il Gruppo Unipol. L'impostazione dell'attività, orientata a contribuire costruttivamente alla soluzione dei problemi organizzativi evidenziati dai reclami ricevuti, è stata particolarmente apprezzata dall'ISVAP.

Attività relative alla Circolare Isvap 533/2004 (*Distribuzione di polizze di assicurazione, incasso dei premi e pubblicità dei prodotti assicurativi*)
La Circolare Isvap 533 del 4 giugno 2004, entrata in vigore il 1° ottobre, prevede che il responsabile dell'Internal Auditing riceva un rapporto annuale sulle iniziative e verifiche attuate in merito all'adeguatezza della formazione ed all'osservanza delle regole di trasparenza, correttezza e professionalità della rete di vendita. Questo rapporto deve essere poi sottoposto, con eventuali osservazioni in merito, agli organi amministrativi della Società, che lo devono successivamente inoltrare all'Isvap.

In merito è stato verificato che le aree aziendali interessate dalla normativa si fossero opportunamente attivate in merito, partecipando anche a specifici incontri interfunzionali.

IT Audit

Le attività svolte dall'Audit IT sono relative ad interventi di revisione, anche in collaborazione con altre aree della Divisione e di coinvolgimento in gruppi di lavoro e consulenze.

Interventi per Compagnie del Gruppo

Quadrifoglio Vita, Unisalute, Linear, Navale Assicurazioni

Nel 2004 l'*Internal Auditing di Gruppo*, essendo incaricato della funzione di controllo, ha svolto interventi specifici di auditing e attività di supporto per il miglioramento del sistema di controllo interno.

Unipol Banca

Sono proseguiti i controlli sistematici per conto di Unipol Banca sui Promotori Finanziari, con lo scopo di accertare l'adeguatezza dei comportamenti e la correttezza degli adempimenti formali e amministrativi in merito all'attività di collocamento dei prodotti finanziari da parte dei promotori.

Linea sintetica dell'attività dell'Auditing nel 2004

Il mercato

Lo scenario macroeconomico

La crescita dell'economia mondiale ha visto una accelerazione nel 2004. Il PIL è cresciuto del 5,1%, nonostante una decelerazione, nella seconda metà dell'anno, dovuta agli effetti dell'aumento del prezzo del petrolio. La crescita ha continuato a essere molto sbilanciata tra Paesi, dipendendo in maniera rilevante dall'espansione dell'economia americana e di alcuni paesi asiatici, in particolare Cina e India. Il commercio mondiale è aumentato del 10%, il valore più elevato dell'ultimo decennio.
Nello stesso periodo, l'economia dell'area Euro ha continuato la sua performance deludente: la crescita del PIL non ha superato il 2%. L'Italia ha continuato a crescere ancor più lentamente della media europea: il PIL è aumentato dell'1,2%. Il settore delle costruzioni e quello dei servizi hanno registrato elevati ritmi di crescita, mentre è continuato il ristagno del PIL nel settore manifatturiero, cui si è associato un peggioramento del clima di fiducia. L'apprezzamento dell'Euro e una domanda ancora debole hanno contribuito al contenimento dell'inflazione (2,2% nel 2004).

Il settore assicurativo

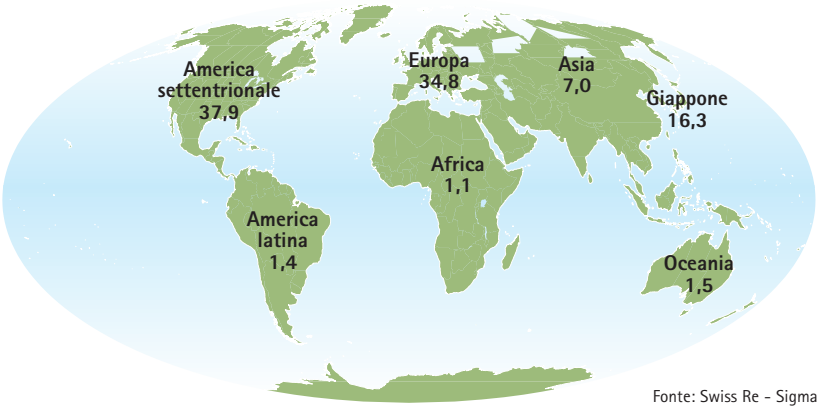
Nell'anno 2003 (ultimi dati disponibili) - a livello globale - i premi complessivamente raccolti sono ammontati a 2.941 miliardi di dollari, con un incremento misurato in termini reali pari al 2,0% (dopo una crescita del 5,4% nel 2002). L'assicurazione Vita ha raccolto premi per circa 1.673 miliardi di dollari, con una diminuzione - in termini reali - dello 0,8%; l'assicurazione Danni ha, invece, registrato un aumento del 6,0%, per un volume premi pari a 1.268 miliardi di dollari. Il rilancio dell'economia mondiale, nella seconda parte del 2003, ha influenzato positivamente la situazione patrimoniale delle imprese di assicurazione. I bassi tassi d'interesse offerti sui mercati finanziari e il conseguente abbassamento dei livelli delle garanzie di rendimento delle nuove polizze sulla vita hanno inciso sulla raccolta complessiva dei premi. La crescita dei premi nel ramo Danni è ancora legata all'aumento generalizzato dei prezzi, più che ad una congiuntura economica favorevole.

Il mercato assicurativo nel Mondo – Raccolta Premi 2003 (m$)

	Vita	Danni	Totale	Quota % del Mercato Mondiale
America Settentrionale	503.759	610.882	1.114.641	37,9
America Latina	16.070	25.801	41.871	1,4
Europa	584.705	437.452	1.022.157	34,8
Asia	522.340	163.413	685.753	23,3
di cui: Giappone	381.335	97.530	478.865	16,3
Africa	22.184	8.784	30.968	1,1
Oceania	23.456	21.824	45.280	1,5
Totale	**1.672.514**	**1.268.156**	**2.940.670**	**100,0**

Fonte: Swiss Re - Sigma

Quote % del mercato mondiale dell'assicurazione diretta nel 2003



Fonte: Swiss Re - Sigma

Il mercato assicurativo in Europa

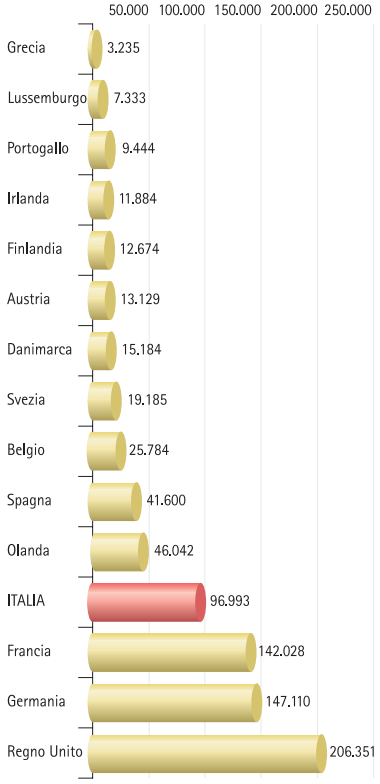
La situazione europea

Il mercato assicurativo dell'Unione Europea ha raccolto nel 2003 premi per 797.976 milioni di Euro, con un lieve incremento dello 0,6%, dovuto soprattutto al calo registrato nel Regno Unito (-11,6%) e in Spagna (-13,7%). I tassi di crescita più elevati sono stati registrati in Belgio (+15,8%), Lussemburgo (+13,8%), Svezia (+13,1%), Portogallo (+12,2%) e Italia (+10,6%).

I premi dell'assicurazione Vita sono diminuiti del 2,3%: in forte calo la raccolta premi in Spagna (-33,4%) e nel Regno Unito (-16,2%), mentre è in crescita quella del Belgio (+21,7%), del Portogallo (+18,4%), del Lussemburgo (+15,4%), dell'Italia (+13,5%).

Nei rami Danni, invece, i premi sono aumentati del 5,1% rispetto all'anno precedente con tassi superiori alla media in Svezia (+33,3%), Grecia (+13,6%), Danimarca (+12,5%), Spagna (+10,5%), Francia (+7,5%), Irlanda (+7,2%), Austria (+6,1%), Olanda e Italia (+5,6%).

Premi diretti nei Paesi dell'Unione Europea nel 2003



Fonte: ANIA

Importi in milioni di Euro

Numero di imprese nei Paesi dell'Unione Europea 2003

Fonte: ANIA

Premi per impresa nei Paesi dell'Unione Europea 2003

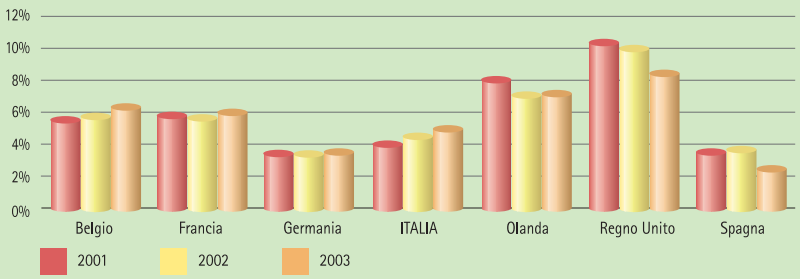
Importi in milioni di Euro

Fonte: ANIA

Il ruolo delle Assicurazioni nei Paesi europei

Nonostante l'Italia abbia una raccolta premi tra le più elevate a livello europeo - posizionandosi al quarto posto secondo i dati 2003 (dopo Regno Unito, Germania e Francia) - rimane ancora un paese sottoassicurato, con una penetrazione assicurativa - espressa dal rapporto tra premi delle assicurazioni Danni e PIL - pari al 2,62% nel 2004 (2,63% nel 2003), ovvero circa un punto percentuale in meno rispetto ai principali paesi europei.
La differenza è ancora più ampia quando si escludono dal confronto le polizze auto: da noi l'incidenza sul PIL sfiora l'1%, mentre negli altri principali Paesi europei è più che doppia.
Una parte del divario dipende dalla morfologia del sistema produttivo italiano, incentrato sulle piccole e medie imprese che - data la minore complessità organizzativa - fanno un maggior ricorso alla autoassicurazione.
Un'altra parte del divario deriva dalla struttura sbilanciata del nostro sistema di Welfare che, nella pretesa di offrire coperture illimitate con risorse decrescenti, limita la diffusione delle coperture di mercato in materia sanitaria, di tutela degli anziani, di calamità naturali e di terrorismo.
Tra il 2001 e il 2003 il rapporto tra il volume dei premi e il PIL (l'indice di penetrazione assicurativa) ha mostrato andamenti differenziati tra il settore delle assicurazioni sulla Vita e quello delle assicurazioni contro i Danni.
Relativamente al settore Vita, il 2003 ha visto il Belgio registrare l'incremento più elevato dell'indice rispetto agli altri Paesi analizzati, passando dal 5,5% nel 2002 al 6,6% nel 2003; significativi anche i valori del rapporto in Italia e Francia, rispettivamente pari al 4,8% e al 5,9%. Regno Unito e Spagna, invece, sono stati caratterizzati da una riduzione dell'indicatore.
Tra il 2001 e il 2003 il rapporto tra le riserve matematiche e il PIL - rapporto che approssima il grado di maturazione del mercato Vita - è aumentato in Italia dal 18,1% al 20,8%. Nonostante tale crescita, il valore del rapporto rimane ancora a livelli inferiori nel contesto europeo; infatti, negli altri paesi industrializzati, come la Germania, la Francia e il Regno Unito, l'indice è stato rispettivamente pari al 26,6%, 50,2% e 87,1%.
Solamente la Spagna si attesta su un livello più basso rispetto all'Italia, con un valore pari al 14,7%.
Nel settore delle assicurazioni Danni l'Italia rimane il paese con il più basso rapporto tra i premi e il PIL (2,6% nel 2003). Nel triennio considerato il divario con gli altri Paesi è sostanzialmente immutato; in particolare, nel 2003 è stato pari a circa mezzo punto percentuale rispetto a Belgio, Francia e Spagna, a un punto rispetto alla Germania, a un punto e mezzo rispetto al Regno Unito e a ben due punti rispetto all'Olanda.

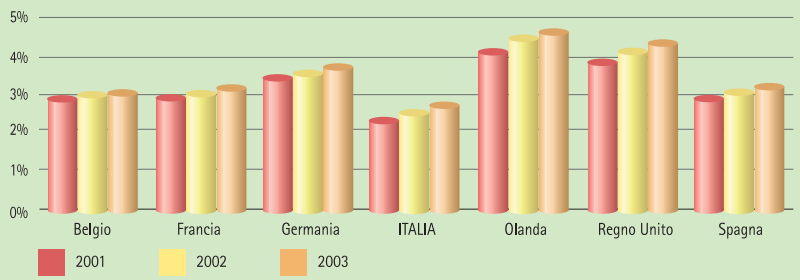
Premi Vita/PIL



Valori espressi in %.

Fonte: CEA

Premi Danni/PIL



Valori espressi in %.

Fonte: CEA

L'assicurazione italiana: i dati significativi 2004

- Il numero di imprese con sede legale in Italia è in diminuzione (anche a causa delle fusioni avvenute nel corso dell'anno). Si registra, invece, in aumento la presenza delle rappresentanze estere sia nei rami Vita sia in quelli Danni. Al 30 aprile 2005, le imprese di assicurazione in esercizio sono 244 (248 nel 2004), di cui 179 con sede legale in Italia (188 un anno prima) e 65 rappresentanze di imprese estere (60 nel 2004), per la maggior parte (60) comunitarie. 93 imprese esercitano esclusivamente i rami Vita, mentre sono 122 ad esercitare esclusivamente i rami Danni. Esercitano sia i rami Vita che i rami Danni 20 imprese; infine, 9 imprese esercitano la sola riassicurazione.
  Per quel che concerne la natura giuridica, delle 179 imprese con sede legale in Italia, 175 sono società per azioni, 3 sono società di mutua assicurazione e 1 è società cooperativa.

Numero di Imprese Ripartite Secondo la Natura Giuridica

	Rami Vita	Rami Danni	Multi Rami	Riass. Profess.	Tot. Imprese
Società per Azioni	76	79	17	3	**175**
Società Cooperative	-	-	1	-	**1**
Società Mutue	-	2	1	-	**3**
Totale Imprese con sede in Italia	76	81	19	3	**179**
Rappresentanze Estere	17	41	1	6	**65**
- di cui con sede in paesi UE	16	38	1	5	**60**
Totale Imprese	**93**	**122**	**20**	**9**	**244**

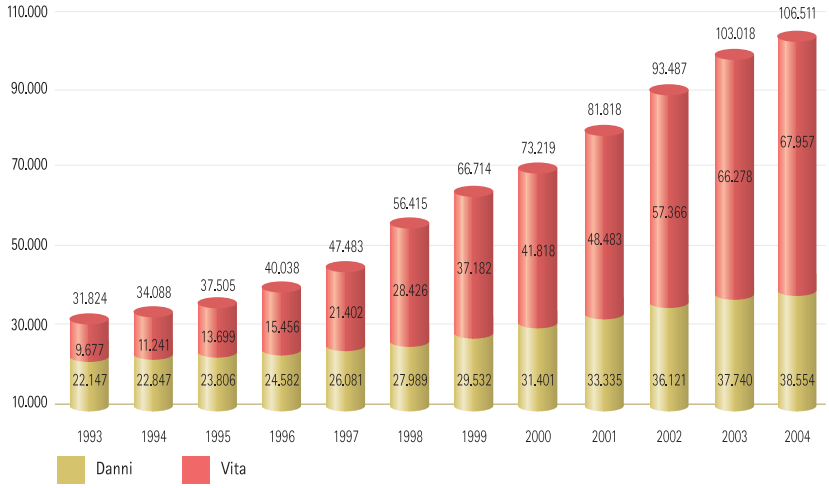
Situazione al 30 aprile 2005 - Fonte: ANIA

- Nel 2004 i risultati economici delle imprese di assicurazione italiane sono stati, nel complesso, positivi per effetto, principalmente, di un miglioramento dei risultati tecnici nei rami Danni e di un favorevole sviluppo del portafoglio del ramo Vita.
  I premi complessivi del lavoro italiano ed estero, diretto e indiretto, raccolti dalle imprese con sede legale in Italia e dalla rappresentanze di imprese estere non comunitarie, sono stati nel 2004 pari a 106.511 milioni di Euro (contro i 103.018 milioni del 2003). In particolare, 38.554 milioni di Euro (37.740 milioni nel 2003) sono stati raccolti nei rami Danni e 67.957 milioni nei rami Vita (contro i 65.278 milioni nel 2003).

Il tasso di crescita dei premi totali registrato nel 2004 (+3,4% rispetto al dato 2003) è il valore più basso degli ultimi dieci anni. I premi nei rami Vita sono aumentati del 4,1% rispetto al 2003, mentre tra il 1993 e il 2003 la crescita media annua era stata del 21%; anche i premi nei rami Danni sono cresciuti in modo molto contenuto (2,2% rispetto al 2003), il valore più basso registrato dal 1993. Ne consegue che la quota dei premi Vita sul totale - che nel 1993 era pari al 30,4% - si attesta al 63,8%, aumentata solo lievemente rispetto all'anno precedente (63,4%).

Le spese di gestione nel 2004 sono state pari a 11.894 milioni di Euro, in crescita del 4,8% rispetto al 2003. Dopo anni di regolare riduzione, l'incidenza delle spese di gestione rispetto ai premi si è fermata allo stesso livello del 2003 (11,9%).
Nonostante la lieve flessione dell'attività straordinaria, i positivi andamenti dei risultati tecnici (per i rami Danni e per quelli Vita) hanno fatto sì che l'esercizio 2004 registrasse un utile di 5.324 milioni di Euro, in crescita rispetto ai 3.793 milioni del 2003. L'utile è stato pari al 5,3% dei premi (4,0% nel 2003).

Premi complessivi



Importi in milioni di Euro.
Fonte: ANIA

Sviluppo del mercato assicurativo in Italia

	2002	2003	2004	var %	comp %
Composizione raccolta Danni:					
Auto	19.582	20.684	21.207	2,5%	59,89%
Altri Rami Danni	12.834	13.528	14.205	5,0%	40,11%
Totale Composizione Danni	**32.416**	**34.212**	**35.411**	**3,5%**	**100%**
Composizione raccolta Vita:					
Individuali + collettive	55.177	62.654	65.430	4,4%	100%
di cui: - Banche	31.206	37.328	39.000	4,5%	59%
- Canali tradizionali	16.444	18.557	19.930	7,4%	30%
- Promotori Finanziari	7.527	6.769	6.500	-4,0%	10%
Fondi Pensione (Ramo IV)	121	128	198	54,9%	0,3%
Totale Composizione Vita	**55.298**	**62.781**	**65.627**	**4,5%**	**100%**
TOTALE DANNI	**32.416**	**34.212**	**35.411**	**3,5%**	**35%**
TOTALE VITA	**55.298**	**62.781**	**65.627**	**4,5%**	**65%**
TOTALE MERCATO	**87.715**	**96.994**	**101.038**	**4,2%**	**100%**

Importi in milioni di Euro

I dati relativi alla raccolta premi 2004 commentati nella relazione di Bilancio si riferiscono ad informazioni fornite da Ania a Marzo 2005 (premi totali: 101.609 milioni di Euro).

Fonte: ISVAP, Ania 2004: Ania info 2004: Ania Info Aprile 2005 e stime interne

La strategia del Gruppo

Il 2004 è stato un anno particolarmente intenso e positivo per il Gruppo Unipol nel suo complesso e si è caratterizzato principalmente per i seguenti avvenimenti:

- è stato realizzato il progetto di integrazione societaria tra Meieaurora e il Gruppo Winterthur Italia, da cui è nata Aurora Assicurazioni;
- sono stati completati, nei tempi prefissati, i processi di integrazione organizzativa, informatica e logistica della nuova società, Aurora Assicurazioni;
- è proseguito lo sviluppo nel settore bancario e del merchant banking, grazie al rafforzamento della rete distributiva di Unipol Banca, all'operatività nel credito a medio termine e allo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali;
- si sono ottenuti importanti risultati sia in termini di volumi che di redditività.

Il Gruppo Unipol ha rafforzato ulteriormente la sua posizione all'interno del mercato assicurativo italiano, collocandosi al terzo posto nella graduatoria dello stesso settore, con una quota di mercato del 9,6%, pari a 9.723 milioni di Euro.

Quote di mercato in Italia

Rank 2003	Rank 2004	Società	2003 Totale D+V	2003 Quota %	2004 Danni	2004 Quota %	2004 Vita	2004 Quota %	2004 Totale D+V	2004 Quota %
1	1	Gruppo Generali	19.536	20,1	5.804	16,4	16.540	25,2	22.344	22,1
2	2	Gruppo Allianz Ras	14.237	14,7	5.491	15,5	8.501	13,0	13.992	13,8
4	**3**	**Gruppo Unipol***	**7.463**	**7,7**	**4.005**	**11,3**	**5.718**	**8,7**	**9.723**	**9,6**
3	4	Fondiaria-Sai	9.207	9,5	6.990	19,7	2.687	4,1	9.678	9,6
5	5	Gruppo Cattolica	4.183	4,3	1.398	3,9	3.381	5,2	4.779	4,7
Totale primi 5 gruppi			**54.626**	**56,3**	**23.689**	**66,9**	**36.827**	**56,1**	**60.516**	**59,9**
6	6	Gruppo Toro	2.615	2,7	2.254	6,4	479	0,7	2.732	2,7
7	7	Gruppo Reale Mutua	2.114	2,2	1.767	5,0	517	0,8	2.284	2,3
8	8	Gruppo Zurigo	1.964	2,0	1.341	3,8	797	1,2	2.138	2,1
9	9	Gruppo Axa	1.703	1,8	1.200	3,4	679	1,0	1.880	1,9
10	10	Gruppo Sara	844	0,9	775	2,2	106	0,2	882	0,9
Totale primi 10 gruppi			**63.865**	**65,8**	**31.026**	**87,6**	**39.405**	**60,0**	**70.432**	**69,7**
Totale Mercato			**96.994**	**100,0**	**35.411**	**100,0**	**65.627**	**100,0**	**101.038**	**100,0**

Importi in milioni di Euro

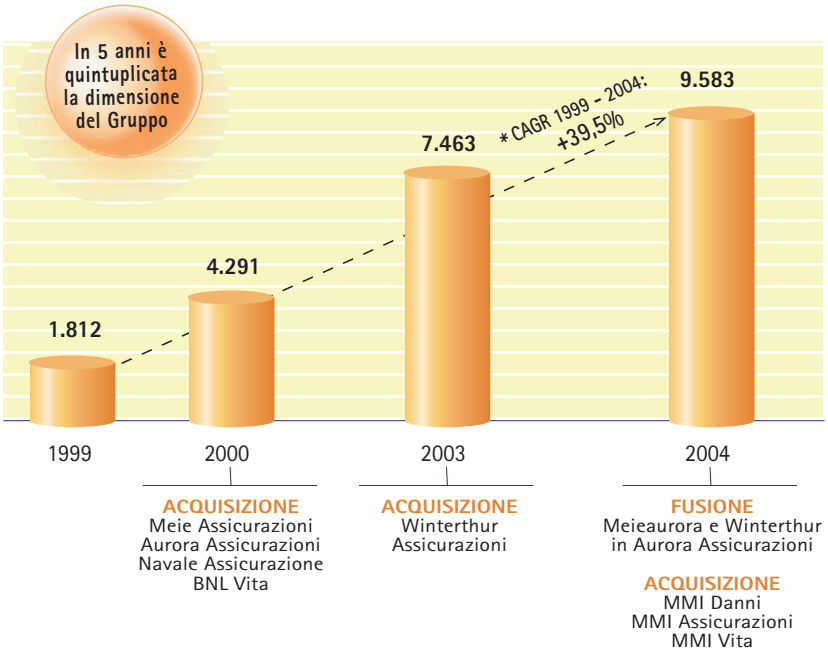
*Il Gruppo Unipol, comprese le compagnie MMI nel 2004 (così come riportato da ANIA nella classifica premi 2004), si porta al terzo posto della classifica dei Gruppi, superando Fondiaria-Sai.

Fonte ANIA - Graduatoria premi del lavoro diretto italiano - Gruppi di imprese

Il comparto assicurativo

Nel comparto assicurativo, nel corso del 2004, il Gruppo ha completato la complessa operazione di integrazione societaria che ha visto Winterthur Assicurazioni incorporare, in tempi successivi, le compagnie Meieaurora, NewWin Assicurazioni e Winterthur Vita, ed assumere la denominazione di Aurora Assicurazioni, terza Compagnia multiramo, in ordine al volume dei premi, operante in Italia.

Il comparto assicurativo: lo sviluppo 1999-2004



TOTALE INVESTIMENTI: 2.189 milioni di Euro
TOTALE PREMI ACQUISTI: 4.315 milioni di Euro
TOTALE CLIENTI ACQUISITI: 3.200.000

Premi di Gruppo in milioni di Euro.

*CAGR: Compound Average Growth Rate (Tasso Medio Composto di Crescita)

Le modalità tecniche di attuazione della razionalizzazione societaria che ha portato alla nascita di Aurora Assicurazioni hanno consentito di ottimizzare l'investimento di Unipol Assicurazioni.
Parallelamente all'integrazione societaria, si è operato sul piano dell'integrazione con la Capogruppo di attività gestionali, realizzando le condizioni per il contenimento delle spese generali previsto dal piano triennale.
In particolare, le attività svolte hanno riguardato:

- l'estensione del sistema informatico assuntivo di Unipol Assicurazioni alla rete agenziale ex Winterthur (con collegamento on line delle agenzie) e la definizione del Centro Elaborazioni Dati unico di Gruppo, con distacco dei dipendenti CED di Aurora presso Unipol Assicurazioni;
- la rivisitazione del listino prodotti e la ridefinizione dei rapporti economici con la rete agenziale;
- l'estensione del modello liquidativo già in uso nel Gruppo (Liquidazione telematica e Centri di Liquidazione di Gruppo), con distacco di gran parte dei dipendenti delle strutture ex-Winterthur presso Unipol Assicurazioni;

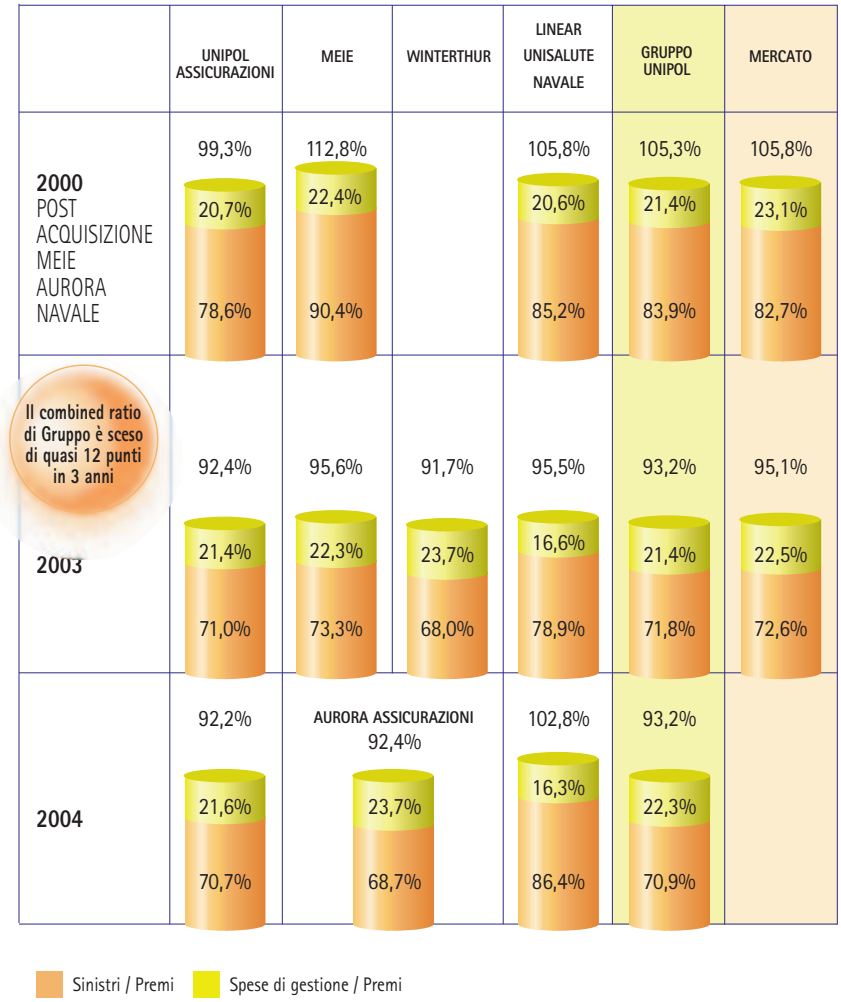
Obiettivi al 2006: la fusione Meieaurora-Winterthur

Azioni	Attività	Stato
- Integrazioni reti di vendita	- Accentramento della gestione finanziaria e immobiliare	completato
- Estensione sistema IT della Capogruppo	- Estensione all'ex Gruppo Winterthur Italia del:	
- Centralizzazione della:		
■ liquidazione sinistri	■ sistema Danni di Unipol	completato
■ gestione finanziaria e immobiliare	■ sistema Vita di Unipol	completato
■ gestione degli acquisti	■ gestione sinistri	completato
Obiettivi al 2006: **Sinergie di costi per 100 Euro/mln** 65% spese generali 35% liquidazione sinistri		in corso

- l'accentramento in Unipol Assicurazioni della gestione finanziaria e immobiliare;
- l'accentramento in Unipol Assicurazioni della gestione dei principali contratti di fornitura di servizi (telefonia e consulenze);
- il trasferimento delle strutture ex-Meieaurora ed ex-Winterthur nella nuova sede unica di San Donato Milanese, propedeutica al recupero di costi logistici ed alla razionalizzazione del patrimonio immobiliare.

Aurora Assicurazioni rappresenta ad oggi il polo milanese del Gruppo Unipol, che si affianca a quello bolognese dove operano la Capogruppo Unipol Assicurazioni, le società assicuratrici specializzate e il Gruppo Bancario Unipol Banca.
Nel corso dell'esercizio è stato avviato, inoltre, il progetto di riposizionamento strategico di Navale Assicurazioni nell'ambito della strategia distributiva del Gruppo Unipol, che la porterà a diventare la Compagnia specializzata del Gruppo nel canale distributivo costituito dagli agenti plurimandatari e dai piccoli brokers. A tale progetto contribuirà, nel 2005, l'acquisizione, formalizzata nel mese di febbraio, delle controllate italiane, MMI Danni e MMI Assicurazioni del Gruppo Mutuelles du Mans, che apporteranno una raccolta premi di circa 150 milioni di Euro e 170 agenzie assicurative.
Il consolidamento del comparto assicurativo operato nel 2004 rafforza l'impegno del Gruppo nel comparto bancario, sia in termini di valore della specifica area di business, sia come generatore di sinergie con il comparto assicurativo.
L'espansione territoriale delle filiali Unipol Banca viene pianificata sia nel caso di nuove aperture, sia nel caso di acquisizioni di filiali, in funzione delle aree di maggior penetrazione del settore assicurativo.
Per l'esercizio 2004 il Gruppo Unipol, oltre a segnare gli importanti traguardi in termini di volumi di attività e porre le basi per migliorare ulteriormente l'efficienza interna, ha evidenziato il raggiungimento di un significativo risultato consolidato pari a 272,9 milioni di Euro (+53,8% sul 2003), di cui 211,3 milioni di utile netto di Gruppo (+43,3%). Il ROE ha raggiunto l'8,7% (8,4% a fine 2003), nonostante la crescita della giacenza media dei mezzi propri del Gruppo, conseguente l'aumento di capitale effettuato nel 2003.

L'efficienza operativa del Gruppo
Combined Ratio del lavoro diretto



Le Società del Gruppo Unipol

Compagnia operativa e holding del Gruppo

Settore Assicurativo

Società	Business e Canale
UNIPOL ASSICURAZIONI	Danni +Vita/Agenzie
Aurora ASSICURAZIONI	Danni +Vita/Agenzie
LINEAR Assicurazioni in Linea	Auto/Telefono +Internet
UNISALUTE	Sanità/Accordi, Internet
Navale ASSICURAZIONI DAL 1914	** Trasporti e Turismo Brokers

Settore Bancassicurazione

Società	Business e Canale
Quadri Foglio Vita	Vita/ Filiali BAM (MPS)
BNL Vita	Vita/Filiali BNL

Settore Bancario, Risparmio gestito e Merchant Banking

Società	Business e Canale
UNIPOL BANCA	Bancario/Filiali Negozi finanziari, Promotori finanziari
UNIPOL FONDI	Fondi d'investimento/ Unipol Banca
UNIPOL SGR	Assett Management
UNIPOL MERCHANT	Merchant Banking e Mediocredito

** Nel Novembre 2004 Navale Assicurazioni ha siglato un accordo di acquisizione di MMI Danni Spa, MMI Assicurazioni Spa e MMI Vita Spa dal Gruppo Mutuelles du Mans Assurance.

Totale raccolta assicurativa Gruppo Unipol al 31/12/2004

	2002		2003		2004	
Premi Diretti	**6.006**	**+22%**	**7.463**	**+24%**	**9.583**	**+28%**
- dei quali Vita	3.728	+34%	4.650	+25%	5.717	+23%
- dei quali Danni	2.234	+8%	2.813	+23%	3.866	+37%
Quota di mercato	**6,8%**		**7,7%**		**9,4%**	
Vita	6,7%		7,4%		8,7%	
Danni	7,1%		8,2%		10,8%	

Importi in milioni di Euro

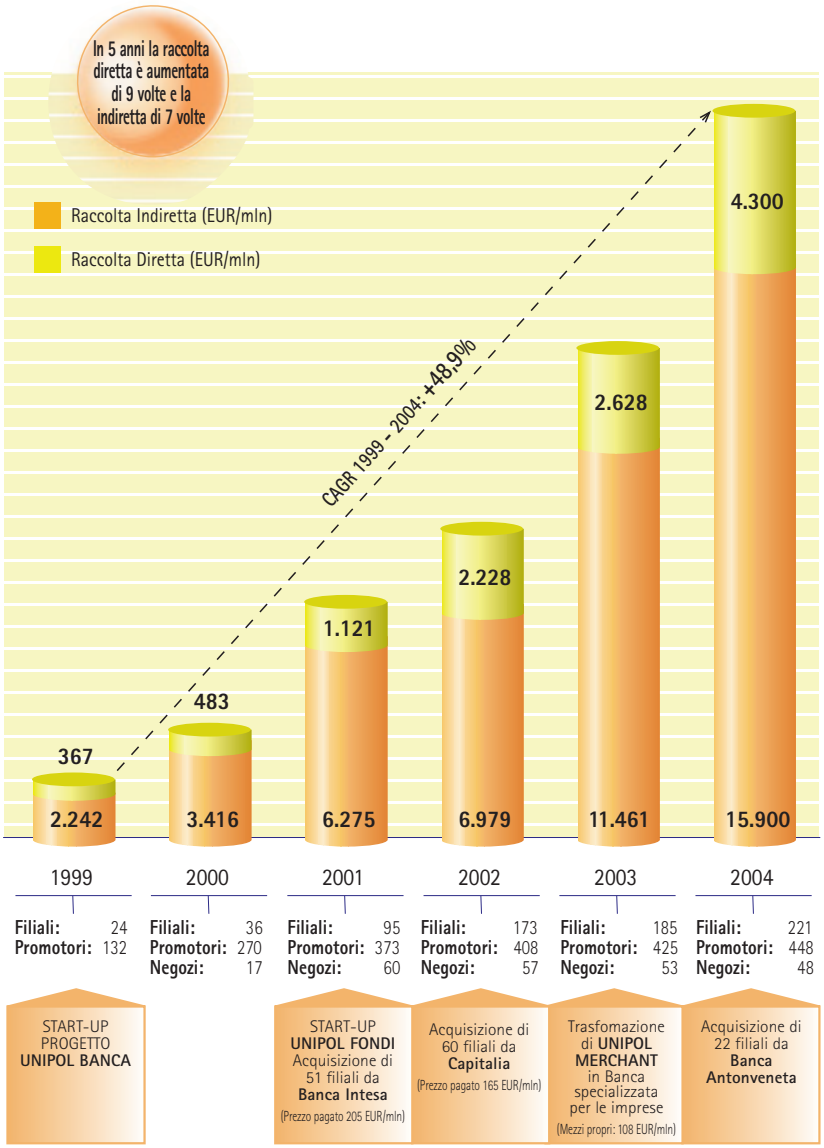
Il comparto bancario e del Merchant Banking

Il 2004 è stato il primo anno di attività piena del Gruppo Creditizio Unipol Banca. Nel mese di settembre Unipol Banca ha incrementato dal 50,5% al 62,27% la partecipazione in Unipol Merchant - Banca per le Imprese.

Dal 1° aprile 2004 è stata riattivata Unipol SGR (controllata al 100%), che ha assunto in delega la gestione del portafoglio di Unipol Fondi e dal 2005 sarà operativa una società fiduciaria (Nettuno Fiduciaria srl), al fine di dotare il Gruppo Creditizio di tutti gli strumenti necessari per competere sul mercato.

Unipol Banca, nel corso del 2004, ha continuato a sviluppare la rete distributiva sia per linee interne, con l'apertura di ulteriori 14 filiali, sia esterne, con l'acquisizione di 22 filiali. Al 31/12/2004 la Banca contava in totale 221 filiali - al 31/05/2005 erano 233 (12 nuove filiali sono state aperte entro febbraio 2005) - 48 negozi finanziari e 448 promotori finanziari. Inoltre vi sono circa 240 punti vendita assicurativi abilitati alla distribuzione di prodotti bancari standard.

Il comparto bancario: lo sviluppo 1999-2004



Si è completata positivamente l'ispezione della Banca d'Italia avviata nell'ambito del processo di monitoraggio dello sviluppo di Unipol Banca. L'ispezione, che non ha comportato alcun procedimento sanzionatorio a carico della Banca e dei suoi amministratori, potrà agevolare i futuri iter autorizzativi riguardanti il piano di espansione della rete distributiva.

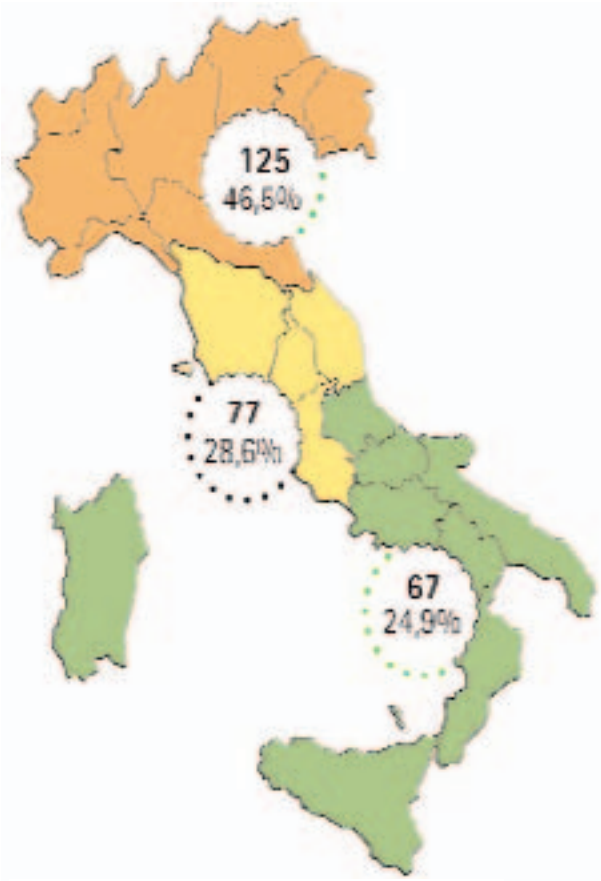
Sul piano gestionale sono proseguite le linee di azione basate sulle sinergie di clientela retail e corporate delle compagnie del Gruppo.

Il numero di clienti ha raggiunto circa 260.000 unità per una raccolta diretta di oltre 4,3 miliardi di Euro (+64,4% sul 2003), mentre gli impieghi hanno sfiorato i 2,6 miliardi di Euro, con un incremento del 34,1%.

Si evidenzia che, nonostante la forte crescita registrata nel comparto, la selezione del merito creditizio è continuata secondo le rigorose politiche e metodologie già in atto. Questo ha consentito di mantenere un livello di sofferenze ancora sotto l'1% del monte crediti, in un anno in cui il perdurare di difficili condizioni economiche ha portato a un deterioramento della capacità di rimborso dei crediti da parte della clientela:

l'indicatore è ben al di sotto di quanto fatto registrare dal sistema bancario (circa il 2%). Il risparmio gestito, a fine 2004, ha raggiunto 1,7 miliardi di Euro, con un incremento del 44,9%. In tale comparto la controllata Unipol Fondi ha registrato una crescita dell'11,3%, raggiungendo un portafoglio gestito pari a 589 milioni di Euro derivante dall'attività commerciale di Unipol Banca.
La raccolta amministrativa di Unipol Banca ha raggiunto oltre 14,2 miliardi di Euro con un incremento del 38%.
Infine, è apprezzabile ricordare che, nel 2004, due delle principali agenzie di rating mondiali, Fitchrating e Moody's, hanno assegnato ad Unipol Banca rispettivamente il rating "BBB" e "BAA1" (equivalente a "BBB+" di Fitch e S&P). Moody's, peraltro, già assegna al Gruppo Unipol un rating pari ad "A2" (corrispondente ad "A" di Fitch e S&P). La valutazione ottenuta è certamente lusinghiera, visto che si colloca tra le migliori valutazioni del settore bancario italiano.
Nel comparto *merchant banking*, Unipol Merchant - Banca per le Imprese, controllata da Unipol Banca, ha sviluppato, in seguito all'autorizzazione dell'Organo di Controllo pervenuta nella seconda parte del 2003, l'attività nel settore del credito a medio e a lungo termine, raggiungendo a fine 2004 uno stock di finanziamenti superiore a 132 milioni di Euro, pur mantenendo politiche di erogazione del credito molto selettive che hanno privilegiato la qualità degli impieghi.

La rete distributiva di Unipol Banca al 31/12/2004



Totale clienti: 260.000

Filiali	221
Negozi Finanziari	48
Promotori Finanziari	448

Rami Danni

I premi del lavoro diretto al 31 dicembre 2004 ammontano a 1.394,7 milioni di Euro, con un incremento di 71,5 milioni di Euro (+5,4%) rispetto ai premi acquisiti nel 2003. In termini reali, il tasso di sviluppo è stato del 3,1%.
Considerando anche il lavoro indiretto (riassicurazione attiva), i premi acquisiti nell'esercizio ammontano a 1.448,7 milioni di Euro (+5,5%).
Il settore Auto conferma la crescita dei premi nel comparto di Responsabilità Civile, per effetto sia dell'acquisizione di nuovi assicurati sia della conservazione di clienti già in portafoglio, avendo mantenuto anche nel 2004 una politica di contenimento tariffario, che ha favorito inoltre l'incremento dei premi nelle garanzie accessorie legate alla circolazione.
Negli altri rami Danni lo sviluppo della raccolta è stato generato dalle coperture rivolte alle persone, anche attraverso l'acquisizione di importanti contratti cumulativi.
Le spese di gestione, comprendenti le provvigioni di acquisizione e di incasso, le altre spese di acquisizione e di amministrazione, ammontano a 313,6 milioni di Euro (277,6 milioni al netto delle provvigioni ricevute dai riassicuratori), contro 296,8 milioni di Euro nel 2003. La relativa incidenza sui premi è risultata del 21,6% (21,6% anche nel 2003).
Nell'esercizio sono pervenute 399.584 denunce di sinistri, con una variazione in aumento del 4,8% rispetto a quelle ricevute nel 2003.
L'incremento del denunciato è correlato allo sviluppo del portafoglio, specialmente del settore Auto.
Per quanto riguarda in particolare l'RC Auto, anche nel 2004 si è confermata la riduzione della frequenza sinistri (dall'8,2% all'8,1%); per le garanzie accessorie all'Auto l'incremento del denunciato, frutto dell'ampliamento delle garanzie, non pregiudica il buon risultato del comparto.
Nella seguente tabella, relativamente al lavoro diretto italiano, si espone la velocità di liquidazione dei sinistri per i principali Rami esercitati ed il confronto con l'esercizio precedente, ottenuta rapportando il numero dei sinistri pagati nell'esercizio al numero dei sinistri denunciati nel 2004 o a riserva al termine del 2003, al netto di quelli eliminati perché senza seguito (valori percentuali).

Velocità di liquidazione dei principali Rami Danni

Ramo	generazione corrente		generazioni precedenti	
	2003	2004	2003	2004
Infortuni	65,9	66,1	80,4	80,1
Malattia	79,9	81,9	87,7	89,4
Corpi di veicoli terrestri	81,4	82,8	81,3	86,4
Incendio	57,7	52,8	77,6	80,1
Altri danni ai beni	70,4	72,5	84,9	84,7
R.C. autoveicoli terrestri	66,4	67,9	62,8	65,1
R.C. generale	54,2	56,4	40,0	38,4

La centrale telefonica Sertel che, operando a livello di Gruppo, provvede all'apertura della gran parte dei sinistri denunciati ed alla trattazione diretta per via telematica delle tipologie meno complesse, ha raccolto nel 2004 per Unipol Assicurazioni 336.000 denunce e chiuso direttamente 114.000 sinistri. L'estensione della rete delle carrozzerie convenzionate ha permesso di incrementare il numero di clienti che hanno utilizzato questo servizio.
I pagamenti per sinistri, dell'esercizio e di esercizi precedenti, hanno comportato un esborso (al netto delle quote a carico dei co-assicuratori e delle somme recuperate, compresi i costi di perizia) di 803,2 milioni di Euro, con un aumento di 48 milioni rispetto al 2003 (+6,4%).

- Il complesso delle riserve premi e sinistri accantonate ha raggiunto, a fine anno, 2.171,4 milioni di Euro, con un aumento di 144,8 milioni (+7,1% rispetto al 31/12/2003), pari al 149,9% dei premi acquisiti (147,5% al 31/12/2003).
- Il tasso medio di sinistralità per l'insieme dei rami Danni, incluse le spese di liquidazione, è stato del 71% (71,2% nel 2003) e il "combined ratio", che comprende anche le spese di gestione, è al 92,6% dei premi di competenza (92,8% nel 2003).
- Il risultato del conto tecnico evidenzia un saldo positivo di 111,3 milioni di Euro, in leggero calo rispetto all'esercizio precedente (121,1 milioni), a causa di un peggioramento del saldo riassicurativo e di un minor contributo dei proventi trasferiti al conto tecnico.

Rami Vita

Raccolta Premi Vita

	2004	Variaz. % sul 2003
Individuali		
Ramo I	228,4	-8,9
Ramo III	126,3	10,3
Ramo V	124,2	57,9
Ramo VI	11,4	-3,9
Totale	**490,3**	**7,6**
Collettive		
Ramo I	121,0	68,1
Ramo III	2,0	-0,7
Ramo V	541,9	0,6
Ramo VI	40,6	434,9
Totale	**705,6**	**13,7**
Totale Lavoro Diretto	**1.195,9**	**11,1**

Legenda:
Ramo I Assicurazioni sulla durata della vita umana
Ramo III Assicurazioni di cui al Ramo I connesse con fondi comuni
Ramo V Operazioni di capitalizzazione
Ramo VI Operazione di gestione di fondi collettivi

La raccolta premi complessiva di Unipol (lavoro diretto e indiretto) dell'esercizio 2004, pari a 1.200 milioni di Euro, ha ottenuto una significativa crescita (+11,1%).
Si segnala, in particolare, l'incremento della raccolta premi del Ramo VI rispetto al corrispondente risultato dell'esercizio dell'anno precedente (+167,5%), da attribuirsi alla stipula di un contratto di gestione di un fondo pensione con garanzia (Eurofer).
I premi diretti provenienti dal ramo capitalizzazione (Ramo V) sono pari a 666 milioni di Euro (617,4 milioni al 31/12/2003), di cui 622 milioni attribuibili alle polizze rivalutabili.
I premi diretti acquisiti nell'esercizio sono complessivamente pari a 1.195,9 milioni di Euro.
Per quanto riguarda i premi individuali del Ramo III, si conferma l'interesse mostrato dai clienti per le polizze di tipo Index-Linked (67,3 milioni di Euro) e la sostanziale tenuta della raccolta premi relativa alle polizze Unit-Linked.
Si rileva, inoltre, il significativo incremento della raccolta realizzato sulle polizze individuali di Ramo V (+57,9%), che compensa abbondantemente la riduzione (-8,9%) rilevata dalle polizze individuali di Ramo I.

Le Polizze Vita in Italia

Rispetto al resto dell'Europa, l'incidenza delle polizze Vita in Italia è ancora relativamente bassa, anche se negli ultimi anni si nota una netta crescita della diffusione di tale prodotto, in controtendenza rispetto a molti altri Paesi europei.

Rapporto premi Vita su PIL in %
Rapporto riserve Vita su PIL in %

	2000		2001		2002	
Francia	6,36	45,33	5,74	46,43	5,62	47,24
Germania	3,02	26,64	3,05	27,51	3,08	27,91
Regno Unito	12,69	98,22	10,50	91,49	9,93	85,81
Italia	3,41	14,37	3,80	16,09	4,39	18,10

Se si confronta il peso delle riserve matematiche sul PIL, il dato italiano è circa la metà di quello francese e quasi un terzo di quello inglese.
Lo sviluppo delle polizza Vita in Italia è spiegabile con i cambiamenti del quadro macroeconomico e con le riforme pensionistiche che hanno modificato profondamente le scelte finanziarie delle famiglie, nonché con profonde trasformazioni del sistema finanziario (quali, ad esempio, lo sviluppo della bancassurance). L'indagine che la Banca d'Italia svolge sui bilanci delle famiglie ci consente di descrivere l'evoluzione della domanda di polizze Vita in relazione a caratteristiche demografiche ed economiche, nel decennio 1991-2002.

Famiglie assicurate e premi

	1991	2002
Numero di famiglie assicurate (min.)	3.273	3.894
Totale numero famiglie (min.)	19.630	21.649
% famiglie assicurate	16,7	18,0

Si è annullata la differenza nella diffusione delle polizze Vita al Nord e al Centro, contrariamente a quanto avvenuto per le polizze Danni. Nel Nord il 22% delle famiglie detiene una polizza Vita (20% nel 1991) e nel Centro il 22,9% (16,3% nel 1991). La situazione del Sud è completamente differente, in quanto la percentuale scende al 9,5% dal 12% del 1991. Prendendo in esame le caratteristiche individuali, dai dati emerge che la famiglia tipo che acquista una polizza Vita ha un capofamiglia di età compresa tra i 31 e i 50 anni, con un titolo di studio superiore (diploma o laurea). La famiglia ha un reddito medio-alto, investe in azioni e gestioni patrimoniali e vive in un'abitazione di proprietà. In generale, all'aumentare del reddito disponibile netto aumenta la quota di famiglie titolari di una assicurazione. Tra il 1991 e il 2002, la detenzione di polizze è in lieve calo nelle famiglie con reddito medio, rimane invece stabile tra le famiglie più povere, mentre aumenta tra quelle più ricche. Secondo i dati della ricerca, le polizze Vita sono più diffuse in quelle famiglie in cui il capofamiglia è laureato (31,3%) o possiede un diploma di scuola media superiore (25,1%).

I capitali assicurati a fine 2004 hanno raggiunto l'importo di 8.557 milioni di Euro (+11,8%). Le riserve tecniche del portafoglio diretto ed indiretto sono state pari a 4.905,8 milioni di Euro, con un incremento del 20,7% rispetto all'esercizio precedente. Il risultato del conto tecnico evidenzia un saldo positivo di 15,8 milioni di Euro (3,9 milioni al 31/12/2003).

Le Gestioni Speciali "Vitattiva" e "Vitattiva 90" hanno realizzato un rendimento medio degli impieghi rispettivamente del 4,27% e del 4,31%. La rivalutazione annua minima, al lordo del tasso tecnico, attribuita agli assicurati è stata del 3,41% per "Vitattiva" e del 3,87% per "Vitattiva 90".

La raccolta premi complessiva Vita del mercato (lavoro diretto e indiretto) dell'esercizio 2004 è pari a 65.626 milioni di Euro. Il mercato è in crescita, considerando che la raccolta al 2003 era pari a 62.781 milioni di Euro.
Per Unipol la raccolta è stata pari a 1.200 milioni di Euro, con una significativa crescita dell'11,1%.

La composizione della nuova produzione del mercato Vita (fonte ANIA) evidenzia come nel 2004 cresca il peso dei prodotti di Ramo I e V (prodotti tradizionali assicurativi e di capitalizzazione), a spese dei prodotti di Ramo III (Unit e Index).
Considerando l'intera nuova produzione dei principali operatori del mercato, la quota di mercato dei prodotti tradizionali (Rami I e V) è passata dal 41% del 2003 al 50% del 2004.

L'evoluzione del mix produttivo del 2004 potrebbe essere letta come una conferma di ricerca di "protezione" da parte dei risparmiatori che può attuarsi non solo tramite prodotti strutturati (Unit garantiti) ma utilizzando anche prodotti "multi-ramo" e prodotti "a pacchetto", cioè prodotti che uniscono una parte di investimento puro (Unit classiche) ad un investimento garantito (tradizionali rivalutabili) e a garanzie accessorie (tradizionali), dando la possibilità di personalizzare le varie componenti.

Ramo Vita

Premi di bilancio

	Ramo I	Ramo III	Ramo V	Ramo VI	Totale
anno 2002	324.937	112.012	158.882	20.999	**616.830**
anno 2003	322.775	116.567	617.374	19.456	**1.076.172**
anno 2004	349.477	128.301	666.033	52.040	**1.195.851**

Composizione

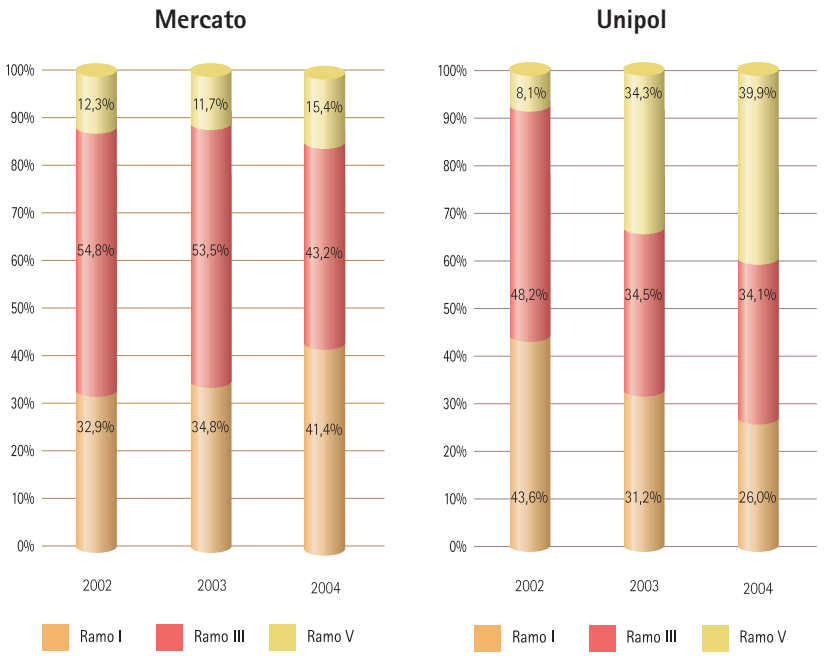
	Ramo I	Ramo III	Ramo V	Ramo VI	Totale
anno 2002	52,68%	18,16%	25,76%	3,40%	**100%**
anno 2003	29,99%	10,83%	57,37%	1,81%	**100%**
anno 2004	29,22%	10,73%	55,70%	4,35%	**100%**

Importi in milioni di Euro

Unipol e il mercato Vita

I grafici seguenti permettono di confrontare la produzione Vita di Unipol nei vari rami Vita con quella del mercato. Si precisa che, fino al 2002 compreso, i prodotti di capitalizzazione venivano classificati in Unipol - per motivi gestionali - sempre come prodotti "collettivi" e quindi la nuova produzione individuale rilevata a chiusura esercizio non li contemplava; per fini comparativi, nella tabella di Unipol, il dato è stato calcolato e inserito. Anche la nuova produzione derivante dal Ramo VI (Fondi Aperti e Fondi Chiusi con garanzia) è stata sempre riportata come collettiva, pur essendo composta - in misura minore - anche da adesioni individuali.

Composizione % della nuova produzione individuale per Ramo ministeriale



Composizione % della nuova produzione per canale distributivo del mercato Vita

I canali distributivi tradizionali e alternativi

Per quanto riguarda la composizione percentuale dei principali operatori del mercato Vita, si evidenzia un leggero spostamento della quota di mercato verso il canale delle agenzie, derivante da una redistribuzione interna della produzione verso forme finanziarie non assicurative.

Diminuisce il peso dei promotori finanziari (in calo dal 2002), mentre risulta sostanzialmente invariato il peso degli sportelli bancari che, da soli, coprono il 67% della produzione.

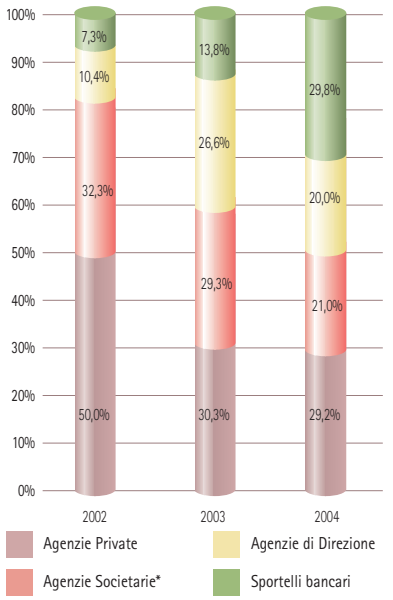
È difficile confrontare la composizione percentuale per canale distributivo di Unipol con quella del mercato, in quanto se nel mercato la rete agenziale ha una quota pari al 15%, in Unipol essa copre complessivamente almeno il 70% della nuova produzione.

In ogni caso, anche la composizione percentuale per canale distributivo della nuova produzione di Unipol è stata chiaramente influenzata, a partire dal 2002, dall'introduzione del canale bancario.
È evidente, infatti, come il ridimensionamento delle agenzie private (dal 55% nel 2001 al 29,2% nei primi sei mesi del 2004) e delle Agenzie societarie (dal 32,3% nel 2002 al 21% nei primo semestre del 2004) sia frutto della contestuale crescita della produzione Vita di Unipol Banca.

Mix dei diversi canali distributivi nel 2004

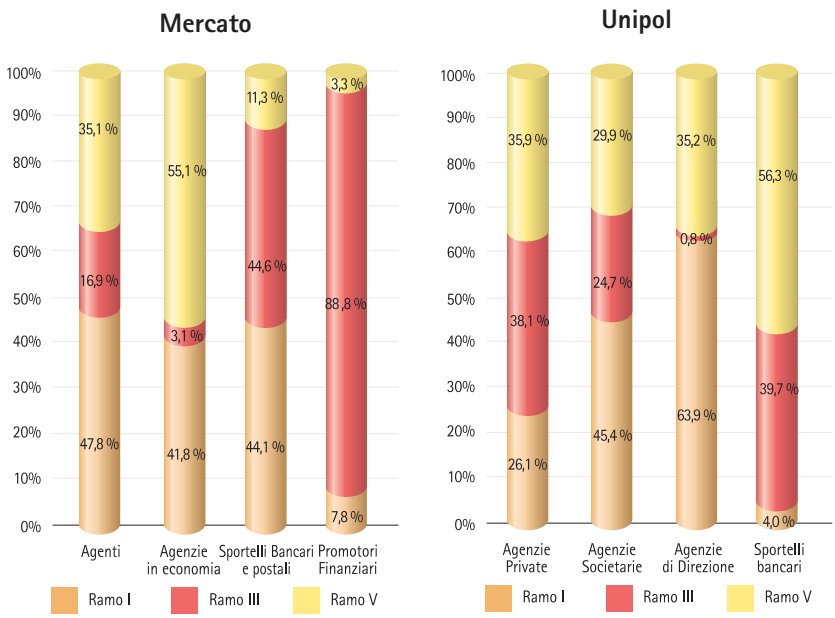
Lo schema seguente consente alcune valutazioni sul mix produttivo del mercato dei diversi canali distributivi nel 2004.
I risultati evidenziano come i promotori finanziari commercializzino nella quasi totalità prodotti di Ramo III, mentre gli sportelli bancari e postali vendano in eguale misura sia Ramo I che Ramo III.
Le agenzie privilegiano essenzialmente i prodotti tradizionali di Ramo I e, in seconda battuta, quelli di Ramo V.
Per Unipol, invece, tutti i canali distributivi presentano una variazione percentuale, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, superiore al 10%.
La percentuale di crescita maggiore rispetto allo stesso periodo del 2003, è quella di Unipol Banca (+65,2%), seguita dalle Agenzie private e dalle Agenzie di direzione.
Pur essendo diversa la struttura distributiva di Unipol rispetto a quella del mercato, dal confronto dei due grafici possono scaturire alcune considerazioni. In particolare, si può notare come le Agenzie societarie presentino un mix produttivo abbastanza simile a quello del canale agenziale operante nel mercato.

Composizione % della nuova produzione Vita per canale distributivo di Unipol Assicurazioni



*Le Agenzie Societarie costituiscono un importante canale distributivo; si tratta di S.p.A. le cui quote sono divise tra Unipol e le Organizzazioni Socie che operano in specifici ambiti territoriali in cui detengono importanti quote di mercato.

Composizione % della nuova produzione individuale dei canali distributivi per Ramo ministeriale



Fondi Pensione

Lo scenario

Il 2004 ricalca l'andamento del 2003, quindi ancora ben lontano dall'atteso decollo della previdenza complementare.
Resta ancora scarsa tra i lavoratori la conoscenza degli strumenti di previdenza complementare, tanto che alcuni tra i Fondi più importanti hanno visto diminuire il numero di iscritti, per la difficoltà a reperire nuove adesioni a fronte delle uscite.
Lo scenario evolutivo della previdenza complementare a medio termine sarà sicuramente segnato dall'entrata in vigore della legge delega di riforma previdenziale ed il contenuto dei decreti attuativi sarà determinante ai fini dello sviluppo del settore.
I tempi dell'entrata in vigore della normativa attuativa sono ancora incerti; ad oggi è possibile ipotizzarne l'approvazione entro l'autunno 2005 e l'operatività a decorrere del 2006. Il settore pubblico presenta ancora grosse incognite sia per il ritardo generalizzato nell'avvio operativo dei Fondi (l'unico fondo costituito è quello del comparto scuola), sia per l'assenza del trasferimento di TFR alla previdenza complementare.

I Fondi Negoziali

Prosegue in modo regolare l'attività complessiva del sistema: a fine 2004 sono 24 i Fondi che hanno attivato la gestione; altri 5 hanno concluso la selezione e attivato la gestione nei primi mesi del 2005; altri Fondi si stanno avviando verso la piena operatività. Complessivamente, si può dire che nel settore privato il sistema Fondi è quasi completo, mentre il settore pubblico continua ad essere in notevole ritardo sui temi della previdenza complementare.

Unipol attualmente ha in gestione dieci Fondi Pensione: Fondo Pensioni Bayer Italia, Fondo Pensioni B.A.M., Fondo Solidarietà Veneto (fondo della Regione Veneto), Cooperlavoro (dipendenti e soci cooperative di lavoro), Previcooper (dipendenti di cooperative di consumo), Fundum (lavoratori autonomi del commercio, turismo e servizi), Arco (dipendenti del settore legno, arredamento), Fon.Te (dipendenti del commercio, turismo e servizi), GommaPlastica ed Eurofer (avviato il 5/11/2004 per i dipendenti delle Ferrovie dello Stato).

Nel corso del 2004 Unipol si è aggiudicata altri quattro mandati di gestione (Byblos, Filcoop, Prevaer e Cometa) che verranno attivati nel corso del 2005.

Una particolare rilevanza è da attribuire al mandato di gestione di Cometa (fondo pensione dei lavoratori del settore metalmeccanico), che con oltre 324.000 iscritti e circa 2 miliardi di Euro di patrimonio, rappresenta oggi il principale fondo pensione italiano ed in prospettiva, a seguito dei presumibili effetti della riforma previdenziale, si proporrà come una delle più rilevanti realtà europee. In Cometa, Unipol ha acquisito il mandato per la gestione del comparto obbligazionario misto con garanzia di rendimento minimo, comparto che per le sue caratteristiche si propone come punto di riferimento per la tutela delle prestazioni previdenziali.

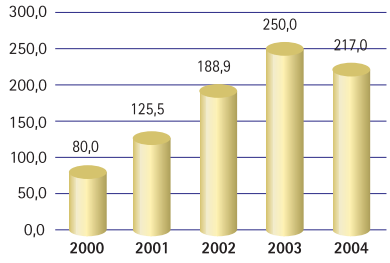
L'attività di supporto ai Fondi nel 2004 si è rivolta soprattutto alle varie categorie di lavoratori, tra cui il comparto scuola e il settore commercio, soprattutto finalizzando il proprio intervento alla formazione dei quadri sindacali. Per quanto concerne i Fondi costituiti prima dell'entrata in vigore della nuova normativa (vecchi Fondi) le risorse gestite da Unipol attraverso polizze assicurative ammontano a oltre 400 milioni di Euro e riguardano 24 Fondi con oltre 30.000 iscritti. Anche verso questi Fondi Unipol continua a svolgere una significativa attività di consulenza e supporto.

I Fondi negoziali che hanno scelto Unipol

Fondo	Settore	Iscritti 2004	Var. % su 2003
F.P. BAYER ITALIA	dipendenti Bayer Italia (chimica/farmaceutica)	1.903	0
COOPERLAVORO	dipendenti e soci coop. produzione e lavoro	14.600	+1,78
SOLIDARIETÀ VENETO	aziende industriali del Veneto	13.497	0
BYBLOS	cartai ed editoriali industriali	25.145	Acquisito 2004
FILCOOP	agricoli, agroalim., forestaz., pesca coop.	1.948	Acquisito 2004
PREVAER	gestioni aeroportuali	5.196	Acquisito 2004
COMETA	metalmeccanici (comparto con garanzia di rendimento)	-	Acquisito 2004
F.P. dipendenti B.A.M.	credito	249	0
PREVICOOPER	dipendenti cooperative del commercio	10.278	+1,91
FUNDUM	commercio, turismo e servizi (lav. autonomi)	2.864	+0,46
ARCO	legno, arredamento, cemento e lapidei	18.792	+2,53
FON.TE	commercio, turismo e servizi (lav. dipendenti)	20.037	+2,25
EUROFER	Gruppo FS	30.405	+0,26
GOMMAPLASTICA	gomma, plastica, cavi	27.663	+0,91

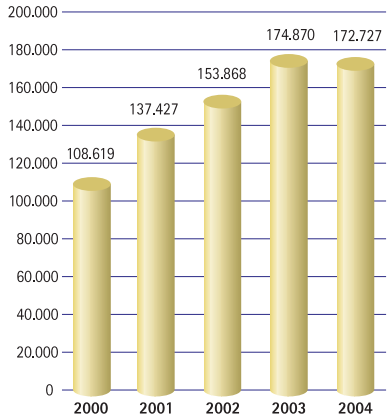
I Fondi negoziali gestiti da Unipol

Patrimonio



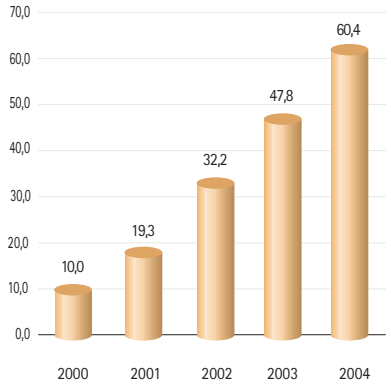
Importi in milioni di Euro

Aderenti



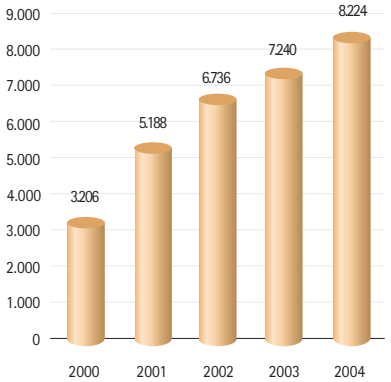
Sviluppo Fondi aperti Unipol

Patrimonio



Importi in milioni di Euro

Aderenti



I Fondi Aperti

Scenario generale

I Fondi pensione Aperti si rivolgono sia al target retail (prevalentemente al mondo del lavoro autonomo e delle libere professioni) sia al target aziende, per la gestione di piani pensionistici collettivi dei dipendenti che non sono destinatari di fondi pensione "chiusi". I dati di mercato (Iama) evidenziano un sensibile rallentamento nello sviluppo della nuova produzione, con un incremento di nuove adesioni pari a circa la metà rispetto al 2003 (che a sua volta registrava un dimezzamento delle nuove adesioni rispetto all'anno precedente). Sul versante dei flussi contributivi il mercato registra una tenuta sui livelli dell'anno precedente.

Il posizionamento di Unipol

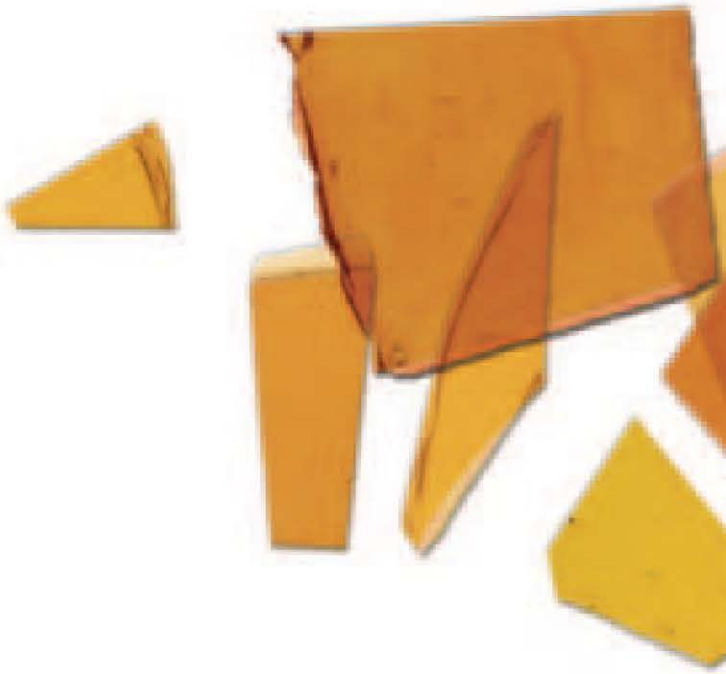
Unipol è stata tra le prime compagnie a dotarsi di due Fondi pensione Aperti (anno 1999), la cui distribuzione è stata affidata alla rete agenziale e alle banche partner. Oggi Unipol si posiziona all'ottavo posto nella classifica generale (banche e assicurazioni) dei gestori di Fondi pensione Aperti e al quarto posto tra le compagnie assicuratrici.
La gamma dei Fondi Aperti Unipol oggi prevede:

- due Fondi pensione Aperti destinati principalmente al mercato retail (Unipol Futuro e Unipol Previdenza);
- un Fondo pensione Aperto prevalentemente rivolto alle adesioni collettive (Unipol Insieme) collocato unicamente dalle strutture di direzione.

I tre Fondi prevedono più linee di gestione, tra cui anche linee con garanzie di rendimento minimo; in abbinamento alla gestione previdenziale sono offerte coperture assicurative accessorie (premorienza e invalidità) a cui è possibile l'adesione su base volontaria. La struttura specializzata di direzione ha orientato la propria attività soprattutto nella gestione dei rapporti con le strutture sindacali e le aziende, fornendo anche consulenze personalizzate direttamente ai lavoratori durante la fase di raccolta delle adesioni. Si effettuano anche incontri periodici con rappresentanti dei lavoratori e delle aziende per verificare l'andamento della gestione del Fondo. Una particolare attenzione è stata dedicata al perfezionamento del servizio Previtel, che consente a ciascun iscritto di verificare la propria posizione individuale all'interno del Fondo collegandosi al sito internet di Unipol.

La Previdenza Aziendale attraverso i Fondi Aperti

Aziende	Iscritti
Gruppo Unibanca (C.R. Cesena, Banca di Romagna, Unibanca)	361
ENPAM (dipendenti)	300
Gruppo Banca Pop. di Vicenza (B.P. Vicenza, Banca Idea, Banca Nuova)	275
Granarolo Felsinea	185
Centro Servizi Elettronici	201
Nuova Coop Monte Rosso	132
Finconsumo	129
C.I.P. Dipendenti Teatro Comunale di Bologna	124
Cassa di Risparmio di Fossano (CN)	119
Gruppo Gabrielli	138
Cassa di Risparmio di Brà (CN)	93
Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo	89
Democratici di Sinistra	87
Reuters / Radianz Italia	83
Cassa Naz. Previdenza Assistenza Dottori Commercialisti (dipendenti)	78
Mediosystem	71



«Mirare al conseguimento di un risultato economico positivo ed all'accrescimento della solidità dell'impresa, incrementando il valore economico e remunerando il capitale sottoscritto dagli azionisti»

«Contribuire, attraverso investimenti finalizzati, alla creazione di nuova occupazione»

Produzione e Distribuzione del Valore Aggiunto

L'attività economica

Gruppo Unipol – Bilancio Consolidato 2004

Il Gruppo è composto da sette compagnie di assicurazione, due società immobiliari, una finanziaria di partecipazioni ed una società di servizi, tutte consolidate integralmente. Altre ventiquattro società, di cui nove controllate con attività non omogenea e quindici collegate, sono state valutate con il metodo del patrimonio netto.

Si evidenzia che, relativamente alle società dell'ex-Gruppo Winterthur Italia (acquisite in data 26 settembre 2003), nel Bilancio consolidato chiuso al 31/12/2003 si era proceduto al consolidamento del conto economico per il periodo riferito al solo quarto trimestre.

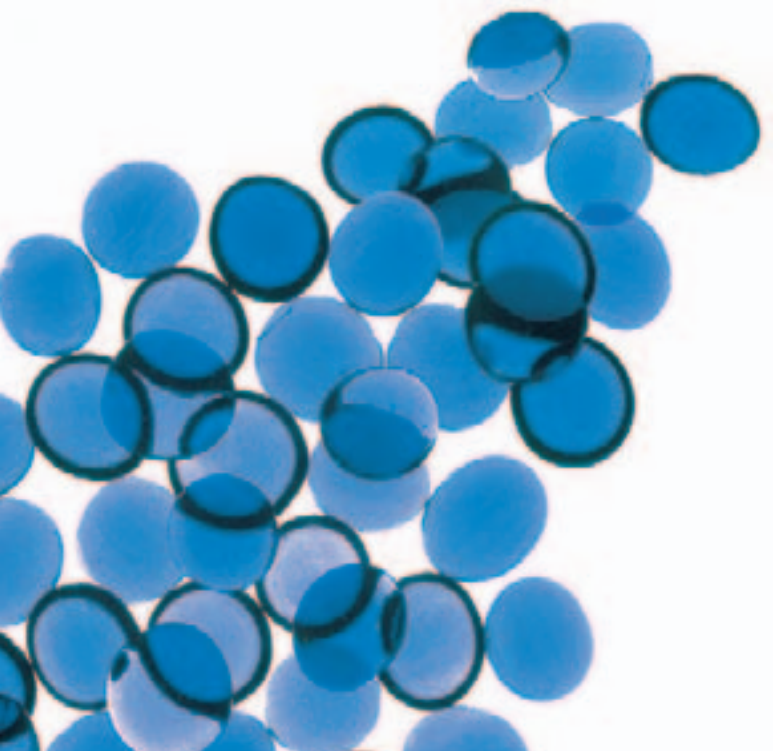
Tra gli aspetti salienti dell'attività, si evidenziano i seguenti:

A. la raccolta premi, al lordo delle cessioni in riassicurazione, ha raggiunto i 9.623,7 milioni di Euro, con un tasso di sviluppo del 28,4% (includendo anche i dati al 31/12/2003 delle società dell'ex-Gruppo Winterthur Italia, la variazione sarebbe risultata dell'8,3%);

B. il rapporto sinistri a premi nei rami Danni, al netto delle cessioni in riassicurazione, è stato pari al 71,8% (73% al 31/12/2003);

C. l'ammontare complessivo delle riserve tecniche nette si è attestato a 27.649,2 milioni di Euro, con un incremento di 2.869 milioni rispetto al 31/12/2003 (+11,6%);

D. le spese nette di gestione, pari complessivamente a 945,2 milioni di Euro, hanno evidenziato un'incidenza sui premi netti del 10,3% (9,7% al 31/12/2003);



Sintesi dei dati più significativi del Gruppo

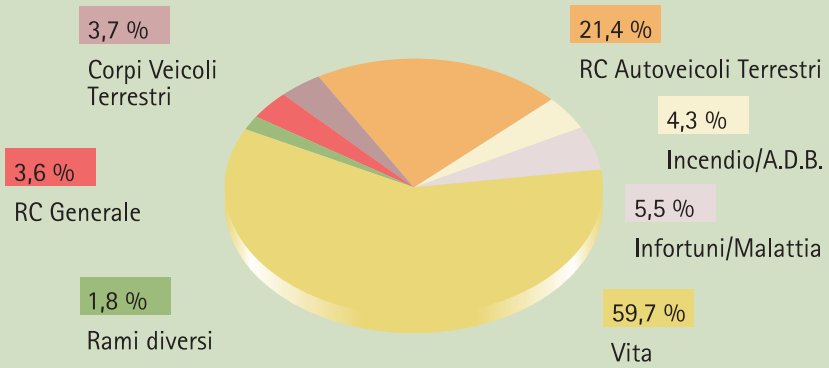
	2002	2003	2004
Premi lordi	6.045,8	7.492,3	9.623,7
variazione %	*22,3*	*23,9*	*28,4*
Riserve tecniche	17.353,1	25.669,0	28.387,9
variazione %	*18,6*	*47,9*	*10,6*
Rapporto % Riserve tecniche/Premi			
- Danni	165,9	164,7	174,3
- Vita	362,7	353,1	377,3
- Danni + Vita	287,0	285,8	295,0
Investimenti e disponibilità	17.686,0	26.385,2	29.402,2
variazione %	*19,3*	*49,2*	*11,4*
Pagamenti (sinistri, scadenze, riscatti e rendite)	2.804,4	3.651,0	5.576,9
variazione %	*16,6*	*30,2*	*52,7*
Rapporto % Sinistri/Premi rami Danni (al netto della riassicurazione)	75,7	73,0	71,8
Spese di gestione nette	542,1	695,4	945,2
variazione %	*7,5*	*28,3*	*35,9*
Rapporto % Spese di gestione nette/Premi netti	9,4	9,7	10,3
Combined ratio % (1)	95,3	93,8	93,5
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	1.338,5	2.493,8 (2)	2.602,9
variazione %	*19,2*	*86,3*	*4,4*
Utile netto di Gruppo	102,1	147,5	211,3
variazione %	*63,8*	*44,4*	*43,3*
Rapporto % Utile netto/Premi	1,7	2,0	2,2

Importi in milioni di Euro.

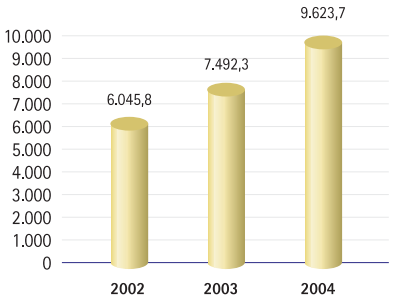
(1) Rapporto netto sinistri/premi di competenza e spese nette di gestione/premi netti.
(2) Aumento del capitale sociale della Capogruppo Unipol per Euro 1.054 milioni eseguito nel 3° trimestre 2003.

N.B. Si evidenzia che nel Bilancio chiuso al 31/12/2003, il conto economico delle società del Gruppo Winterthur Italia (acquisito in data 26/09/2003) era stato consolidato per il solo IV trimestre 2003.

Composizione % Premi lavoro diretto

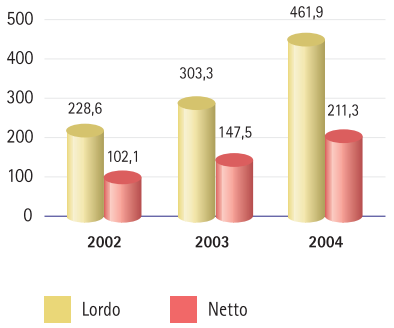


Premi complessivi del Gruppo Unipol



Importi in milioni di Euro

Utile del Gruppo Unipol



Importi in milioni di Euro

E. il risultato della gestione tecnica assicurativa è passato da 170 milioni a 275,4 milioni di Euro (+62,1%);

F. la consistenza degli investimenti e delle disponibilità liquide è salita a 29.402,2 milioni di Euro, con un incremento di 3.017 milioni rispetto al 31/12/2003 (+11,4%);

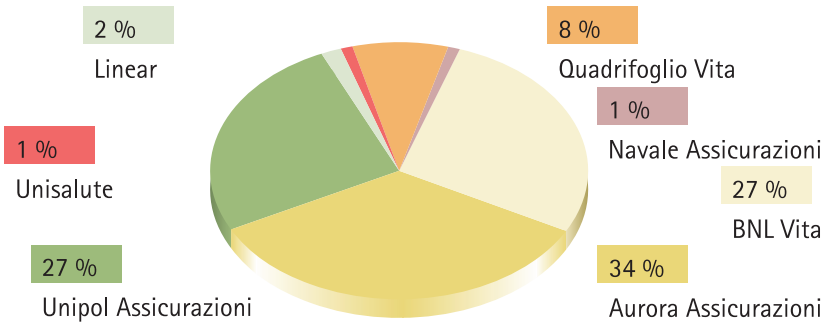
G. i proventi patrimoniali e finanziari netti del periodo ed i profitti netti da alienazione e trading sono ammontati a 922,9 milioni di Euro (693 milioni di Euro al 31/12/2003), mentre le rettifiche nette di valore sugli investimenti sono risultate pari a 71,1 milioni di Euro (101,8 milioni al 31/12/2003);

H. il risultato dell'attività ordinaria del periodo, dopo aver dedotto il saldo della voce "altri proventi e oneri" per 45,1 milioni di Euro ed ammortamenti relativi alla voce "differenza da consolidamento" per 44,5 milioni di Euro, si è attestato ad 354,7 milioni (252,5 milioni al 31/12/2003);

I. il risultato lordo complessivo ha raggiunto 461,9 milioni di Euro (303,3 milioni al 31/12/2003). Al netto delle imposte l'utile consolidato è stato pari a 272,9 milioni di Euro (177,4 milioni nel 2003), l'utile di pertinenza del Gruppo risulta di 211,3 milioni di Euro, superiore del 43,3% rispetto al 31/12/2003 (147,5 milioni).

Per quanto riguarda le gestioni il cui rischio è a carico degli assicurati, i risultati degli investimenti relativi a prestazioni connesse con fondi di investimento, indici di mercato e Fondi Pensione (classe D) hanno determinato proventi netti (incluse le plusvalenze/minusvalenze non realizzate) per 305,4 milioni di Euro (314,3 milioni al 31/12/2003).
Sulla base dei criteri di calcolo del margine di solvibilità previsti per le imprese appartenenti ad un Gruppo assicurativo (D.Lgs. 17/4/2001 n. 239), il margine di solvibilità da costituire alla chiusura dell'esercizio 2004 ammonta a 1.328 milioni di Euro. Gli elementi costitutivi risultano pari a 1.795 milioni, con una eccedenza di 467 milioni di Euro.

Premi per Società - Anno 2004



I dati della prima Trimestrale

In data 13 maggio 2005 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione la **Relazione trimestrale consolidata al 31 marzo 2005 del Gruppo Unipol**, redatta in base al regolamento Consob n. 11971.
Anche nella prima parte del 2005 l'attività del Gruppo è proseguita secondo le direttrici strategiche che prevedono il consolidamento del comparto assicurativo e l'espansione del comparto bancario.
Nel **comparto assicurativo**, dove nel corso del 2004 si è conclusa l'integrazione societaria tra Meieaurora e le Compagnie Assicurative dell'ex-Gruppo Winterthur Italia, la nuova Compagnia - Aurora Assicurazioni - ha avviato il primo esercizio di piena operatività nella nuova sede di San Donato Milanese. La nuova sistemazione logistica in una unica sede e la condivisione con la Capogruppo di alcune attività gestionali, in particolare del sistema informatico e della liquidazione dei sinistri, stanno producendo importanti sinergie di costi e di investimenti.
Nel **settore bancario e del risparmio gestito** Unipol Banca ha continuato a sviluppare la rete distributiva, in linea con le autorizzazioni concesse dall'Organo di Vigilanza, che può contare fino a marzo su 228 filiali (233 a fine aprile e delle quali 119 integrate con Agenzie assicurative), 46 negozi finanziari e 441 promotori finanziari. L'attività commerciale è proseguita con l'obiettivo di incrementare l'incidenza del segmento famiglie e del segmento piccole e medie imprese, prestando la massima attenzione alla clientela corporate (mantenendo lo sviluppo di questo segmento nell'ambito delle aziende maggiormente conosciute, già clienti del comparto assicurativo).
Tra gli aspetti salienti della gestione, nel trimestre, si segnalano:

- la raccolta premi, che è risultata pari a 2.115,2 milioni di Euro (-12,5% rispetto al 31 marzo 2004). Tale andamento è essenzialmente riconducibile al comparto Vita, che registra un decremento del 20%, da imputarsi a differimenti temporali nella definizione di contratti di rilevanti dimensioni rispetto a quanto era avvenuto nel primo trimestre 2004. I premi dei rami Danni scontano sia una sostanziale stabilità delle tariffe RC Auto in vigore, sia le rigorose politiche assuntive adottate da tutte le società del Gruppo;
- la consistenza degli investimenti e della liquidità, che ha raggiunto 30.608 milioni di Euro, in crescita del 4,1% rispetto ai 27.795 milioni di fine 2004;
- l'ammontare complessivo delle riserve tecniche nette che si è attestato a 28.592 milioni di Euro (+3,2% rispetto al 31/12/2004).

Il risultato lordo consolidato del Gruppo Unipol al 31 marzo 2005 ammonta a 143,1 milioni di Euro. L'utile netto consolidato ha raggiunto 80,5 milioni di Euro, ovvero 70,6 milioni di Euro (+40,4%) al netto della quota di pertinenza di terzi.

Unipol Assicurazioni – Bilancio della Capogruppo al 31/12/2004

L'attività di Unipol Assicurazioni, nel 2004, ha avuto come principale obiettivo l'integrazione societaria e gestionale delle realtà industriali dell'ex-Gruppo Winthertur Italia, acquisite nel 2003; la realizzazione di tale obiettivo permetterà, già a partire dal 2005, il conseguimento di significative economie di costi e di investimenti. Nell'esercizio è stata completata l'operazione di fusione delle suddette realtà, che ha portato alla nascita di Aurora Assicurazioni e all'accentramento delle attività e dei relativi dipendenti, in precedenza dislocati su una pluralità di siti, nella nuova sede di San Donato Milanese.
Si è inoltre provveduto all'accentramento presso la Capogruppo Unipol Assicurazioni di alcune attività, tra le quali la gestione finanziaria e dei mezzi propri, la gestione immobiliare e la gestione informatica. Si è proceduto infine ad una razionalizzazione del comparto immobiliare, con una serie di importanti operazioni di acquisto e di vendita, che hanno interessato sia Unipol Assicurazioni sia le Società del Gruppo.
Unipol Assicurazioni chiude il 2004, 42° esercizio dall'inizio dell'attività sociale, con un utile netto di 175,6 milioni di Euro, contro 134,1 milioni al termine dell'esercizio precedente (+30,9%).

Gli aspetti che hanno maggiormente contraddistinto l'andamento della gestione risultano i seguenti:

A. Tasso di sviluppo della raccolta premi nel lavoro diretto dell'8% (5,4% per i rami Danni e 11,1% per i rami Vita); in termini reali la crescita dei premi diretti è risultata dell'5,6%.

B. Risultato della gestione tecnica assicurativa (vedi nota(1)), che include anche le spese di gestione e l'attribuzione degli utili degli investimenti di pertinenza, positivo per 127,1 milioni di Euro (125 milioni nel 2003), dei quali 15,8 milioni nei rami Vita e 111,3 milioni nei rami Danni.

C. Riduzione dell'incidenza delle spese di gestione sulla raccolta premi (13,7% contro 14,1% del 2003). Tali spese, che comprendono le provvigioni di acquisizione e di incasso e le altre spese di acquisizione e di amministrazione, assommano complessivamente a 362,7 milioni di Euro (+4,9%). Al netto delle provvigioni provenienti dai riassicuratori, il relativo ammontare risulta di 326,3 milioni di Euro (+6,1%).

D. Crescita degli investimenti e delle disponibilità liquide, che hanno raggiunto (al netto delle rettifiche di valore) 9.885,4 milioni, dei quali 692,4 milioni (597,2 milioni a fine 2003) relativi agli investimenti della classe D, con un incremento di 1.019,4 milioni (+11,5%) rispetto alla situazione in essere al 31/12/2003.

E. Proventi da investimenti e da impieghi di liquidità (al netto degli oneri patrimoniali e finanziari ed esclusi quelli relativi agli investimenti a beneficio di assicurati che ne sopportano il rischio ed agli investimenti derivanti dalla gestione dei Fondi Pensione - classe D), pari a 245,2 milioni di Euro contro 238,6 milioni nel 2003, con un incremento del 2,8% (vedi nota(1)). I proventi ordinari e straordinari netti degli investimenti, comprese le plusvalenze nette realizzate e dedotte le rettifiche di valore, sono ammontati a 273,2 milioni di Euro (+0,5% rispetto all'esercizio precedente, (vedi nota(1)).

(1) L'applicazione della riforma tributaria introdotta dall'1/1/2004 dal D. Lgs. 344/2003, in particolar modo la tassazione dei dividendi limitata all'1,65% (33% del 5%) del relativo importo e l'abolizione del credito di imposta sui medesimi, rende non comparabili gli importi di tutti i risultati e saldi che contenevano nel 2003 tali partite. **Le imposte sui dividendi, comprensivi del credito d'imposta, pesavano al 31/12/2003 per 32,9 milioni di Euro (34%) ed il credito di imposta, alla stessa data, era pari a 34,6 milioni di Euro.**

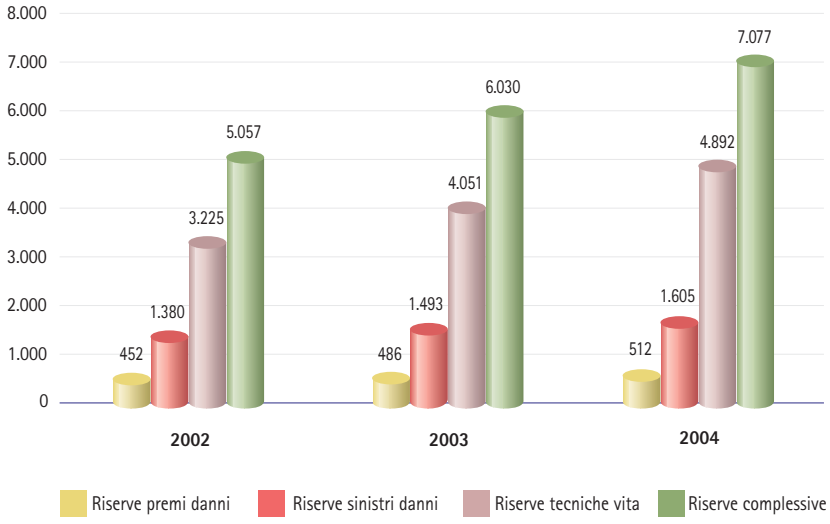
F. Riserve tecniche accantonate per i rami Vita e Danni che hanno raggiunto globalmente, al termine del 2004, l'importo di 7.077,2 milioni di Euro (+16,2% rispetto all'esercizio precedente) e di 6.971,2 milioni di Euro (+16,5%), se considerate al netto delle quote a carico dei riassicuratori.
Il rapporto riserve tecniche a premi è risultato del 149,9% nei rami Danni (147,5% nel 2003) e del 408,8% nei rami Vita (376,3% nel 2003).

G. Risultato ordinario dell'esercizio (vedi nota nella pagina precedente) che ha raggiunto 176,2 milioni di Euro, a fronte di 169 milioni nel 2003, in crescita rispetto al precedente anno (+4,2%), mentre il risultato della gestione straordinaria è stato di 35,1 milioni di Euro (-12,6%).

H. Risultato economico prima delle imposte (vedi nota nella pagina precedente) di 211,2 milioni (+1%) rispetto all'esercizio precedente e utile d'esercizio di 175,6 milioni (+30,9%).

I. Ammontare delle imposte di competenza (vedi nota nella pagina precedente), a fronte di Irap ed Ires sull'utile conseguito (211,2 milioni di Euro), di 35,6 milioni di Euro (75 milioni nel 2003).

Riserve Rami Danni e Vita



Importi in milioni di Euro

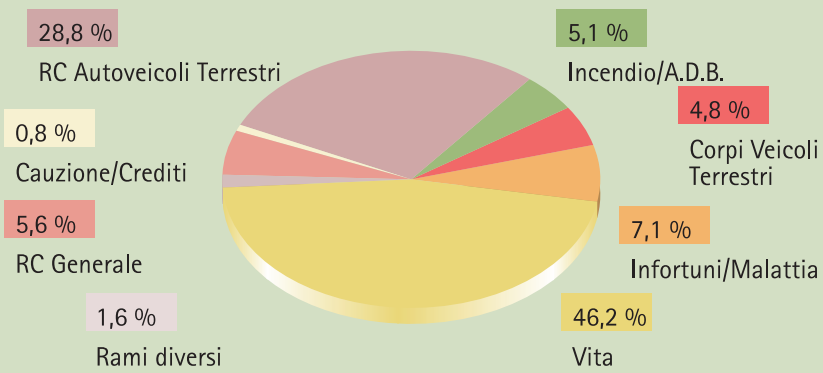
Sintesi dei dati più significativi della Capogruppo

	2002	2003	2004
Premi	1.901,7	2.454,2	2.648,7
variazione %	*10,5*	*29,1*	*7,9*
Riserve tecniche	5.122,0	6.091,5	7.077,2
variazione %	*8,2*	*18,9*	*16,2*
Rapporto % riserve tecniche/Premi			
- Danni	147,2	147,5	149,9
- Vita	520,4	376,3	408,8
- Danni+Vita	269,3	248,2	267,2
Investimenti e disponibilità	6.474,3	8.865,9	9.885,4
variazione %	*8,2*	*36,9*	*11,5*
Pagamenti (sinistri, scadenze, riscatti e rendite)	1.199,9	1.230,3	1.417,2
variazione %	*8,7*	*2,5*	*15,2*
Rapporto % Sinistri/Premi rami Danni	71,1	71,0	70,7
Spese di gestione	313,0	345,9	362,7
variazione %	*5,6*	*10,5*	*4,9*
Rapporto % spese di gestione/premi	16,5	14,1	13,7
Combined ratio (1)	91,9	92,4	92,2
Patrimonio netto	1.387,7	2.529,5	2.602,9
variazione %	*18,5*	*82,3*	*2,9*
Utile netto	103,1	134,1	175,6
variazione %	*23,9*	*30,1*	*30,9*
Rapporto % Utile netto/Premi	5,4	5,5	6,6
Dividendo totale	56,9	115,7	132,5
variazione %	*16,6*	*103,3*	*14,5*
Dividendo unitario Azioni ordinarie	0,1100	0,1250	0,1400
Dividendo unitario Azioni privilegiate	0,1152	0,1302	0,1452

Importi in milioni di Euro.

(1) Rapporto sinistri/premi e spese di gestione sui premi rami Danni.

Composizione % Premi

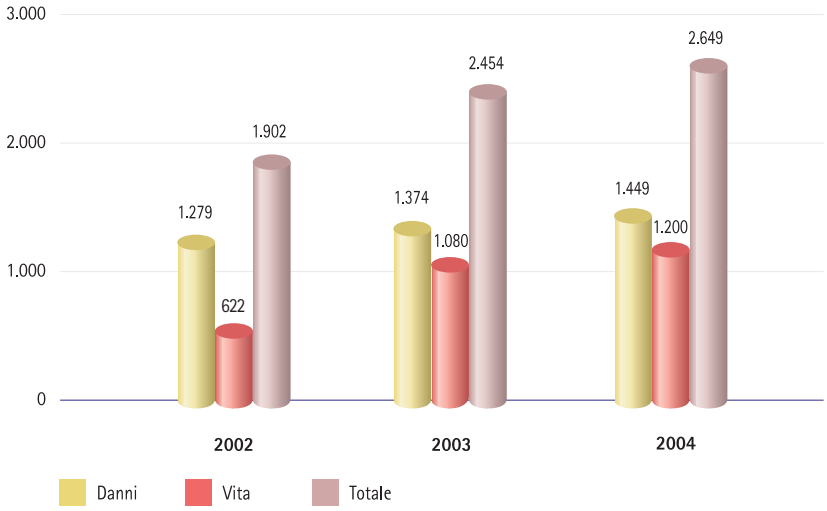


Ai soci di Unipol Assicurazioni è stato attribuito un dividendo complessivo di 132,4 milioni di Euro (+14,5%). Il dividendo unitario risulta di 0,1452 Euro per le Azioni privilegiate e di 0,1400 Euro per le Azioni ordinarie, con un incremento pari, rispettivamente, al 11,5% ed al 12%. Il pay-out è pari al 75,4%.

Il patrimonio netto della Società, incluso l'utile d'esercizio, assomma a 2.602,9 milioni di Euro (2.529,5 milioni al 31/12/2003). Il patrimonio utile per la copertura del margine di solvibilità è ampiamente superiore ai valori richiesti dalla legge.

La capitalizzazione di Borsa dei titoli Unipol a fine anno risulta di 2.824 milioni di Euro (2.983 milioni al 22/03/2005). Dopo la conferma del rating (A2) e dell'outlook (stabile) ricevuta nel mese di giugno dall'Agenzia Moody's, in data 23 dicembre 2004 la società di rating Standard & Poor's ha confermato ad Unipol Assicurazioni S.p.A. il rating "A-" sul credito di controparte a lungo termine e sulla solidità finanziaria assicurativa, ribadendo la valutazione già espressa lo scorso anno. L'outlook per Unipol rimane stabile. Entrambe le agenzie hanno confermato anche la valutazione relativamente ai debiti subordinati emessi dalla Compagnia (600 milioni di Euro, di cui 300 con scadenza 2021 e 300 con scadenza 2023).

Premi complessivi della Capogruppo Unipol Assicurazioni



Importi in milioni di Euro

Processo di transizione agli IAS/IFRS

IAS: International Accounting Standards
IFRS: International Financial Reporting Standards

Il 2004 (così come il 2005) ha visto proseguire l'aggiornamento legislativo sui principi contabili internazionali IAS/IFRS.
Da segnalare in particolare:

- l'adozione dell'IFRS 1; prima adozione degli International Financial Reporting Standards che stabilisce le regole contabili e definisce la procedure per la redazione di un Bilancio (d'esercizio o consolidato) conforme - per la prima volta - ai principi contabili internazionali (Regolamento della Commissione Europea n. 707 del 6 aprile 2004);
- l'adozione del principio contabile IAS 39 relativo alla classificazione e valutazione degli strumenti finanziari (Regolamento della Commissione Europea n. 2.086);
- il recepimento degli ultimi principi contabili internazionali emanati dallo IAS Board, nonché tutte le revisioni apportate ai principi già emessi (Regolamenti n. 2.236, 2.237 e 2.238, entrati in vigore dall'1/1/2005).

È stata completata quella che viene definita la Fase I relativamente al Settore Assicurativo, attraverso l'emanazione del principio contabile IFRS 4 che prevede, tra l'altro, una nuova classificazione dei contratti assicurativi, finanziari ed eventualmente di servizio, nonché l'eliminazione delle riserve di perequazione e delle potenziali altre riserve catastrofali nei Rami Danni e l'applicazione del "Liability Adequacy Test" (test sulla congruità delle riserve) alle riserve premi e sinistri.

Focalizzando l'attenzione sul processo di adeguamento agli IAS/IFRS da parte del Gruppo Unipol, sono state sviluppate diverse attività, tra le quali:

- l'attivazione di un gruppo di progetto per la definizione dei nuovi principi contabili internazionali (con il supporto di consulenti esterni), che copre tutti i settori aziendali;
- il completamento del progetto di analisi, classificazione e valutazione dei contratti assicurativi Vita secondo quanto previsto dall'IFRS 4 e dallo IAS 39;
- la partecipazione attiva in sede ANIA nell'ambito dei gruppi di lavoro sulle tematiche IAS/IFRS.

Il Valore Aggiunto di Unipol Assicurazioni

Il Valore Aggiunto è l'aggregato, desunto dal Bilancio d'esercizio, dato dalla differenza tra il valore della produzione (premi e proventi patrimoniali/finanziari) e i costi relativi alle prestazioni assicurative ed all'acquisizione di beni e servizi. Esso rappresenta l'aumento di ricchezza creato dall'impresa attraverso la propria attività caratteristica.
L'analisi della composizione del Valore Aggiunto consente di ottenere una valutazione "oggettiva" dell'impatto sociale di un'impresa.
Per Unipol il Valore Aggiunto al 31/12/2004 è pari a 652,4 milioni di Euro, contro 614,2 milioni di Euro al 31/12/2003, con una variazione in aumento pari al 6,2% e risulta così formato:

Determinazione del Valore Aggiunto

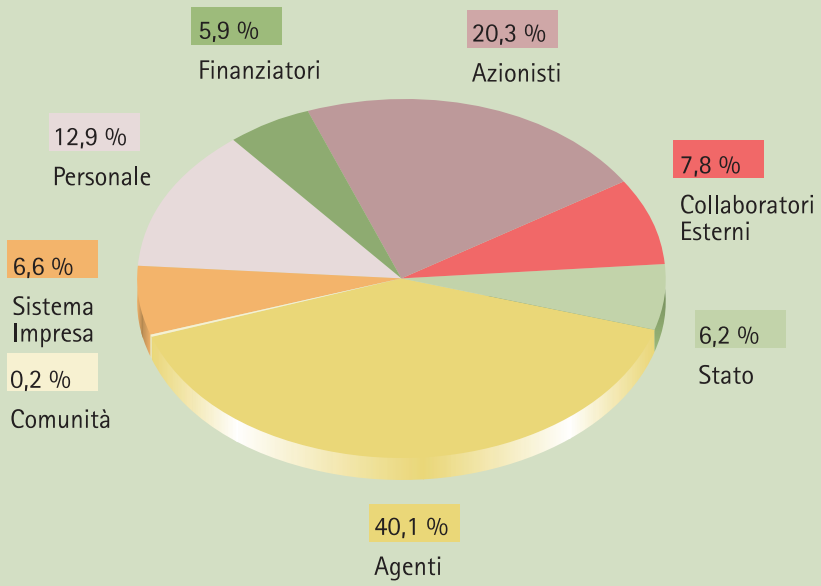
Descrizione	2002	2003	2004	Variaz. % 04/03
Ricavi della gestione caratteristica				
Premi acquisiti (*)	1.901,6	2.454,2	2.648,7	7,9
Premi ceduti e altre componenti tecniche	-96,6	-109,1	-85,1	-22,1
Proventi patrimoniali e finanziari netti (**)	167,1	273,8	317,9	16,1
Totale	**1.972,1**	**2.618,9**	**2.881,5**	**10,0**
Costi della gestione caratteristica				
Pagamenti/Accantonamenti/ Riserve/Altri oneri tecnici	-1.412,1	-2.014,1	- 2.227,1	10,6
Costi funzionamento / ammortamenti	-42,3	-60,4	- 65,9	9,1
Totale	**-1.463,4**	**-2.074,5**	**-2.293,0**	**10,5**
Componenti accessorie e straordinarie				
Saldo proventi / oneri diversi	20,9	29,7	28,8	-2,7
Saldo componenti straordinarie	20,3	40,1	35,1	-12,6
Totale	**41,2**	**69,8**	**63,9**	**-8,4**
Valore Aggiunto Globale Netto	**549,9**	**614,2**	**652,4**	**6,2**

Importi in milioni di Euro

(*) Nell'esercizio 2004 sono state inoltre incassate (e versate) imposte a carico degli assicurati sui premi e contributi relativi al Servizio Sanitario Nazionale per 264,8 milioni di Euro.
(**) Incluse le rettifiche di valore di attività finanziarie.

Distribuzione del Valore Aggiunto di Unipol Assicurazioni

Con il prospetto di distribuzione, il Valore Aggiunto viene ricomposto quale sommatoria delle remunerazioni percepite dagli interlocutori interni ed esterni dell'azienda. In questo modo si rendono evidenti quali siano, in termini economici, le ricadute presso una pluralità di interlocutori, così individuati:



Distribuzione del Valore Aggiunto - Proiezione 2002-2004

	2002		2003		2004		
Remunerazioni	Entità	%	Entità	%	Entità	%	Variaz. % 04/03
al Personale	72,6	13,2	78,2	12,7	84,7	12,9	8,3
agli Agenti	230,3	41,9	249,6	40,6	261,5	40,1	4,8
ai Collaboratori Esterni	43,6	7,9	44,9	7,3	50,6	7,8	12,7
agli Azionisti	56,9	10,3	115,7	18,8	132,5	20,3	14,5
ai Finanziatori	24,1	4,4	28,7	4,7	38,6	5,9	34,7
al Sistema Impresa	46,2	8,4	18,4	3,0	43,1	6,6	134,1
allo Stato	75,1	13,7	77,5	12,6	40,2	6,2	-48,1
alla Comunità	1,1	0,2	1,2	0,2	1,2	0,2	0
Valore Aggiunto	**549,9**	**100,0**	**614,2**	**100,0**	**652,4**	**100,0**	**6,2**

Importi in milioni di Euro

Dall'analisi dei risultati del 2004 si evince che:

- la quota più rilevante del Valore Aggiunto (396,8 milioni di Euro, pari al 60,8%) è destinata alle risorse umane (personale dipendente, agenti e collaboratori esterni quali periti, medici, avvocati, etc.), ossia a coloro che sono parte attiva dello sviluppo di Unipol stessa e garantiscono il raggiungimento dei risultati;
- segue, nella distribuzione, la parte destinata agli azionisti quale remunerazione diretta dell'investimento attraverso i dividendi distribuiti, che ammontano complessivamente a 132,5 milioni di Euro, pari al 20,3% della ricchezza prodotta, con un incremento del 14,5% rispetto al 2003;
- al rafforzamento patrimoniale ed al sistema impresa è riservato il 6,6% della ricchezza prodotta (contro il 3% dell'esercizio precedente), per un importo totale di 43,1 milioni di Euro (18,4 milioni nel 2003), dei quali 17,6 milioni versati alla riserva legale e 25,5 milioni alla riserva straordinaria;
- agli Enti ed alle Istituzioni, principalmente sotto forma di imposte dirette sul reddito e altre imposte, sono stati versati complessivamente 40,2 milioni di Euro (-48,1% rispetto al 2003). Tale importo si riferisce per 26,4 milioni all'IRES, per 9,2 milioni all'IRAP e per residui 4,6 milioni ad imposte varie;
- ai finanziatori viene destinato, quali interessi corrisposti, il 5,9% del Valore Aggiunto, pari a 38,6 milioni di Euro;
- infine, viene distribuito complessivamente più di 1 milione di Euro per la comunità, sottoforma di contributi alla Fondazione Cesar e di contributi per liberalità e cultura.

«Privilegiare la soddisfazione del cliente riguardo al prezzo, alla qualità delle prestazioni, alla qualità del servizio»

«Considerare l'apporto individuale e collegiale ai processi di lavoro come elemento indispensabile allo sviluppo complessivo dell'impresa, nella convinzione che la persona, con la sua creatività e con la sua intelligenza, sia una variabile decisiva per il successo nei processi di miglioramento della qualità del servizio»

«Collaborare con le Organizzazioni Socie (sindacati, associazioni di categoria) per lo sviluppo e per la qualificazione delle loro politiche nel campo dei servizi»

«Offrire alle Organizzazioni Socie, attraverso la politica delle convenzioni, prodotti e servizi esclusivi che consentano ai loro iscritti di acquisire maggiori sicurezze a prezzi e condizioni di migliore favore»

Relazione Sociale

I nostri Clienti

Abbiamo effettuato un'analisi delle modifiche intervenute, tra il 2003 e il 2004, sul numero, sulla composizione e sul profilo d'acquisto della nostra clientela.
L'incremento complessivo del numero dei clienti è pari a 52.227 per l'83% concentrato nel settore del lavoro dipendente e della condizione non professionale. All'interno di queste categorie, il massimo apporto proviene dal segmento degli operai, con un incremento di 32.429 unità. Tale dinamica è da ricondurre allo sviluppo dell'offerta RC Auto, grazie anche alle Convenzioni sottoscritte con le Organizzazioni Socie e all'offerta realizzata all'interno dei luoghi di lavoro.
Nella categoria del lavoro autonomo (persone fisiche) il 60% dell'incremento dei clienti è dovuto al segmento dei liberi professionisti dove, anche per il 2004, il maggior contributo è da ascrivere alla convenzione *Inarcassa*; l'incremento è tanto più significativo se si considera l'azione di riforma del portafoglio effettuata sul segmento "medici", causa il cattivo andamento tecnico, che ha portato alla fuoriuscita di una parte della clientela.
Nel settore delle imprese, stante anche il non positivo quadro congiunturale e il conseguente aumento della pressione competitiva, oltre che delle altre compagnie e dei broker, gli andamenti rilevati si collocano in un quadro di sostanziale stabilità.
Complessivamente sono da considerare positivi i risultati conseguiti nei segmenti: liberi professionisti, artigiani, commercianti e terziario.

Numero di polizze per Cliente (tasso di *cross selling*)

Il rapporto fra il numero delle polizze ed il numero dei clienti, sia per segmento sia per clientela totale, rappresenta un indice di fidelizzazione molto importante; il *turnover* della clientela si manifesta soprattutto quando il consumo assicurativo ha carattere di marginalità.
L'incremento delle polizze per cliente riscontrato nel 2004 (da 1,64 nel 2003 a 1,68 nel 2004) rappresenta il risultato positivo di un trend influenzato da due differenti variabili:

- da un lato la proposta di ulteriori prodotti, supportata da un'importante campagna di offerta sui rischi persona (infortuni, rischi legati alla casa e responsabilità civile del capofamiglia), che ha permesso di raddoppiare il numero dei prodotti sottoscritti rispetto all'anno precedente;
- dall'altro lato l'offerta di prodotti multi rischi che tende ad assorbire i prodotti semplici già sottoscritti dal cliente.

L'incremento più significativo dell'indice di *cross selling*, come conseguenza della campagna di vendita del 2004, riguarda il settore del lavoro dipendente e della condizione non professionale.
Nei settori del lavoro autonomo l'indice presenta un miglioramento (più lieve) se si considerano le persone fisiche, mentre è in leggero arretramento per quanto riguarda le diverse categorie dei clienti imprese.

Numero di polizze per Cliente (tasso di *cross selling*)

Segmenti (totale Italia)	Numero Clienti 2003	Numero Clienti 2004	Incremento 04/03	Numero polizze 2003	Numero polizze 2004	Polizze per Cliente 2003	Polizze per Cliente 2004
Condizione non professionale	148.068	152.990	4.922	194.013	209.628	1,31	1,37
Pensionati	226.789	228.161	1.372	327.873	337.740	1,45	1,48
Operai	670.768	703.197	32.429	1.009.691	1.097.420	1,51	1,56
Impiegati/dirigenti	288.627	293.484	4.857	463.492	487.791	1,61	1,66
Totale lav. dipendenti +non professionali	**1.334.252**	**1.377.832**	**43.580**	**1.995.069**	**2.132.579**	**1,50**	**1,55**
Lavoro autonomo (persone fisiche)							
Liberi Professionisti	72.819	75.391	2.572	124.309	131.008	1,71	1,74
Agricoltori	43.920	44.330	410	79.880	82.468	1,82	1,86
Commercianti	71.451	72.234	783	127.775	132.044	1,79	1,83
Artigiani	99.733	100.634	901	202.624	207.874	2,03	2,07
Totale lav. autonomo persone fisiche	**287.923**	**292.589**	**4.666**	**534.588**	**553.394**	**1,86**	**1,89**
Lavoro Autonomo (Imprese)							
Liberi Professionisti	9.976	10.612	636	13.980	14.876	1,40	1,40
Agricoltori	5.989	6.230	241	14.398	14.958	2,40	2,40
Commercianti	32.851	33.659	808	59.208	61.365	1,80	1,82
Artigiani	47.626	48.698	1.072	117.341	121.143	2,46	2,49
Industrie	12.838	12.878	40	37.548	37.604	2,92	2,92
Cooperative	10.085	10.294	209	44.703	44.088	4,43	4,28
Enti Pubblici	7.004	7.281	277	38.520	39.189	5,50	5,38
Terziario	35.385	36.738	1.353	66.783	69.397	1,89	1,89
Totale imprese	**161.754**	**166.390**	**4.636**	**392.481**	**402.620**	**2,43**	**2,42**
Non Codificati	4.223	3.568	-655	4.785	4.102	1,13	1,15
TOTALE	**1.788.152**	**1.840.379**	**52.227**	**2.926.923**	**3.092.695**	**1,64**	**1,68**

L'offerta ai Clienti

Il nostro mercato assicurativo è influenzato da alcune tendenze evolutive come, ad esempio, l'ingresso sul mercato italiano di compagnie straniere e la progressiva costituzione di un mercato europeo, gli scandali finanziari che hanno coinvolto alcune importanti aziende italiane, l'aumento delle tariffe RC Auto seguito da una progressiva sfiducia dei consumatori, l'incidenza crescente dei prodotti finanziari nell'ambito del ramo Vita e l'introduzione di nuovi canali commerciali (telefono e internet in particolare). Queste tendenze hanno portato all'attenzione dei soggetti che regolano il settore assicurativo italiano ed europeo alcuni principi che sono alla base dell'evoluzione normativa degli ultimi anni, che ha cercato di dare risposta ad un'opinione pubblica ed un mercato sempre più attenti alla tutela del consumatore.

La normativa di riferimento si è, infatti, concentrata soprattutto su aspetti quali la qualificazione professionale e la reputazione dei soggetti coinvolti nel processo di vendita dei prodotti assicurativi, il controllo della Rete commerciale da parte delle compagnie, il rispetto dei processi e delle procedure interne definite dalle compagnie stesse, la trasparenza e l'informazione verso i clienti soprattutto per quanto riguarda i prodotti del ramo Vita.

Tutti questi aspetti sono rivolti alla tutela del cliente finale, non solo ribadendo il principio di trasparenza ma anche, e soprattutto, cercando di introdurre un controllo, da parte delle stesse compagnie, sul "come" i prodotti assicurativi sono venduti dai diversi canali commerciali.

L'atteggiamento ripreso dalle ultime tendenze normative, in termini soprattutto di attenzione verso il cliente, ha sempre fatto parte della cultura di Unipol, tanto da costituire uno dei valori cardine della Compagnia.

Tale approccio deriva dalla considerazione dell'Assicurazione quale moderno strumento sociale per la sicurezza e la previdenza delle persone e delle aziende, principio che si ritrova esso stesso tra i valori aziendali, costituendo la missione sociale della Compagnia.

Il vero impegno di Unipol è quello di applicare quotidianamente e concretamente i valori aziendali in tutte le attività d'impresa, dallo studio dei prodotti, alla fase assuntiva, alla fase liquidativa, cercando di porre particolare attenzione in tutti i processi nei quali il cliente è coinvolto.

Per questo motivo i prodotti offerti da Unipol sono disegnati in modo da rispondere alle reali esigenze dei consumatori in termini di copertura dei rischi e dei bisogni previdenziali, ed è importante che siano corredati da una documentazione informativa chiara ed aggiornata e distribuiti in modo affidabile e trasparente da soggetti qualificati.

Alcuni prodotti specifici della Linea Persone

Nel 2004 la scelta strategica di valorizzare ogni occasione di contatto con i clienti si è concretizzata nel forte sviluppo delle attività di *cross selling* verso i target retail e professionisti. L'attuazione di un adeguato mix di garanzie, prezzo, comunicazione, formazione e organizzazione delle attività ha permesso di raggiungere ottime performance, la più evidente delle quali è rappresentata dal raddoppio della nuova produzione delle polizze Infortuni e Abitazione.

Multigaranzie per la persona

È il prodotto con il quale si realizza la continua evoluzione della linea di prodotti *Infortuni*. Ha una struttura modulare multi rischi che lo rende adatto a soddisfare, in maniera ampia e diversificata, i bisogni assicurativi sia del mercato della "famiglia" sia di altri segmenti di clientela. Si articola su tre possibili forme di copertura: "*Infortuni domestici*", "*Full-Time*" e "*24 ore su 24 per professione*".

Infortuni domestici

Questa forma prevede la tutela dell'Assicurato nei confronti degli infortuni, particolarmente frequenti e spesso con gravi conseguenze, subiti nell'ambito della propria abitazione e delle relative pertinenze. Lanciata sul mercato con il nome di "*Favola*", questo tipo di copertura assicurativa ha il compito di integrare ed ampliare in modo significativo l'assicurazione obbligatoriamente prevista dalla legge a tutela del lavoro domestico.

Full Time

L'assicurazione garantisce l'assicurato 24 ore su 24 per gli infortuni subiti in tutto il mondo. Non richiede dichiarazioni né sul tipo di attività svolta né sullo stato di salute ed ha una tariffa unica che non prevede incrementi di prezzo in caso di attività lavorative particolarmente rischiose. La campagna "*Full Time a Combinazione*" lanciata nel corso dell'anno ha fatto leva sulla semplicità di vendita e sulla convenienza tariffaria per indirizzare l'offerta ad un target che normalmente non viene raggiunto dalle tradizionali polizze Infortuni. Tale soluzione ha avuto il vantaggio di valorizzare l'apporto e le grandi capacità relazionali del personale di banco.

24 ore su 24 per professione

Presenta le medesime caratteristiche della formula "*Full Time*", ma la tariffa è calcolata in base alla professione dichiarata dall'Assicurato, con tariffe ancora più competitive per le attività a basso rischio.

Garanzie Accessorie

Stipulando un'unica polizza, a ciascuna delle suddette forme di copertura possono essere abbinate, a costi estremamente contenuti, garanzie per vari rischi quali la Responsabilità Civile del Capofamiglia con la relativa Tutela Legale, lo

Coperture Sanitarie per gli Iscritti SIAE

La SIAE è la *Società Italiana degli Autori ed Editori*, la quale ha come finalità istituzionali la tutela del diritto d'autore. La SIAE amministra le opere di oltre 71.000 aderenti facendo sì che per ogni sfruttamento di un'opera sia corrisposto all'autore e all'editore un adeguato compenso. Di fatto, rappresenta un punto di riferimento per gli autori e gli editori, ma anche per gli operatori dello spettacolo, e la sua "utilità sociale" si esplica anche con il rilascio di migliaia di autorizzazioni per l'utilizzazione di ogni opera, facilitando così l'attività delle imprese per la corresponsione dei diritti e garantendo il lavoro degli autori. Proprio per la forte considerazione che tale Ente attribuisce ai propri Iscritti, con un'apposita indagine di mercato, ha voluto continuare a garantire importanti coperture sanitarie per i Soci.
Questo servizio, da Febbraio 2004, è fornito da Unipol Assicurazioni, che garantisce sia servizi liquidativi efficienti sia premi più convenienti.

Scippo e la Rapina, con possibile estensione alla nuovissima garanzia del rimborso spese per Psicoterapia; inoltre sono previste coperture sanitarie rimborsuali, indennitarie ed anche prestazioni di "assistenza", fornite mediante il call-center di Unisalute operativo 24 ore su 24.

Monopolizza Auto

Ai clienti è riservato un pacchetto di coperture che permette di rispondere nella maniera più flessibile e conveniente alle proprie esigenze di base, dalla tutela contro gli infortuni (domestici e/o stradali 24 ore su 24) a quella dell'abitazione (*polizza semplificata a combinazioni "a primo rischio"*).

Servizi per la salute

È un'iniziativa destinata a tutti i possessori di polizza infortuni e malattia, che ha l'obiettivo di ampliare i servizi ai Clienti con garanzie sempre più rispondenti alle loro aspettative di sicurezza. L'Assicurato e la sua famiglia godranno di una maggiore tranquillità nei momenti di emergenza che richiedono assistenza medica. La Card dà diritto ad un pacchetto di servizi di consulenza ed assistenza forniti in collaborazione con Unisalute e attivi 24 ore su 24.

Unimedica

Unimedica è finalizzata alla tutela delle propria capacità reddituale a seguito di malattia invalidante. Negli ultimi anni ha beneficiato di un crescente interesse nel mercato (in base alla nuova normativa fiscale è detraibile in fase di dichiarazione dei redditi), prevede diverse combinazioni di garanzia per il "Rimborso Spese Sanitarie" e "Diaria Giornaliera di Ricovero", per ottenere il livello di copertura più adeguato alle proprie necessità e usufruire di un qualificato servizio di assistenza sanitaria e di prenotazione di visite ed esami.
Tante soluzioni per essere sempre liberi di scegliere da chi e dove farsi curare: dallo specialista di fiducia, nella migliore clinica, in Italia o all'estero, in istituti pubblici o in case di cura private.

Copertura scippo e rapina per le persone ultra sessantenni

(*polizze stipulate da Comuni ed Enti a favore dei residenti nel loro territorio*)

Particolari fasce di popolazione, soprattutto anziani, avvertono sempre più il bisogno di sicurezza, non solo nelle aree a forte urbanizzazione, ma anche nei piccoli centri. Soprattutto gli anziani richiedono solidarietà ed aiuto concreto nell'eventualità di uno spiacevole evento che possa colpire la loro privacy e la loro incolumità personale. Unipol ha risposto alle richieste di Comuni ed Enti di individuare soluzioni rivolte alla tutela dei propri cittadini ultrasessantenni, predisponendo una speciale copertura assicurativa che opera in caso di eventi criminosi quali scippo e rapina.
Garanzie prestate
L'assicurazione risarcisce i danni economici derivanti al cittadino a seguito di tali eventi avvenuti fuori dalla propria abitazione.

Nel giorno di pagamento della pensione (per coloro che non utilizzano il bonifico bancario) la copertura assicurativa opera anche in caso di rapina avvenuta all'interno dell'abitazione. La garanzia rimborsa anche le spese sostenute per il rifacimento di documenti personali in seguito al loro furto per scippo o rapina.

Copertura assicurativa per le scuole

Per la scuola la legge stabilisce di stipulare coperture assicurative contro i rischi alle persone. Unipol ha predisposto uno specifico progetto assicurativo che si contraddistingue per l'elevato contenuto delle garanzie e il prezzo contenuto. L'assicurazione a favore degli alunni e del personale docente e non docente si articola in Coperture Infortuni, di Responsabilità Civile e Tutela Giudiziaria e di Assistenza relativa alla salute.
Tutte le informazioni relative a questa copertura sono consultabili in internet all'indirizzo http://www.unipolonline.it/scuola.
In questa sezione del sito internet del Gruppo Unipol è possibile trovare tutte le informazioni sulle coperture assicurative che Unipol offre al mondo della scuola:

- Assicurazione degli infortuni scolastici (per il preside, il direttore, gli alunni, il personale docente e non docente);
- Assicurazione Responsabilità Civile e Tutela Giudiziaria degli istituti scolastici;
- Assicurazione Responsabilità Civile e Tutela Giudiziaria del dirigente scolastico (per il singolo dirigente scolastico).

A Regola d'Arte

La nuova polizza per ingegneri e architetti

Da Gennaio 2004 Unipol Assicurazioni ha ampliato l'offerta agli associati Inarcassa con un nuovo piano assicurativo denominato "*A regola d'Arte*".
Non è una polizza tradizionale ma un paniere di garanzie specifiche per l'ingegnere e l'architetto, che non sono comprese nelle polizze "*Sanitaria e Responsabilità Civile Professionale*". Il piano assicurativo garantisce agli associati un Valore Aggiunto più elevato e una migliore qualità e convenienza nella tutela della persona, affrontando così in modo più concreto le esigenze di sicurezza economica nell'attività professionale e nella vita privata.

Le Garanzie sono raggruppate in base alle principali aree di rischio:

- *Infortuni*: la copertura privilegia la tutela degli eventi che hanno una certa gravità, prevedendo massimali elevati.
- *Malattia*: l'assicurazione riguarda il rischio di invalidità, di solito sottovalutato e con ampie zone di scopertura anche nell'ambito dell'assistenza obbligatoria.
- *Assicurazione Vita*: tutela i familiari con un capitale quando, ad esempio, i figli siano ancora minori o se dall'Iscritto dipende il reddito del nucleo familiare.

Il piano è strutturato per "combinazioni di garanzie" e consente all'Iscritto di costruire un'assicurazione del tutto personale, assemblando prodotti che sul mercato sono offerti separatamente, evitando sovrapposizioni e inutili duplicazioni di costi. La soluzione è di particolare interesse per i giovani professionisti con attività appena avviate e con tutele obbligatorie in genere limitate.

Alcuni prodotti specifici della Linea Aziende

Unipol offre una consulenza assicurativa personalizzata e dinamica.
Le polizze generiche, con garanzie che rimangono immutate negli anni, non sono più in grado di stare al passo con una situazione economica dinamica come quella attuale.

Attraverso un confronto personale e continuo con il Consulente assicurativo (attento e preparato all'analisi dei rischi e degli eventi anche in imprevisti insiti nei processi organizzativi aziendali), l'imprenditore può garantirsi una corretta valutazione delle proprie necessità e quindi soluzioni dedicate in grado di mantenere la loro validità nel tempo.
Alle imprese sono garantiti servizi come:

- esame e valutazione dei rischi;
- individuazione delle necessità assicurative per immobilizzi, perdite d'esercizio, operazioni finanziarie, dipendenti e dirigenti;
- stima preventiva dei beni;
- progettazione del *Programma Assicurativo* con lo studio delle condizioni più adeguate a coprire rischi specifici;
- manutenzione del *Programma Assicurativo*, in base all'evoluzione dell'azienda;
- informazioni e aggiornamenti su nuove disposizioni di legge;
- assistenza immediata in caso di sinistro, al fine di limitare il danno e le conseguenze economiche;
- assistenza nella gestione del sinistro;
- consulenza per la prevenzione dei grandi rischi.

Nel Marzo 2004, il Ministero delle Attività Produttive e delle Infrastrutture ha definito i testi di polizza per le garanzie previste dalla cosiddetta *Legge Merloni* e del relativo regolamento di attuazione. Questa occasione ha permesso di realizzare prodotti logicamente coordinati, quali polizze e cauzioni CAR, lettera di impegno e polizza RC.

I programmi assicurativi per le imprese

I programmi assicurativi di Unipol per le imprese si caratterizzano, nel mercato assicurativo italiano, per l'impegno nella ricerca di servizi e di prodotti specificatamente pensati attraverso il confronto con il mondo imprenditoriale.
Grazie a questa collaborazione, Unipol ha realizzato un **moderno sistema di programmi dedicati alle aziende**, dall'assicurazione al patrimonio a soluzioni flessibili e sicure per gestire le risorse finanziarie d'impresa.

Artigianato e P.M.I.	Tutti i rischi di responsabilità civile	Commercio fisso e ambulante	L'imprenditore e la sua famiglia
MODULAR	RC	S·E	Multiassicurazione Sirene

Agricoltura e agriturismo	Previdenza integrativa	Progettisti, costruttori enti pubblici	Investimenti assicurativi personalizzati
AGRI NOVA	Futura presente	assicurazione APPALTI PUBBLICI	Valore UNIPOL

I nuovi prodotti Vita

Da qualche anno si vive in quella che i sociologi chiamano la "società del tunnel" per la lunga crisi finanziaria, la precarietà del mercato del lavoro, l'allarme ecologia e la costante inquietudine sociale. Situazioni di malessere e di instabilità che le persone sembrano attraversare senza vedere all'orizzonte uno sbocco più sicuro. A condizionare le scelte individuali e collettive è, dunque, uno stato emotivo caratterizzato da insicurezza, pessimismo, precarietà. Il *bisogno di sicurezza*, che nella scala dei bisogni oggi è secondo solo a quelli primari, pervade le scelte anche nel campo degli investimenti. Il persistere della crisi del mercato finanziario certamente non incoraggia l'approccio verso forme più evolute di gestione del risparmio.

I Nuovi Prodotti

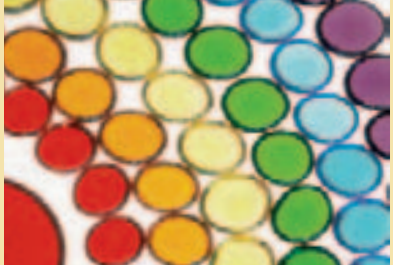
Alla domanda di maggior tutela e di sicurezza del capitale e dei rendimenti, Unipol ha risposto nel 2004 con i nuovi prodotti vita d'investimento assicurativo denominati:

Uninvest 6inCrescita

Uninvest Protezione Dinamica

Uninvest arcoSereno

I primi due prodotti sono del tipo Index Linked e godono della garanzia del capitale alla scadenza. Prevedono la liquidazione di cedole fisse nei primi due anni dell'investimento e di cedole variabili negli ultimi quattro anni del contratto, queste ultime legate all'andamento di un paniere di titoli ("*6inCrescita*") e di fondi ("*Protezione Dinamica*").
"Uninvest arcoSereno", commercializzato nel secondo semestre, è una polizza vita del tipo Unit Linked che ha l'obiettivo di tutelare il capitale alla scadenza prevista e di consolidare il valore massimo che viene rilevato di mese in mese, in modo che l'investimento possa solo incrementare.



Le Convenzioni

Le Convenzioni tra Unipol e le Organizzazioni Socie sono state oggetto, per la loro importanza e per la concomitanza quest'anno del loro rinnovo, di una specifica presentazione e discussione nel tradizionale Workshop Multistakeholder del Bilancio Sociale. La sintesi è riportata a pagina 28 a cui rimandiamo il lettore.
Il sistema delle Convenzioni costituisce lo strumento con cui Unipol presidia il suo mercato preferenziale, una platea dal vasto potenziale formata dagli iscritti alle Organizzazioni Socie di Unipol, dai loro familiari e dalle imprese associate.
Le Organizzazioni del lavoro dipendente (CGIL, CISL, UIL), le Organizzazioni della piccola e media impresa e del lavoro autonomo (CNA, CIA, Confesercenti) e Legacoop rappresentano un bacino di circa 14 milioni di potenziali clienti. Di questi 11,5 milioni sono lavoratori dipendenti e 1,6 milioni lavoratori autonomi, con il 46,4% di attivi e il 53,6% di pensionati.
Lo sviluppo dei rapporti con il mercato preferenziale riveste un ruolo strategico nelle politiche di Unipol e rappresenta una delle sue principali peculiarità rispetto alle maggiori imprese del mercato assicurativo.
Il sistema delle Convenzioni e degli Accordi operativi è lo strumento principale di questa strategia che punta su:

- qualità dell'offerta;
- contenimento dei costi;
- efficienza delle prestazioni;
- sinergie tra il sistema dei servizi delle Organizzazioni convenzionate e la struttura distributiva di Unipol.

Ogni Convenzione, prima di giungere alla sua sottoscrizione, ha dietro di sé un lavoro di analisi, confronto propositivo e condivisione, con al centro le esigenze dei soggetti potenziali destinatari dell'offerta assicurativa.
Questa discussione coinvolge i gruppi dirigenti delle Organizzazioni, le strutture tecniche e commerciali della Compagnia e la rappresentanza degli Agenti Unipol, ciascuno per la propria parte di competenza.
La finalità delle Convenzioni è quella di rispondere al crescente bisogno di sicurezza e di tutela presente in strati sempre più ampi della società. Attraverso le Convenzioni, Unipol riserva a tutti gli iscritti alle Organizzazioni (persone fisiche ed imprese) e alle stesse strutture sindacali, l'intera gamma dei propri prodotti e, in particolare, le coperture mirate alle attività lavorative, ai bisogni personali e familiari, alla tutela del risparmio ed alle nuove necessità previdenziali e assistenziali. Una gamma di prodotti innovativi che si caratterizzano, oltre che per il costo contenuto, per la semplicità e chiarezza delle condizioni contrattuali, l'ampiezza delle garanzie prestate e una serie di servizi studiati in primo luogo per semplificare il rapporto Cliente-Compagnia.
Con il 2004 si è chiuso il quarto ciclo di vita delle Convenzioni Nazionali che, con i rinnovi in corso, giungono così alla loro "quinta generazione".
Si tratta di una esperienza iniziata, per quasi tutte le maggiori Organizzazioni, oltre vent'anni fa, con risultati significativi sia per quanto riguarda il volume della raccolta, sia per quanto attiene la qualità della collaborazione.

Il sistema delle Convenzioni comprende le Convenzioni Nazionali con le Organizzazioni Socie, altri accordi con importanti espressioni della Società Civile, dell'associazionismo e del volontariato e un numero molto rilevante di Convenzioni Luoghi di Lavoro.

Il sistema delle Convenzioni Unipol al 31/12/2004

Convenzioni Nazionali con le Organizzazioni Socie	7
Convenzioni Nazionali Pensionati	6
Altre Convenzioni Nazionali	32
Convenzioni Luoghi di Lavoro	1.287

Grazie al rapporto sinergico tra le strutture territoriali delle Organizzazioni e la rete delle Agenzie della Compagnia, che determinano le modalità più idonee per fornire un efficace servizio assicurativo dedicato agli associati, sono attualmente in vigore oltre 300 accordi operativi territoriali.
Particolare importanza rivestono le Convenzioni Luogo di Lavoro, che sono il frutto della collaborazione tra le Rappresentanze Sindacali di azienda o di gruppi di imprese e le Agenzie Unipol, con l'obiettivo di riservare a tutti i dipendenti dell'ente convenzionato condizioni particolarmente vantaggiose e modalità agevolate, che prevedono la possibilità della trattenuta mensile sulla retribuzione.
Al 31/12/2004 l'intero sistema delle Convenzioni registra un ammontare di incassi pari a 504 milioni di Euro, che rappresenta una quota del 20% del totale degli incassi della Compagnia e del 31% se prendiamo in considerazione i soli rami Danni.

Sviluppo incassi delle Convenzioni Unipol – triennio 2002-2004

	2002		2003		2004	
	Importo	Var. %	Importo	Var. %	Importo	Var. %
CGIL, CISL, UIL	116.097.783	11,24	126.699.026	9,13	135.189.069	6,70
CNA, CIA, Confesercenti	56.910.761	0,65	57.776.424	1,52	60.682.443	5,03
Legacoop	21.601.517	43,83	50.885.583	135,6	79.555.131	56,34
SPI, UILP, FNP/CISL, FNAP/CNA ANPP/CIA, FIPAC/Confesercenti	42.850.148	12,37	49.137.332	14,67	50.465.079	2,70
Altre Convenzioni	42.145.120	22,76	42.552.965	0,97	45.367.646	6,61
Totale Convenzioni Nazionali	279.605.329	12,43	327.051.330	16,97	371.259.368	13,52
Totale Convenzioni Luoghi di Lavoro	111.834.332	20,07	123.432.187	10,37	132.706.729	7,51
Totale	**391.439.661**	14,51	**450.483.517**	15,08	**503.966.097**	11,87
N. Contratti	**798.757**	8,55	**914.818**	14,53	**978.724**	6,99

Osservando l'intero arco del triennio, le Convenzioni Unipol hanno registrato un incremento complessivo degli incassi del 47,4% in termini di premi e del 33% in termini di numero di contratti.
Il 2004 ha registrato un relativo rallentamento della crescita dovuto essenzialmente alla minore nuova produzione relativa al ramo Vita. Tuttavia, nell'anno sono stati sottoscritti 132.000 nuovi contratti per 88 milioni di premi.
Da segnalare, infine, l'eccezionale apporto in termini di premi ed in termini di contratti dato dalla nuova Convenzione Nazionale Legacoop.

La composizione del portafoglio in convenzione

	2002	2003	2004
Rami Auto	60,5%	64,8%	67,5%
Rami Elementari	19,7%	18,4%	18,0%
Ramo Vita	19,8%	16,8%	14,5%
Totale	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Il peso crescente assunto nel triennio dai rami Auto conferma la generale competitività delle tariffe RC Auto di Unipol che, nelle Convenzioni, risultano essere ancora più convenienti per effetto degli sconti previsti.
In definitiva possiamo affermare che, nel corso di oltre vent'anni di collaborazione, le Convenzioni hanno contribuito a realizzare un grande patrimonio costituito non solo da elementi di natura economica, ma anche da comuni esperienze e valori condivisi.

Rinnovi 2005

Nel corso del 2005 tutte le principali Convenzioni Nazionali saranno rinnovate per un altro triennio, con l'obiettivo di aggiornarne i contenuti e di fornire risposte che siano all'altezza del crescente bisogno di sicurezza presente in larghi strati della Società.
In tal senso è stata rivista tutta l'area dei "rischi persona" con particolare riferimento alle assicurazioni Auto, con le nuove polizze "Unibox" e "Franchigia Fruttuosa"; alle coperture individuali nell'area Infortuni e Malattia, sia con soluzioni personalizzate che con polizze a taglio fisso; ai rischi connessi alla proprietà e conduzione dell'abitazione familiare, con i più evoluti prodotti multirischi. Per tutta l'area dei "rischi persona" i nuovi accordi prevedono costi ancora più convenienti di quelli contemplati in precedenza.
Altre novità riguardano la linea "risparmio e previdenza", incentrata su prodotti di investimento mirati alla protezione del risparmio con tariffe che, per la prima volta, vengono dedicate in esclusiva ai clienti convenzionati. Particolare attenzione è stata dedicata alla previdenza complementare, con prodotti che possono validamente integrare le prestazioni pensionistiche pubbliche e quelle garantite dai Fondi Pensione Collettivi.
Per il segmento delle aziende il lavoro di collaborazione ha portato all'innovazione dei prodotti riservati ai settori dell'agricoltura ("*Agrinova*"), dell'artigianato ("*Nuovo Modular*") e del commercio ("*Sicurezza Esercenti*"), a cui si aggiunge un'ampia gamma di specifiche coperture studiate per fronteggiare i rischi propri dei singoli settori di attività.
Le nuove Convenzioni rilanciano con forza il ruolo degli Agenti Unipol nello sviluppo dei rapporti con le Organizzazioni Socie e l'intero mercato preferenziale della Compagnia. Anche grazie alle Convenzioni, fra le Organizzazioni e gli Agenti Unipol si è consolidato nel tempo un rapporto di fiducia che ha portato a realizzare importanti forme di collaborazione operativa e che oggi costituisce la base per nuovi progetti comuni.
Al fine di sottolineare, anche in occasione di questi rinnovi, i valori sociali che da sempre accomunano le Organizzazioni Socie e Unipol, si è deciso di finalizzare lo sviluppo delle Convenzioni anche al sostegno di progetti che abbiano particolare rilevanza sociale e culturale, promossi da espressioni del volontariato e della Società Civile con cui le Organizzazioni e la Compagnia già collaborano. Tale iniziativa prevede l'accantonamento, da parte di Unipol, della somma di 1 Euro per ogni nuova polizza, sottoscritta ai sensi delle Convenzioni Nazionali, da destinare al sostegno dei suddetti progetti. I progetti da finanziare saranno individuati di comune accordo tra la Compagnia Unipol, le Organizzazioni convenzionate, l'Associazione Agenti Unipol e la Fondazione Cesar.

Il servizio di Liquidazione

Nei primi giorni del 2005 il Gruppo Unipol ha completato l'unificazione delle strutture liquidative. Il processo, iniziato nel 2003 per MeieAurora, ha riguardato, nel 2004, la struttura liquidativa di Winterthur.
Questa riorganizzazione ha permesso di uniformare il Sistema Informatico e la struttura sul territorio.
A completamento dell'unificazione, la Direzione Liquidazione di Gruppo risulta composta da 1.311 unità (dato al Gennaio 2005) così ripartite:

- Direzione n. 130
- Sede di Bologna, Milano, Napoli n. 521
- CLG (Centri Liquidazione di Gruppo) n. 660

In base alle stime di budget, la Direzione dovrebbe gestire nel 2005 circa 800.000 sinistri, garantendo elevati standard di servizio attraverso:

a) l'ulteriore riduzione dei tempi di liquidazione per i sinistri semplici;
b) la specializzazione per la liquidazione sui sinistri complessi;
c) la liquidazione diretta dei sinistri attraverso la canalizzazione delle auto presso le carrozzerie convenzionate;
d) piani formativi rivolti ai dipendenti.

Con il completamento dell'unificazione è stato rivisto anche il processo di liquidazione che prevede:

- l'apertura di tutte le denunce dei sinistri presso le Sale di S. Donato (MI) e Bologna;
- la gestione dei sinistri semplici presso le Sale Liquidative di Sertel di S. Donato (MI), di Bologna e di Napoli;
- la gestione dei sinistri complessi di n. 20 provincie (circa 12.000 sinistri) presso la Sala Liquidativa danni complessi di S. Donato (MI);
- la gestione dei sinistri CID Lesioni presso la Sala Liquidativa di Bologna;
- la gestione dei sinistri complessi (ad esclusione di quelli accentrati) direttamente sul territorio, attraverso 64 unità liquidative sul territorio.

Dislocazione unità liquidative del Gruppo Unipol

Sinistri liquidati da Unipol

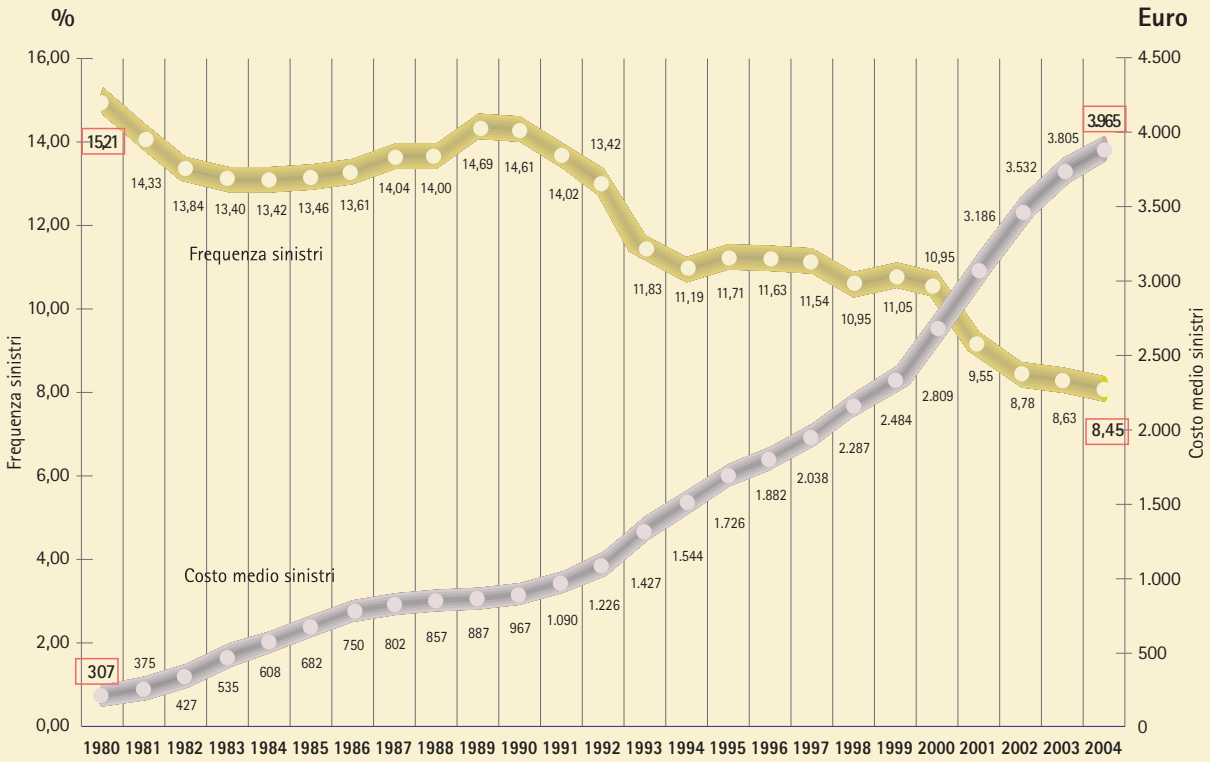
sinistri liquidati	2002	2003	2004	Var. % 04-03
da Sertel	75.577	75.379	82.763	9,8
dai C.L.G.	122.424	124.373	129.083	3,8
da Direzione	18.610	21.258	24.315	14,2
Totale	**216.611**	**221.010**	**236.161**	**6,9**

La Frequenza dei Sinistri in Italia

La frequenza dei sinistri del mercato RC Auto (calcolata come il rapporto tra il numero dei sinistri denunciati con seguito e il numero degli esposti al rischio) ha registrato negli ultimi 25 anni, in Italia, una progressiva e forte riduzione.
Anche se non completamente colmato, è stato, quindi, ridotto il gap che ci separava dagli altri principali Paesi europei: nel 2001, ad esempio, la frequenza dei sinistri era pari al 5,1% in Francia e al 7,5% in Germania.
A spiegare la riduzione della frequenza dei sinistri osservata nel lungo periodo possono contribuire diversi fattori, quali:

- la progressiva produzione di autoveicoli più sicuri;
- la minore percorrenza media degli autoveicoli (dovuta ad un aumento del numero di veicoli in circolazione, superiore a quello dei guidatori);
- una maggiore prudenza alla guida da parte degli assicurati, consapevoli del più forte impatto, rispetto al passato, che hanno le penalizzazioni sul premio;
- il maggiore ricorso degli assicurati alla "autoliquidazione" dei danni di lieve entità;
- l'aumentata capacità delle imprese di combattere i sinistri fraudolenti.

Frequenza dei sinistri e costo medio dei sinistri

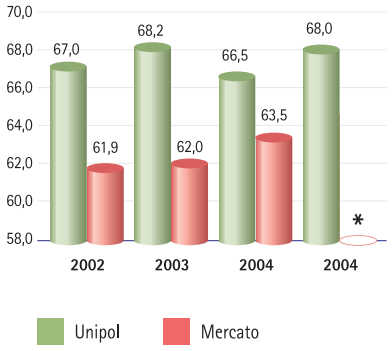


Nostra elaborazione su dati ANIA

Il Costo Medio dei Sinistri in Italia

Il costo medio dei sinistri RC Auto (calcolato come il rapporto tra il costo totale dei sinistri - pagati e riservati - e il numero degli stessi) ha mostrato dal 1980, in Italia, una crescita molto forte, ampiamente superiore alla riduzione della frequenza sinistri, determinando la crescita dei premi. Il costo medio dei sinistri è salito da 307 Euro nel 1980 a valori vicini ai 4.000 Euro nel 2004.
Il costo dei risarcimenti dipende, oltre che dal costo delle singole componenti, anche dall'incidenza sul totale dei sinistri di quelli con danni alla persona.
L'incidenza è salita dall'8,5% nella seconda metà degli anni Ottanta al 20% nella media dell'ultimo quinquennio; si tratta di un valore doppio rispetto a quello registrato nella media europea. L'anomalia ha un effetto negativo importante sui prezzi RC Auto.

Velocità di liquidazione sinistri RCA



Valori in %

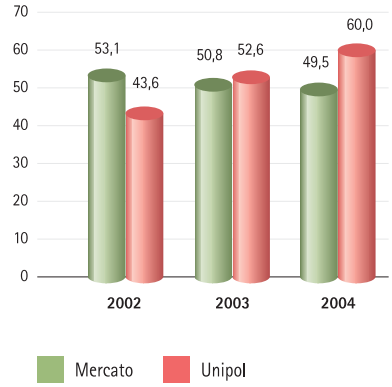
(*) Dato 2004 sul Mercato non disponibile.

La velocità di Liquidazione

Nel corso del 2004 la velocità di liquidazione dei sinistri RCA ha evidenziato un significativo incremento (+1,5%).
Questo indice evidenzia il numero dei sinistri che vengono liquidati totalmente rispetto al numero dei sinistri denunciati con seguito e risulta pertanto sinonimo di tempi ridotti nella liquidazione dei sinistri.
L'incremento globale di velocità di liquidazione è stato ottenuto sia sui sinistri semplici (gestiti da Sertel), che su quelli complessi gestiti dalla Rete liquidativa esterna; i valori di riferimento, infatti, sono passati rispettivamente:

- sinistri semplici (Sertel) da 83,0% a 85,6%;
- sinistri complessi (Rete Liquidativa) da 64,3% a 65,7%.

Tempi medi di liquidazione CID



Velocità di pagamento in giorni

I tempi medi di Liquidazione sinistri CID

Questo dato, che indica il numero dei giorni che passano tra la data di denuncia del sinistro e quella di liquidazione dei sinistri CID, evidenzia nel 2004 un significativo peggioramento, passando da 52,6 a circa 60 giorni medi, contro un Mercato che è passato da 50,8 a 49,5 giorni medi.
Unipol è, sulla base di confronti fatti nel mercato, la Compagnia che attiva più frequentemente il pagamento diretto alle carrozzerie (circa il 40% dei casi). Questa nuova procedura costituisce, per i Clienti, un grande vantaggio e rende sempre meno significativo (soprattutto per il futuro) il confronto sui tempi medi di liquidazione. In ottemperanza a quanto previsto dalla Legge 273, Unipol ha mantenuto procedure rigorose che riconoscono l'IVA solo in seguito alla presentazione della fattura da parte del cliente e quindi la conseguente chiusura formale del sinistro.
Questo ha generato un significativo incremento dei tempi di chiusura dei sinistri liquidati con fattura, allungando inevitabilmente la media complessiva dei tempi di liquidazione.

I dati sul Danno materiale

L'esperienza del laboratorio sul danno materiale

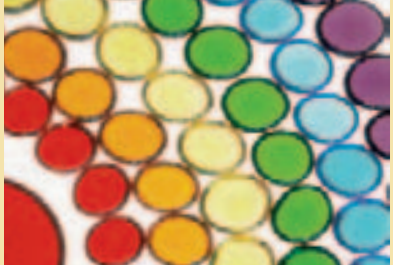
L'informatizzazione di Sertel permette di raccogliere i dati salienti che determinano il costo del danno materiale; questi dati - basandosi su oltre 23.300 quantificazioni nel 2004 (circa 14.000 nel 2003) - permettono di produrre statistiche sulle principali componenti di costo.
Le prime risultanze, fatto 100 il costo del sinistro con danni a cose, sono le seguenti:

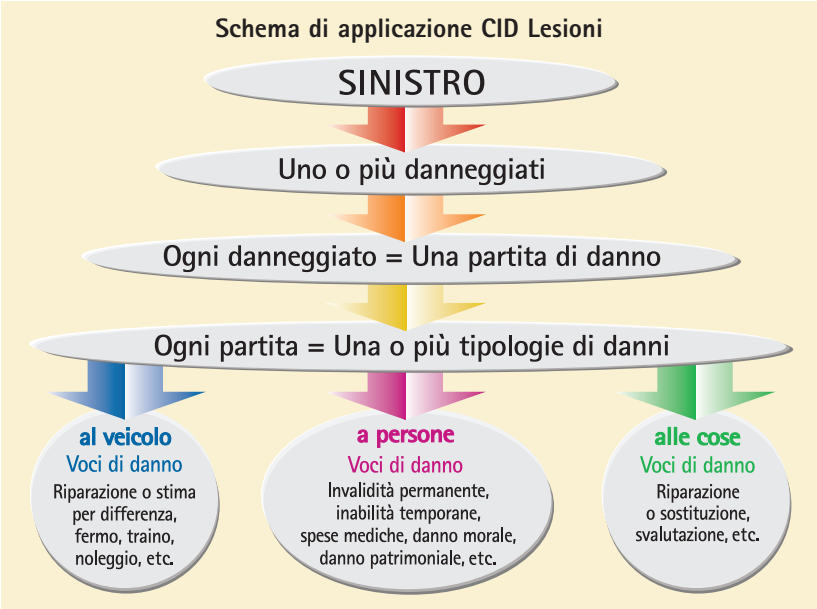
- il 54,4% riguarda la manodopera;
- il 30,9% i ricambi;
- il 14,6% i materiali di consumo.

L'incidenza della manodopera risulta inferiore rispetto a quella registrata nel 2003 (passando dal 56,2% al 54,4%), un'importante dato derivante dalla negoziazione con le carrozzerie fiduciarie. La possibilità di canalizzare i Clienti, infatti, determina le condizioni di contenere la richiesta dei carrozzieri, oltre che offrire servizi aggiuntivi (quali l'autovettura sostitutiva ai clienti).
La componente "ricambi" riscontra un sensibile aumento sul 2003 (pari al +10,1%), determinato in parte dal costo medio del singolo ricambio (+4,66%).
Per ogni sinistro sono necessarie mediamente 16,4 ore di manodopera (un incremento, quindi, del 2,05% rispetto al dato 2003).

La fase della lavorazione che - così come nel 2003 - più impatta sulle ore di manodopera si conferma di gran lunga la verniciatura, con il 61%, contro il 22% della fase di stacco/riattacco e il 17% della lattoneria.
A fronte di danni anche lievi emerge che nel 54% dei casi si procede con la sostituzione del pezzo danneggiato; in particolare sui danni che riguardano i paraurti gli stessi vengono sostituiti nel 63,6% dei casi (contro il 62,5% del 2003). Lo sviluppo delle rilevazioni permetterà un ulteriore controllo e verifica sulle effettive cause dell'incremento dei costi del danno materiale.

Dati Unipol Sertel





CID Lesioni

La Convenzione Indennizzo Diretto (CID), nata nel Maggio del 1978, ha trovato sin dalle origini applicazione per i soli Danni a cose; dal 1° Giugno 2004 la Convenzione è stata resa operante anche per i sinistri di lieve entità riguardanti sia i conducenti che i trasportati a bordo dei veicoli. Infatti, è oggi possibile in caso di collisione tra 2 veicoli a motore, richiedere direttamente al proprio Assicuratore, oltre al risarcimento dei danni al veicolo, anche quello relativo alla persona sia del conducente che dei passeggeri a bordo dei veicoli purchè di valore complessivo non superiore ai 15.000 Euro. Con questa estensione il Mercato cerca di cogliere l'opportunità per trasferire ai danni alla persona l'esperienza ultra-ventennale di un sistema che ha permesso a oltre 26 milioni di clienti/danneggiati di essere risarciti direttamente dal proprio assicuratore ed in assenza di contenzioso. Infatti, la procedura CID - mettendo in primo piano il rapporto diretto tra assicuratore e assicurato - non prevede la presenza di patrocinatori, mentre la valutazione medico-legale ed economica del danno secondo principi di equità e di correttezza viene effettuata, da tutte le compagnie aderenti, attraverso un rigoroso rispetto dei parametri stabiliti dalla Legge 57/2001 (micro-lesioni da 1 a 9 punti) e dal successivo decreto del Ministero della Salute del 3 Luglio 2003. In caso di problemi con il proprio assicuratore, gli assicurati/danneggiati possono avvalersi della procedura di Conciliazione delle controversie dell'assicurazione RC Auto promossa dall'ANIA e dalle principali Associazioni dei Consumatori. Dal 1° Giugno 2004 - entrata in vigore della Convenzione CID Lesioni - a Dicembre 2004, Unipol ha liquidato per conto delle altre compagnie 351 CID con lesioni a fronte di 311 CID Lesioni liquidati dal mercato per conto di Unipol.

Indennizzo Diretto

Il nuovo Codice delle Assicurazioni, ad Agosto 2005, prevede l'introduzione di importanti novità, destinate a modificare radicalmente il sistema della liquidazione.

In particolare, l'estensione dell'Indennizzo Diretto, la cui entrata in vigore è condizionata dall'emanazione di un decreto, è destinata a modificare le regole e ad introdurre rilevanti novità nel rapporto cliente/compagnia.
La valutazione sugli effetti del sistema potrà essere data solo a regime e dopo aver verificato le soluzioni adottate nel decreto attuativo; Unipol lavorerà attraverso la Liquidazione di Gruppo, per valorizzare le opportunità nel rapporto diretto con i clienti al momento della liquidazione dei sinistri.

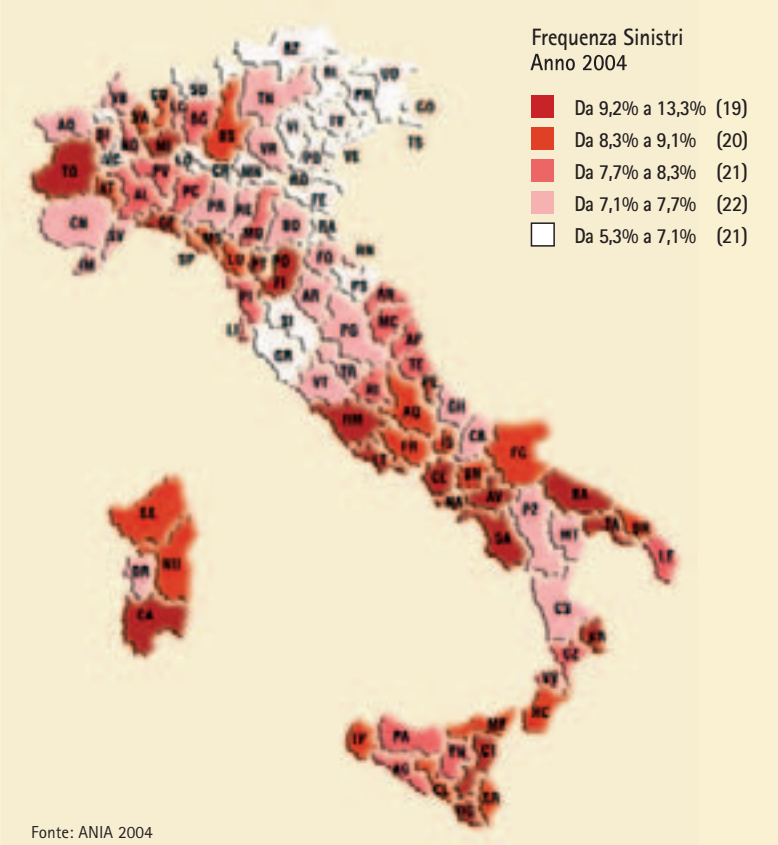
Il danno a persona

Nel 2001 il legislatore è intervenuto nella disciplina del danno a persona, per prevedere parametri certi, necessari per la quantificazione del danno biologico. Questo intervento si è reso necessario per ovviare alla disparità di trattamento dei danneggiati a cui dava luogo il sistema previdente rimesso interamente alla discrezionalità dei singoli tribunali. In particolare, l'art. 5 della Legge 57/2001 ha definito le modalità di liquidazione del danno biologico da "micro-lesione" relativo alle invalidità comprese tra 1 e 9, fissando dei valori di riferimento. Il completamento della normativa si è realizzata nel 2003 con l'emanazione delle tabelle delle menomazioni alla integrità psicofisica comprese tra 1 e 9 punti di invalidità e le relative note introduttive contenenti i criteri di applicazione delle stesse, ed è stato accolto dal Mercato Assicurativo con grande soddisfazione, poiché le "micro-lesioni" rappresentano oltre il 95% dei sinistri liquidati sui danni a persona.

Frequenza Sinistri in Italia
Distribuzione provinciale

Mercato Assicurativo

La disaggregazione provinciale dei dati sulla frequenza sinistri per il 2004 mostra che vi sono alcune provincie, concentrate soprattutto in regioni quali il Lazio, la Campania, la Puglia, la Calabria, la Sicilia e la Sardegna, oltre ad alcune aree di Liguria, Toscana e Piemonte, dove la sinistrosità è molto superiore alla media.

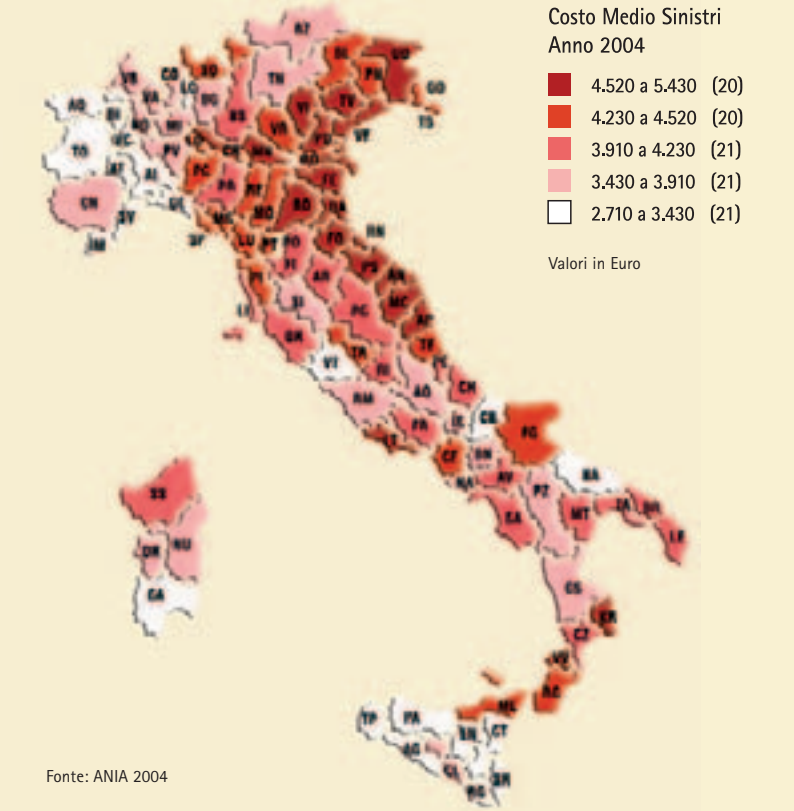


Fonte: ANIA 2004

Costo medio dei sinistri
Distribuzione provinciale

Mercato Assicurativo

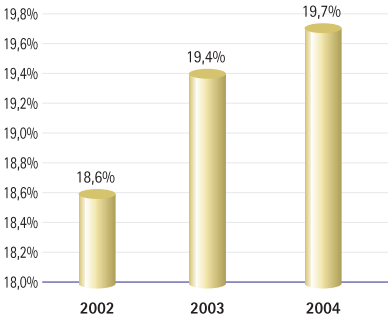
A livello territoriale si registrano delle forti differenze in termini di costo medio dei sinistri: oltre alla Calabria, si nota come al Centro e al Nord-Est il dato sia notevolmente superiore alla media, con provincie che arrivano a valori medi di circa 4.500 Euro.



Fonte: ANIA 2004

Incidenza del danno a persona su totale denunce RCA

Unipol Assicurazioni



In particolare, per la Compagnia Unipol la tabella sulla suddivisione percentuale sui punti di invalidità evidenzia:

MICROLESIONI	Incidenza %
solo temporanee	31,8
da 1 a 2 punti	49,2
da 3 a 4 punti	13,0
da 5 a 9 punti	6,0

Oltre il 70% delle lesioni riguarda la sola distorsione del rachide cervicale (colpo di frusta). Questa particolare tipologia non raggiunge nel resto dell'Europa la percentuale del 30%. Per questo motivo, già dal 2003, il Gruppo Unipol ha lanciato un progetto rivolto a meglio monitorare questo fenomeno e pertanto permettere la corretta liquidazione del sinistro.

I dati del 2004 su sinistri liquidati da Unipol su questa particolare tipologia evidenziano che:

- i punti medi di invalidità riconosciuti sono stati 1,5;
- i giorni medi di temporanea riconosciuti sono stati 19;
- la sola invalidità temporanea riconosciuta nel 15% dei casi.

Sinistri liquidati con danni a persone

Unipol Assicurazioni

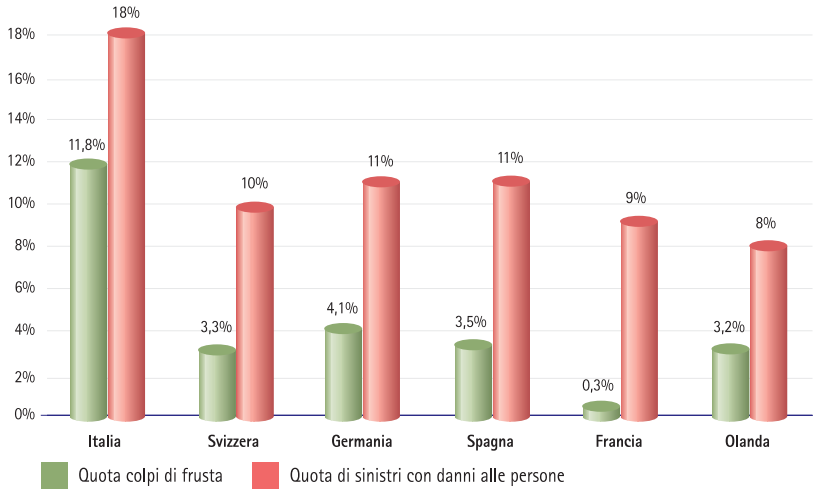
Anno	N. sinistri liquidati	Variazione assoluta	Variazione %
2002	9.837	443	4,7
2003	9.706	-131	-1,3
2004	10.395	689	7,1

I danni a persona, pur rappresentando dal punto di vista numerico la parte meno rilevante dei sinistri liquidati, rappresentano dal punto di vista economico la parte maggiormente rilevante per il valore complessivo degli importi pagati (circa il 60% del totale dei pagamenti) e pertanto rappresentano non solo un problema dal punto di vista tecnico, ma anche e soprattutto economico/sociale poiché i costi di gestione e di risarcimento si riflettono sul costo delle polizze, quindi sull'economia delle famiglie.

Ricordiamo, infatti, che l'Italia resta il paese con la percentuale più alta di danni con lesione (circa 20%), contro una media europea appena superiore al 10%. Il totale dei risarcimenti pagati dal Mercato Assicurativo per questa tipologia di danno superano gli 8 miliardi di Euro, mentre il costo complessivo per le sole lesioni di lievissima entità (fino a 3 punti) è stato di circa 3 miliardi di Euro.

Quota sinistri con danni a persone e quota "colpi di frusta"

Mercato Assicurativo



Fonte: ANIA 2004

Le linee guida per il contenimento del fenomeno sono:

a) un controllo in continuo sul rigoroso rispetto dei parametri della Legge 57/2001 (con particolare riferimento all'applicazione delle tabelle);
b) l'attivazione di procedure di liquidazione basate sul contatto immediato con la controparte (già attuato con successo sul CID Lesioni);
c) l'attuazione di ulteriori azioni di contenimento su sinistri con evidenti tentativi di speculazione in alcune zone;
d) l'attuazione di uno stretto collegamento tra medico e avvocato,

già sperimentato in alcune aree per dimostrare l'insussistenza del danno con lesioni;

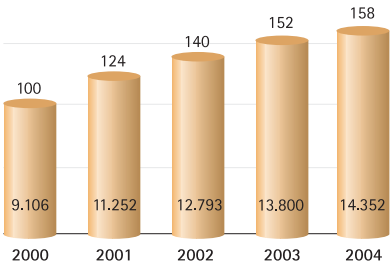
e) la valutazione di tutti gli elementi probatori che potranno venire dalla gestione di Unibox.

Il contenzioso

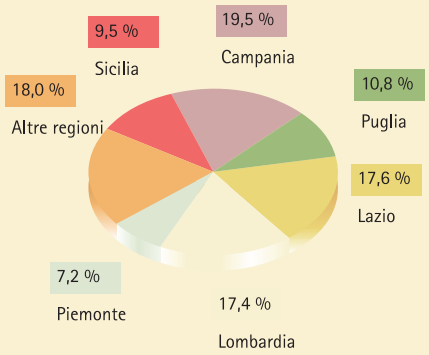
La politica della Compagnia, pur essendo basata sulla rapidità dell'istruzione del sinistro e sul rispetto dei tempi previsti dalla Legge 57/2001, vede nel contenzioso lo strumento necessario per evitare il pagamento di sinistri a fronte di richieste ritenute eccessive sul versante della quantificazione dei postumi invalidanti e delle speculazioni.

Nel 2004 il ricorso al contenzioso, pur segnalando un significativo rallentamento, ha evidenziato la conferma del trend di crescita seguendo la tendenza degli ultimi anni.

Cause RCA pendenti alla chiusura dell'esercizio
(2000=100)



Furti d'auto nel 2004
dati al 31/12/2004



Composizione % per regione

Furti complessivi in Italia 182.470

Furti auto per regione nel Mercato RCA

	2002	2003	2004 Mercato	2004 Unipol
Piemonte	17.234	16.210	13.129	1.187
Valle d'Aosta	78	83	67	7
Lombardia	33.324	33.533	31.798	2.309
Trentino	394	408	295	23
Veneto	5.169	5.035	4.510	273
Friuli	769	622	586	35
Liguria	2.824	2.798	3.388	293
Emilia Romagna	7.038	6.138	5.780	152
Toscana	3.634	3.746	3.236	226
Umbria	1111	1.237	943	138
Marche	1.029	1.075	1.117	100
Lazio	38.491	34.881	32.038	1.543
Abruzzo	1.294	1455	1.623	108
Molise	229	322	204	14
Campania	42.958	38.976	35.670	185
Puglia	20.495	20.144	19.754	257
Basilicata	523	516	518	52
Calabria	6.008	5.725	6.442	146
Sicilia	17.278	16.834	17.319	770
Sardegna	3.824	3.932	4.053	168
Altri	nd	nd	nd	2.329
Totale Italia	**203.704**	**193.670**	**182.470**	**10.315**

Nostra elaborazione da dati ANIA e Unipol

Il servizio Sertel

Sertel, la struttura telematica della Direzione Liquidazione di Gruppo Unipol, si configura come un servizio multi-compagnia, in grado di fornire servizi liquidativi alle diverse compagnie del Gruppo.
Nel 2004 si è realizzato pienamente, all'interno di Sertel, il processo di integrazione della struttura liquidativa ex-Winterthur. Si sono metabolizzati, infatti, i processi organizzativi e le procedure operative unitarie, che contano su un unico sistema informativo e su una struttura direzionale di Gruppo per le diverse sedi organizzative.
Sertel/Servizi Liquidativi Telematici è strutturata su tre sedi - Bologna, Milano, Napoli - che contano complessivamente su un organico, al 31 Gennaio 2005, di 521 addetti di cui 384 donne e 137 uomini.
Al 31 Maggio 2005, a fronte della riorganizzazione che ha istituito un'area di Liquidazione Accentrata (115 unità, di cui 82 donne e 33 uomini) e dato una nuova struttura alla Direzione Liquidazione di Gruppo, Sertel/Servizi Liquidativi Telematici risulta composta da 366 unità, di cui 276 donne e 90 uomini.

Sertel è un servizio orientato al cliente, il cui obiettivo è semplificare la gestione pratica di un sinistro e ridurre al minimo gli atti a carico di un assicurato.
Nel 2004 Sertel ha aperto 524.000 sinistri nei rami Danni e ne ha liquidati 132.000 nel ramo RC Auto. La struttura organizzativa data permette la massima interscambiabilità su ogni processo liquidativo necessario su ciascuna delle tre sedi, permettendo anche una notevole flessibilità nelle organizzazioni dei lavori.
Il processo di Liquidazione di Gruppo si sviluppa in quattro fasi principali:

A. Sertel tratta e liquida tutti i sinistri auto con i soli Danni a cose (senza l'intervento del legale e senza problemi di responsabilità);
B. disponibilità di una rete di 2.500 carrozzerie convenzionate che consentono ai clienti rapidità nella riparazione, nessun esborso di denaro e servizi aggiuntivi (ad esempio, l'auto sostitutiva);
C. pagamento accelerato senza perizia per i sinistri canalizzati presso le carrozzerie convenzionate; parte delle liquidazioni, infatti, sono effettuate ai carrozzieri direttamente con attivazione di Sertel;
D. tutte le attività di Liquidazione sono processate attraverso un unico sistema informativo.

In particolar modo, il servizio di Sertel si articola in quattro attività:

1. il *Call-Center*, che apre i sinistri telefonicamente, dà informazioni al cliente e ai danneggiati, canalizza questi ultimi verso le carrozzerie convenzionate e cura, infine, la prima istruzione dei sinistri;
2. la *Liquidazione Telematica*, che cura l'istruzione e la definizione dei sinistri, con la peculiarità della definizione diretta dei sinistri con le carrozzerie convenzionate;
3. il *Supporto Amministrativo alla liquidazione Sinistri*, la cui l'attività prevalente è gestire i casi e le eccezioni che non rientrano negli standard;
4. la *Gestione dei periti e delle carrozzerie*, che coordina e controlla l'attività degli stessi.

Le innovazioni introdotte cercano di superare una vecchia percezione del servizio assicurativo in Italia non più rispondente alle esigenze del cliente e alle stesse pratiche che una moderna ed efficiente assicurazione dovrebbe offrire al cliente. Si cerca in questo modo di contribuire all'introduzione di comportamenti "virtuosi" e responsabili da parte degli stessi danneggiati, e a una riduzione di atteggiamenti speculativi, incentrando invece la relazione liquidativa e il confronto tra le parti attorno ad un servizio trasparente, efficiente ed equo da parte di entrambe le controparti.
Anche quest'anno la Direzione Centrale Liquidazione di Gruppo ha avviato il processo di Certificazione del Sistema Qualità di Unipol Sertel secondo la norma ISO 9001:2000. La norma ISO richiede il rispetto di requisiti che orientano tutti i fattori organizzativi al perseguimento della soddisfazione del cliente e di tutte le altre parti interessate.
È importante ricordare che tale Certificazione necessita di una verifica iniziale di conformità e di un controllo periodico del sistema da parte di un organismo esterno, accreditato e indipendente, di parte terza. Ciò è necessario per garantire in modo neutrale la completa ed effettiva implementazione del sistema gestionale ISO 9001:2000 e questo rappresenta in generale uno dei punti critici per le imprese: tale Certificazione implica necessariamente la loro apertura verso controlli esterni. È la logica della Certificazione ISO, che esige un grado di trasparenza sulla propria attività da parte delle aziende. Unipol si è resa disponibile a tale apertura e Sertel è la prima struttura in azienda che ha intrapreso con ottimi risultati il processo di certificazione ISO 9001:2000, processo destinato ad allargarsi progressivamente, nella logica del miglioramento continuo, ad altri servizi di Unipol Assicurazioni.
Per il 2005 prevediamo non solo la riconferma della Certificazione della centrale di Bologna, ma anche l'estensione della Certificazione alla centrale di Milano, per poi operare successivamente su quella di Napoli.

RISULTATI 2004	OBIETTIVI 2005
Percentuali di risposta per denuncia	
Nel 2004 la percentuale di risposta telefonica è stata del 72,7% per Unipol.	L'obiettivo per il 2005 è raggiungere il 90%.
Canalizzazione	
La percentuale media di canalizzazione per il 2004 si attesta al 22,4%.	L'obiettivo per il 2005 è portare la canalizzazione media del Gruppo al 30%; inoltre si inizierà la canalizzazione dei terzi danneggiati.
Sinistri aperti	
Nel corso del 2004 sono stati aperti da Sertel 547.177 sinistri.	Si inizierà la sperimentazione dell'apertura centralizzata anche delle denunce e richieste danni che provengono per iscritto alla Compagnia. Si stanno completando le necessarie modifiche alle procedure informatiche.
Sinistri trattenuti e liquidati	
Nel 2004 sono stati liquidati 130.671 sinistri Unipol. Complessivamente Sertel ha trattenuto per la liquidazione il 55% dei sinistri denunciati, con una velocità di liquidazione dell'86%.	Obiettivo del 2005 è di trattenere il 57% dei sinistri e raggiungere una velocità di liquidazione del 90%.

Il servizio Sertel

In caso di incidente, con **Sertel** gli operatori telefonici raccolgono la denuncia di sinistro e il nuovo servizio di carrozzerie collegate permette di far riparare la macchina in tempi brevi e senza anticipo di denaro.

L'utente deve fare solamente tre semplici operazioni:

1. **chiamare il numero verde 800-99.33.88**
2. **portare la macchina nella carrozzeria convenzionata scelta tra quelle che vengono indicate,**
3. **ritirare il veicolo dopo pochi giorni a riparazione avvenuta.**

Sertel è collegato telematicamente a numerose carrozzerie diffuse sul territorio nazionale. Queste officine garantiscono la qualità della riparazione. I clienti Unipol potranno contare su un trattamento di favore e su preziosi vantaggi. Ma soprattutto niente più perdite di tempo e niente più anticipo di denaro.
Il servizio **Sertel** si occupa di ogni cosa:

- **Raccoglie la denuncia,**
- **Accerta il danno direttamente con la carrozzeria,**
- **Assicura una riparazione rapida del danno,**
- **Paga la riparazione direttamente alla carrozzeria.**

Ci si può informare su tutti i vantaggi del servizio **Sertel** presso le Agenzie Unipol.

SINCERT

L'ente certificatore è il BVQI, organismo di certificazione internazionale del Gruppo Bureau Veritas.

I fornitori di servizi

Per la liquidazione dei sinistri la Compagnia utilizza anche collaboratori esterni, liberi professionisti e artigiani. Si tratta di figure che hanno un ruolo spesso determinante per il servizio all'utenza e per la quantificazione dei sinistri.
Con la costituzione della Direzione Centrale Liquidazione di Gruppo si è avviata la costruzione di una rete di Gruppo dei fornitori dei servizi: periti, carrozzerie, medici ed avvocati.
Nel 2003 si è resa operativa la rete unificata di Gruppo RCA/ARD, riguardante i periti e gli autoriparatori, mentre si è predisposta quella dei medici, entrata a regime nel 2004.
L'individuazione e la selezione dei collaboratori è stata fatta valutando la competenza tecnica, la qualità delle prestazioni fornite, la tempestività dell'intervento e la modalità di rapporto con il cliente.
La realizzazione della rete di Gruppo dei collaboratori mira a perseguire una maggiore efficienza organizzativa ed una maggiore efficacia, ridisegnando anche le procedure interne, oltre ad acquisire attraverso un servizio di qualità la sempre maggiore fiducia dei clienti.
Di particolare rilievo anche il contributo che questi fornitori possono dare rispetto alle problematiche antifrode: la conoscenza del territorio, l'analisi del dettaglio la ricostruzione del sinistro e il contatto con i testimoni, sono tutti momenti decisivi per prevenire e combattere efficacemente le frodi.

I periti

L'insieme dei collaboratori di Gruppo che si occupano dei danni materiali è costituito da una serie di reti specialistiche:

- periti RCA/ARD;
- periti di Responsabilità Civile Generale/Rischi Diversi Persone;
- periti Altri Danni ai Beni (Incendio, Furto e Rischi Tecnologici).

Ai periti spetta il compito di valutare il danno e accertare le cause e la responsabilità dei sinistri; la loro attività incide sulla soddisfazione del cliente, su una corretta quantificazione del danno e sulla limitazione dei tentativi di speculazione.
Nel 2004, nel settore RCA/ARD, Unipol ha ampliato lo strumento delle cosiddette "perizie di riscontro", tendenti a verificare, in particolare, la congruenza tra i danni denunciati e quelli rilevabili dai mezzi coinvolti, per poter arginare e individuare i fenomeni speculativi.
Nel corso del 2004 è stata anche completata la rete unificata dei periti di Gruppo, che contempla oggi 570 periti RCA/ARD; è in corso di definizione una analoga struttura unificata per i collaboratori degli altri rami, che prevede 225 nominativi per quanto riguarda la rete RCG/RDP e 140 periti per quanto riguarda la rete ADB.
La rete unificata dei periti del Gruppo Unipol, complessivamente, è costituita quindi da più di 900 collaboratori.
Il lavoro del perito in Unipol risulta semplificato e velocizzato dall'introduzione di Sertel. L'incarico, infatti, avviene per via telematica immediatamente all'apertura del sinistro; questo rende più veloce ed efficiente l'operato del

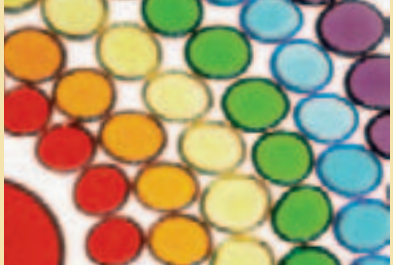
perito, accorciando i tempi di intervento.
Il settore dei periti è in continua evoluzione: Unipol intende rafforzare il rapporto Gruppo-Periti per favorire questo processo di evoluzione tecnico-professionale in corso e fidelizzare maggiormente propri collaboratori.
Sono in programma incontri tematici di aggiornamento professionale per tutta la rete dei collaboratori. Nel 2004 è stato predisposto - con la collaborazione del CINEAS e dell'ANIA - uno studio sul costo di costruzione dei fabbricati residenziali e industriali.
Sono in programma incontri di formazione specifica per i periti Veicoli Industriali e per i periti incaricati di eseguire perizie ricostruttive cinematiche ed ergonometriche.

I Carrozzieri

I carrozzieri sono artigiani che operano sul mercato; la maggioranza di essi collabora con Unipol in Convenzione.
Nel 2004 l'accordo ANIA - Associazione dei Carrozzieri non è stato rinnovato; Unipol ha, in ogni caso, continuato ad avere le proprie convenzioni con le carrozzerie "fiduciarie", carrozzerie cioè che hanno un rapporto diretto con la centrale operativa Sertel per l'istruzione e la trattazione del danno senza l'intervento del perito. Unipol, sulla base di confronti di mercato, è la Compagnia che attiva più frequentemente il pagamento diretto al carrozziere (circa 40% dei casi). Questo importante risultato di negoziazione con le carrozzerie fiduciarie, rende possibile la canalizzazione del cliente verso di esse e determinando nel contempo la possibilità di monitorare e contenerei costi delle carrozzerie e di offrire servizi aggiuntivi (quali, ad esempio, l'autolettura).
Inoltre, nel corso del 2004 è proseguito il progetto "carrozzerie gemellate" tra agenzie e autoriparatori di fiducia, al fine di migliorare sensibilmente la relazione con il cliente e permettere allo stesso di sentirsi più tranquillo e garantito nella scelta del carrozziere.
Saranno infatti anche gli Agenti, come interfaccia della Compagnia verso i clienti, che aiuteranno a canalizzare gli stessi alle carrozzerie di fiducia, le quali dovranno garantire affidabilità e qualità del servizio.
Unipol effettua periodicamente, attraverso una struttura specializzata, controlli sull'affidabilità e la qualità del servizio prestato dalle carrozzerie collegate a Sertel.
A fine 2004 Unipol gestisce il collegamento diretto con circa 2.500 carrozzerie, tramite il servizio Sertel, per l'erogazione delle liquidazioni per via telematica. Circa 1.200 di queste si sono impegnate ad offrire servizi aggiuntivi come l'auto sostitutiva o il ritiro/consegna della vettura presso il domicilio del cliente, oltre a garantire priorità nelle riparazioni.

I Medici

I medici sono liberi professionisti fiduciari della Compagnia, che hanno il compito di valutare le lesioni subite dal danneggiato a causa di un sinistro; si tratta di specialisti in medicina legale e dell'assicurazione, ma in alcuni casi Unipol si avvale anche di collaboratori specialisti delle diverse branche, in considerazione della specificità delle lesioni subite. Attualmente i medici fiduciari sono circa 300.



Le frodi assicurative

Da sempre il Gruppo Unipol ha posto tra i suoi valori fondanti il rispetto della legalità.
Nello svolgimento dell'attività assicurativa questo valore si traduce da una parte nella tutela degli interessi e dei diritti della clientela, dall'altra nella prevenzione e nella repressione dei fenomeni fraudolenti ad opera di una minoranza che danneggia la maggioranza dei cittadini. È evidente, infatti, che il "costo sociale" delle truffe è pagato, in ultima istanza, dagli assicurati onesti.
L'attività assicurativa da sempre subisce tutta una serie di atti di natura fraudolenta posti in essere dalla malavita organizzata o da professionisti dell'illecito, oltre che da singoli cittadini "al di sopra di ogni sospetto", i quali sono alla ricerca di sistemi sempre più ingegnosi e raffinati per aggirare l'impegno delle Compagnie.
In particolare si è ampliata la produzione e l'uso di falsa documentazione (anche attraverso l'ausilio di strumenti informatici) come attestati di rischio, contrassegni, polizze, certificazione medica, sentenze; ciò sia al fine di asseverare e documentare richieste di risarcimento ed indennizzi per sinistri mai verificatisi o verificatisi con modalità diverse da quelle descritte, sia di indurre la Compagnia ad assumere rischi a condizioni più favorevoli rispetto a quelle dovute.
È, quindi, evidente come la frode assicurativa abbia nel tempo mutato i connotati che la caratterizzano; il risultato è che oltre alla tradizionale "pacifica" truffa perpetrata con l'artifizio o il raggiro posta in essere sporadicamente o occasionalmente da singoli individui, si è rafforzata una criminalità "stanziale nel settore", associata, specializzata e preparata per sfruttare in ogni modo possibile e in tutti i rami questo settore cardine dell'economia.
Rileviamo peraltro che, grazie all'impegno delle Forze dell'Ordine, della Magistratura e delle stesse Imprese, gli sforzi profusi in tema di lotta alla frode vengono sempre più spesso premiati, col risultato che la deterrenza è più forte, il convincimento dell'automatica impunità è minato e la consapevolezza delle problematiche connesse al fenomeno ne risulta rafforzata.
Tali risultati, peraltro, evidenziano come sia necessario continuare ad agire risolutamente nei confronti di chi delinque, incrementare i rapporti con le Autorità centrali e periferiche, sviluppare il monitoraggio per l'individuazione delle fenomenologie e realizzare nuove forme di prevenzione.
Ogni attività di monitoraggio e contrasto di fenomeni fraudolenti non può ovviamente prescindere dall'attenta e puntuale collaborazione delle strutture periferiche aziendali, che sono il primario anello della catena strutturale e hanno il compito e la responsabilità di trasmettere tempestivamente gli input alla direzione aziendale.
È quindi essenziale che tutte le imprese, quale che sia il sistema di gestione dei sinistri anomali adottato, siano dotate di **Strutture Antifrode** in grado di conoscere e stimare i fenomeni fraudolenti che le riguardano, premessa fondamentale per l'adozione delle opportune misure di contrasto.
La conoscenza, infatti, è il presupposto su cui si costruisce il modello di

gestione più consono alle esigenze e alla "vocazione" delle singole imprese, che ricollocherà in una vasta gamma di modelli organizzativi, che vanno dal totale accentramento delle decisioni alla piena autonomia liquidativi anche per i sinistri anomali.
Va da sé che gli operatori debbano essere adeguatamente istruiti, supportati e necessariamente tutelati. Non può più essere lasciato solo l'operatore periferico nella gestione di problematiche che, se non prontamente portate all'attenzione della struttura antifrode aziendale, e da questa all'Organismo Antifrode Assicurativa, resterebbero a carico del singolo, con ovvie conseguenze.
Occorre inoltre sensibilizzare la clientela sugli effetti delle frodi, far capire chi sono i veri responsabili: i truffatori, grandi e piccoli.
È sbagliato credere che la prevenzione e la repressione delle frodi sia compito solo degli specialisti dell' Antifrode.

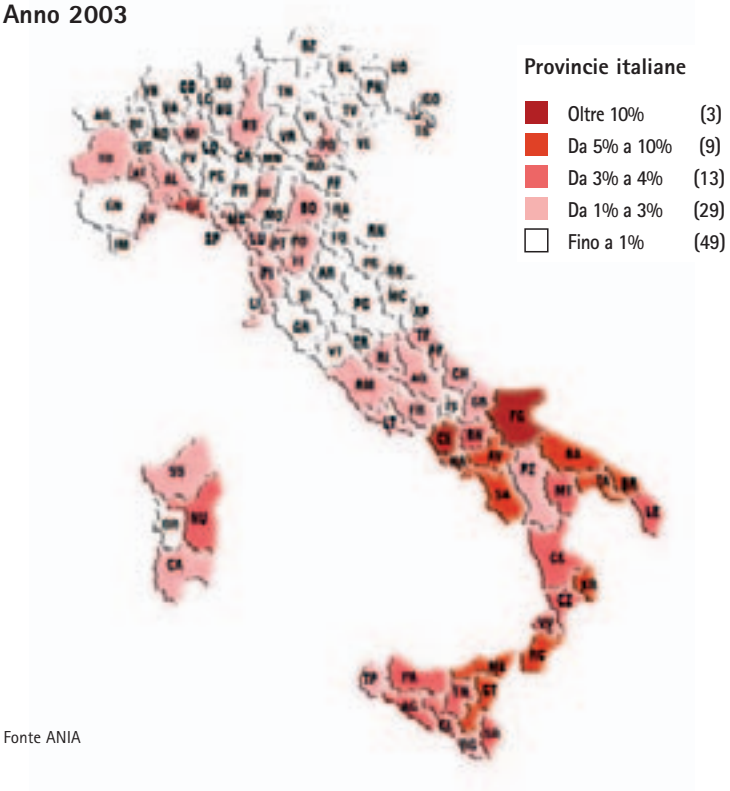
Ogni "attore" del Gruppo Unipol ha un ruolo fondamentale:

- *le Agenzie e i loro collaboratori* (dipendenti e autonomi), che costituiscono la prima "barriera" per prevenire l'ingresso di soggetti, che hanno come obiettivo quello di pagare un premio inferiore tramite l'utilizzo di documenti falsi, oppure quello di "creare" sinistri falsi o gonfiati;
- *gli addetti delle Strutture di Liquidazione*, i quali devono saper cogliere quegli elementi di "criticità" che impongono ulteriori verifiche istruttorie prima di decidere se procedere o meno al pagamento, colloquiando costantemente con le Agenzie di riferimento;
- *le altre strutture aziendali* (in particolare la Divisione Auditing interno di Gruppo, la Struttura di Controllo della Direzione Centrale Liquidazione di Gruppo e la Contabilità Sinistri), quando nello svolgimento della propria attività si imbattono in sospetti fenomeni fraudolenti;
- *i collaboratori esterni* (periti, medici, avvocati), la cui "sensibilità" e preparazione professionale deve essere sempre più orientata alla prevenzione e alla difesa del Gruppo.

Unipol Assicurazioni intende fermamente proseguire in una maggiore diffusione della cultura dell'antifrode, nel pieno rispetto della legalità.
Un importante contributo formativo è stato offerto dal "Manuale per la gestione del contrasto alle frodi assicurative" elaborato da ANIA e distribuito a tutte le Agenzie Unipol e ai Centri di Liquidazione di Gruppo Unipol.

Riportiamo di seguito le informazioni relative alle segnalazioni pervenute all'**Unità Antifrode** nel corso del 2004.

Incidenza % del numero delle frodi sui totali dei sinistri
Anno 2003



Fonte ANIA

Le frodi nella fase liquidativa

Nel corso del 2004 sono pervenute all'**Unità Antifrode** di Unipol Assicurazioni 3.190 segnalazioni, con una crescita del 12,3% rispetto al 2003, con una provenienza percentuale così ripartita:

Dati relativi alle segnalazioni dell'Unità Antifrode

Provenienza della segnalazioni	2002	2003	2004
CLG Unipol	72,6	64,7	42,9
Uffici della Direzione/Ispettori rete commerciale	11,4	16,7	26,8
Agenzie Unipol	3,8	5,4	3,4
Servizio Aree Speciali ANIA/Autorità	10,9	9,8	23,7
Altro	1,5	3,4	3,2
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Causali di segnalazione			
Danni denunciati e/o dinamica del sinistro	45,0	42,5	31,0
Nominativi segnalati	30,5	29,1	40,6
Richieste anomale polizze	4,2	4,0	13,7
Altro	20,3	24,4	14,7
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Dati espressi in percentuale (%)

Va rilevato come la crescita del numero delle segnalazioni sia correlato all'incremento di segnalazioni originate da ANIA e Autorità.

Distribuzione geografica delle segnalazioni effettuate da CLG e Uffici liquidativi di sede

Area	2002	2003	2004
Nord-Ovest	9,2	8,6	6,8
Nord-Est	7,5	4,6	8,7
Emilia-Romagna	12,5	13,1	16,1
Centro	8,7	10,8	12,4
Adriatica	13,9	10,0	13,5
Centro Sud	46,8	49,8	39,5
Uffici liquidativi di Direzione	1,4	3,1	3,0

Dati espressi in percentuale (%)

Querele presentate

Nel 2004 sono state presentate complessivamente 96 querele (a fronte delle 80 presentate nel 2003), di esse:

- 63 hanno riguardato la fase assuntiva, di cui 33 relative a polizze false e 30 riconducibili ad attestati di rischio falsi;
- 33 hanno riguardato la fase liquidativa, di cui 23 hanno riguardato i sinistri RC Auto, 5 i sinistri ARD, 4 gli infortuni e 1 i danni ai beni.

Querele presentate

	2002	2003	2004
Fase Assuntiva	62	47	63
Fase Liquidativa	17	24	33
Totale	**79**	**71**	**96**

Politiche ed azioni del 2005

Il primo Marzo 2005 è stata emanata la nuova Circolare che regola l'attività Antifrode, tenendo conto delle disposizioni dettate dalla vigente normativa sulla tutela dei dati personali.
L'attività dell' ufficio Antifrode direzionale sarà in linea con tale indicazione, peraltro verificando che le strutture periferiche della Compagnia si attengano - nell'effettuare le segnalazioni - alle disposizioni emanate.
Nel corso del 2005 sarà costituito un "Coordinamento antifrode di Gruppo", con un duplice obiettivo:

- condividere con i delegati del Gruppo Unipol, nelle commissioni di lavoro ANIA, le proposte di "ristrutturazione" dell'attività antifrode in sede associativa, in vista della creazione dell' Agenzia Nazionale Antifrode Assicurativa;
- portare avanti in modo coordinato il lavoro di "ristrutturazione" interna al Gruppo, conseguente alla emanazione della Circolare antifrode del 01/03/05.

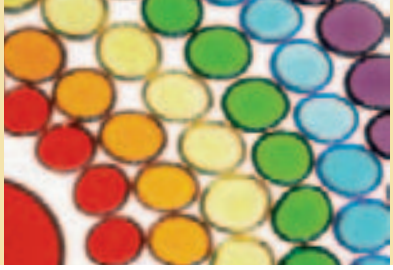
Di tale coordinamento faranno parte l'Unità Antifrode di Unipol (che gestisce anche l'attività antifrode di Linear e di Navale), l'Unità Antifrode di Aurora, la Struttura di controllo della D.L.G, la Divisione Auditing Interno di Gruppo, la Struttura di controllo dei pagamenti della Contabilità sinistri di Unipol, il CED.

Legalità - Antifrode e Privacy

Cultura dell'antifrode e rispetto della legalità: due aspetti della stessa medaglia. Legalità che significa rispetto, per esempio, non solo dell'obbligo a contrarre e della tempistica nella liquidazione nel settore della RCA, ma anche della normativa sulla Privacy.
I principi e le novità contenute nel nuovo Codice della Privacy, entrato in vigore l'01/01/04, sono stati applicati da Unipol, diffondendo direttive specifiche a ogni struttura coinvolta. In particolare abbiamo evidenziato l'obbligo di fornire sempre l'informativa a tutti i soggetti di cui vengano trattati dati personali comuni (contraenti, assicurati, danneggiati, testimoni, collaboratori di controparte, etc.) e di acquisire il consenso scritto ove si trattino dati "sensibili" (relativi a stato di salute, appartenenza sindacale, precedenti penali, etc.). Ma prima ancora, quello di trattare qualunque dato personale nel rigoroso rispetto di taluni principi dettati dal Codice:

- quello di <u>necessità</u>, per cui ove possibile devono essere utilizzati solo dati anonimi (ad esempio, nel fare preventivi);
- quello di <u>pertinenza</u>, per cui non devono essere utilizzati dati personali di soggetti estranei rispetto alle finalità;
- quello di <u>completezza</u>, per cui i dati devono essere completi, al fine di evitare omonimie (da cui risulta fondamentale l'indicazione del codice fiscale);
- quello di <u>non eccedenza</u> rispetto alle finalità, per cui i dati personali devono essere utilizzati solo per le finalità (nel caso di un'assicurazione sono finalità assicurative-liquidative) per cui sono stati conferiti.

Inoltre Unipol ritiene di fondamentale importanza che anche nello svolgimento dell'attività antifrode vengano rispettate le misure di sicurezza (fisiche e informatiche) previste dalla normativa sulla Privacy.



Tariffa RC Auto

Nuova tariffa RC Auto

- La **personalizzazione soggettiva** della tariffa farà riferimento al sesso e all'età del conducente abituale, anziché a quelli del proprietario.
- Il *bonus malus* penalizzerà in modo più equilibrato coloro che hanno avuto sinistri (meno chi è nelle classi migliori, dopo molti anni senza sinistri, e di più chi è nelle classi medio-alte).
- In caso di sinistro causato da un guidatore più rischioso del conducente abituale dichiarato, verranno applicate franchigie differenziate in funzione del grado di rischio rappresentato dal conducente che ha avuto il sinistro rispetto al conducente dichiarato - comunque con il massimo di 1.000 Euro.

Unipol ha mantenuto invariata la sua tariffa RC Auto per tutto il 2004, raccogliendo il messaggio sociale contenuto nell'accordo tra Governo, ANIA ed Associazioni dei Consumatori del Maggio 2003 e facendo propria la preoccupazione di alleggerire l'onere economico che le famiglie devono destinare alla copertura dell'assicurazione obbligatoria. Uguale preoccupazione è alla base della libertà di scelta che Unipol, da anni, garantisce ai propri assicurati, avendo eliminato dai propri contratti il tacito rinnovo, rendendo così possibile la scelta, anno per anno, di rinnovare o meno la polizza, senza alcun obbligo da parte dell'Assicurato. Per rendere questa libertà di scelta ancora più forte, Unipol, nel corso del 2004, ha dato anticipata applicazione alle indicazioni dell'ANIA in merito all'inserimento, sull'attestato di rischio di ciclomotori e motocicli, della classe di merito comune a tutto il mercato RC Auto, riferita alla sinistralità degli anni precedenti. Questo per consentire, anche all'assicurato delle due ruote, di potersi muovere sul mercato assicurativo con maggiori informazioni, avendo un punto di riferimento certo sul quale confrontare le offerte assicurative disponibili. In un quadro generale di settore orientato ad un peggioramento per il prossimo futuro, Unipol ha investito le proprie risorse per la ricerca di nuove soluzioni che le consentano di proseguire sulla strada della stabilità tariffaria. A questo obiettivo è indirizzata l'adozione di nuovi criteri di selezione dei rischi, che permettano di creare nuove vantaggiose opportunità per i clienti che hanno scelto di fidelizzare il rapporto assicurativo con Unipol. L'articolazione del nuovo sistema tariffario permette, inoltre, di poter offrire al cliente opzioni di scelta oggi inesistenti, acquistando un prodotto più vicino alle sue reali esigenze. In questa ottica si colloca l'adozione della nuova tariffa RC Auto, basata sulle caratteristiche del conducente del veicolo, che rappresenta l'effettiva fonte di rischio per la Compagnia, così come emerso dal Workshop Multistakeholder 2004.

Unipol sta riaffermando un principio secondo il quale:

- l'assicurato deve essere responsabilizzato sul rischio che propone all'Impresa;
- la Mutualità deve continuare ad esistere, ma con gradualità differenziata;
- all'assicurato devono essere proposte soluzioni e tariffe diverse, per consentirgli di operare una scelta;
- all'assicurato devono essere proposte soluzioni che gli consentano anche di ottenere benefici sulla tariffa. In questo senso Unipol è la prima impresa del mercato ad adottare queste soluzioni.

Serve più responsabilità da parte di tutti.
Occorre una maggiore presa di coscienza.

- abbiamo un territorio scarsamente "governato"
- C'è chi dice che in Italia la maggiore causa degli incidenti è la distrazione e non invece:
  - la velocità
  - il mancato rispetto delle regole
  - la guida in stato di ebbrezza
  - il cattivo stato di manutenzione delle strade
  - una segnaletica inadeguata
  - i black points
  - la poca cultura della prevenzione

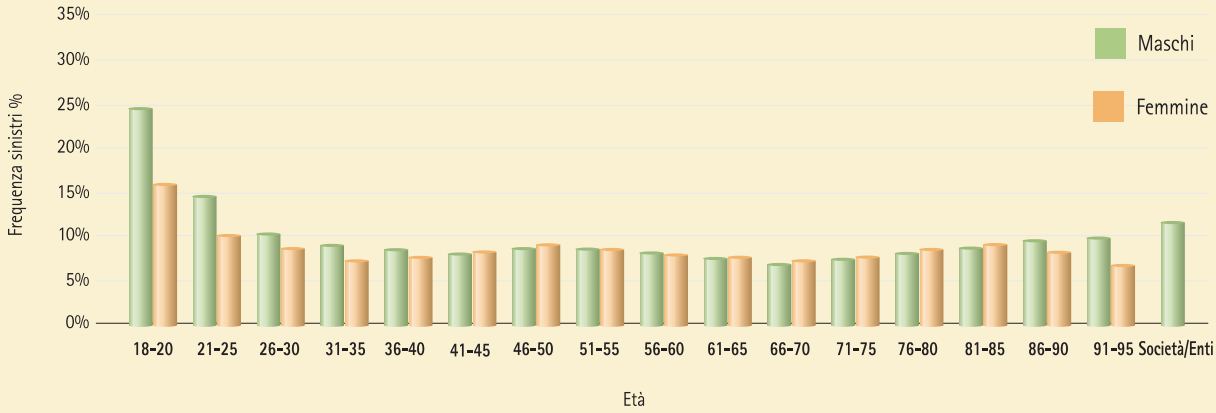
La situazione ambientale in Italia

- densità 856 veicoli ogni 1.000 abitanti
- 1,5 auto per famiglia
- 2,2 veicoli per famiglia - effetto 2 ruote
- 12% della rete stradale europea e il 20,5% del parco circolante europeo
- il parco veicoli più vecchio in Europa

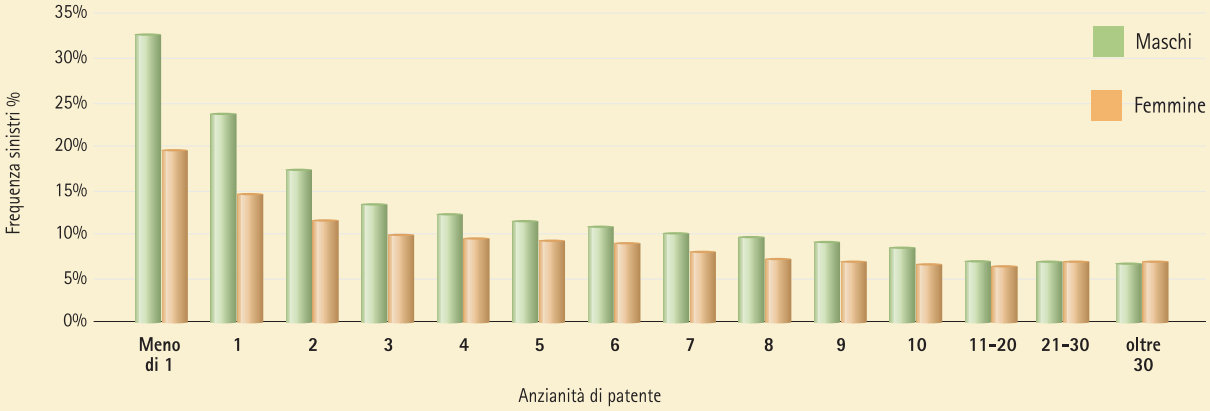
QUINDI UNA SITUAZIONE AMBIENTALE DIFFICILE

Fonte IRSA rapporto 2004

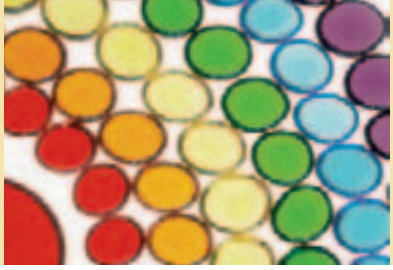
La frequenza dei sinistri RCA in Italia per sesso ed età del proprietario



La frequenza dei sinistri RCA in Italia per sesso ed anzianità di patente del conducente



Fonte: ANIA 2003



STRADA® SICURA
La mia polizza auto

UNIBOX®

Unibox Strada Sicura

Le esigenze degli automobilisti in tema di polizze auto sono in costante crescita e ruotano tutte attorno a temi come il risparmio, la sicurezza, la chiarezza e la semplicità.
Per rispondere efficacemente a queste necessità, il Gruppo Unipol ha studiato una serie di novità con l'obiettivo di evolvere il modo di fare assicurazione in Italia. Si tratta di soluzioni innovative, trasparenti e convenienti.
Una di queste è **Unibox**, la prima polizza Auto che comprende, senza costi d'acquisto e d'installazione, il più avanzato sistema satellitare di assistenza per l'auto e le persone.
Dopo un periodo sperimentale durato circa due anni, Unibox diventa un'offerta commerciale destinata a tutti i clienti che la desiderano, con la possibilità di scontare sia il premio della tariffa RC Auto (10%), sia quello della garanzia Incendio/Furto (50%), tutelando 24 ore su 24 l'automobilista. Ogni assicurato, inoltre, può ottenere ulteriori agevolazioni integrando Unibox con le altre novità del mondo Unipol come, ad esempio, la garanzia *Franchigia Fruttuosa*.
Con l'adozione di Unibox si rinnova la volontà di Unipol Assicurazioni di continuare a svolgere un ruolo primario nella lotta alle frodi, attraverso uno strumento che ad oggi non ha eguali per qualità e sicurezza dei dati raccolti.

Unibox è un piccolo dispositivo elettronico (14 cm di larghezza, 9,5 cm di lunghezza e 3 cm di spessore), dotato di tecnologia satellitare multi-funzione GSM/GPRS/GPS (a norma CEE), che viene installato in breve tempo e **gratuitamente** sul veicolo presso gli installatori qualificati e certificati Meta System.
Unibox non deve essere acquistato, poiché viene fornito in comodato d'uso. Grazie alle sue dimensioni compatte, si adatta a qualsiasi tipo di autovettura ed è compatibile con qualsiasi altro dispositivo antifurto. Il canone per i servizi prestati da Meta System è pari al 7,2% del premio RCA (ovvero RCA + incendio/furto) IVA compresa.

Attraverso la tecnologia satellitare, questo dispositivo è in grado di garantire ancora più sicurezza durante la guida e di proteggere il veicolo da vicino. Infatti, localizza l'auto in caso di furto, ne monitora la posizione e ne registra ogni movimento, in più assiste l'Assicurato in caso di sinistro attivando l'invio tempestivo dei mezzi di soccorso.
In sostanza, Unibox mette a disposizione una vera e propria tutela globale, ed è al servizio della trasparenza in caso di sinistro. I dati registrati da Unibox, inoltre, possono essere facilmente e velocemente consultati attraverso un'area riservata su internet (www.octotelematics.com), accessibile in qualsiasi momento da ogni Assicurato.
Per richiedere tutte le informazioni relative ai dati e al sistema Unibox si può telefonare al numero verde **800.74.66.88** o contattare le Agenzie Unipol.

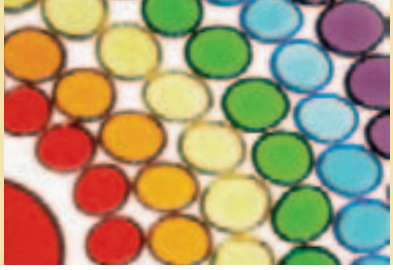
Franchigia Fruttuosa

STRADA® SICURA
La mia polizza auto

Franchigia FRUTTUOSA

All'interno del panorama assicurativo emerge l'esigenza di prodotti Auto che sappiano coniugare risparmio e semplicità e per questo motivo Unipol ha previsto, per i suoi clienti, la possibilità di un ulteriore risparmio sul premio RC Auto.
Nasce proprio da questi presupposti **Franchigia Fruttuosa**, la prima polizza con franchigia depositata, che matura interessi per l'Assicurato. Rappresenta la polizza auto ideale per l'automobilista previdente, che versa un deposito di 500 Euro di cauzione per il pagamento di eventuali piccoli danni e ottiene subito uno sconto del 10% sulla RCA. Inoltre, al termine dell'anno riscuote gli interessi del 2% netto applicati sul suo deposito. Solo in caso di sinistro il deposito verrà trattenuto in parte o per intero, in base alla somma liquidata.
Il cliente non deve aprire conti correnti o altri depositi a suo nome, perchè la somma viene gestita per lui attraverso un conto corrente intestato a Unipol.

Franchigia Fruttuosa trae origine dall'opportunità prevista dalla Legge 273/2002 di poter offrire una tariffa RC Auto con garanzia di pagamento della franchigia da parte dell'Assicurato.
È dunque una soluzione estremamente conveniente e vantaggiosa, poiché la franchigia, che in caso di sinistro sarebbe comunque a carico dell'Assicurato, è già depositata come cauzione. Se non si verificano sinistri l'assicurato mantiene la piena titolarità della cauzione versata, sulla quale percepisce gli interessi senza ulteriori oneri aggiuntivi. In più, questo deposito preventivo riconosce interessi superiori a quelli praticati di norma sui conti correnti.



Unipol Risponde

N° dedicato
051 5076554

L'attività di **Unipol Risponde** nel 2004 ha avuto una duplice rubricazione, che ha tenuto conto dell'avvio del Registro dei Reclami previsto dalla Circolare ISVAP 518/D/2003.
Per il primo trimestre i dati sono stati raccolti con il metodo ormai consolidato; dall'1 Aprile 2004, per ciò che riguarda Unipol Risponde, tutti i reclami scritti sono stati rubricati all'interno del Registro Informatico dei Reclami.
Nel corso del 2004 i reclami sono stati complessivamente 2.088. Di questi, 1.188 sono relativi a reclami scritti e 900 a reclami telefonici e richieste di informazioni. In base alla nuova modalità della catalogazione dei reclami, è possibile suddividere i reclami scritti in due categorie principali:

- ramo Vita con 37 reclami;
- ramo Danni con 1.151 reclami.

L'area Sinistri/Liquidazione si conferma come l'area con il maggior numero di reclami, con un totale di 866 reclami, comprensivi dell'area Sinistri/Ispettorato e dell'area Sinistri/Direzione.
Il ramo più rappresentativo è quello relativo ai reclami RC Auto, con 852 reclami.

Provenienza geografica reclami scritti

REGIONE	2002		2003		2004	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
ABRUZZO	11	1,2	19	1,95	21	1,76
BASILICATA	14	1,5	9	0,92	21	1,76
CALABRIA	38	4,0	30	3,08	43	3,61
CAMPANIA	175	18,6	185	18,99	161	13,55
EMILIA-ROMAGNA	86	9,1	83	8,52	121	10,18
FRIULI VENEZIA GIULIA	4	0,4	10	1,03	21	1,76
LAZIO	113	12,0	123	12,63	185	15,57
LIGURIA	17	1,8	19	1,95	21	1,76
LOMBARDIA	86	9,1	91	9,34	119	10,01
MARCHE	15	1,6	17	1,75	21	1,76
MOLISE	0	0,0	5	0,51	3	0,25
PIEMONTE	36	3,8	36	3,70	55	4,62
PUGLIA	58	6,2	71	7,29	90	7,57
SARDEGNA	15	1,6	11	1,13	21	1,76
SICILIA	119	12,6	121	12,42	99	8,33
TOSCANA	64	6,8	65	6,67	84	7,07
TRENTINO ALTO ADIGE	5	0,5	7	0,72	13	1,09
UMBRIA	19	2,0	10	1,03	25	2,10
VALLE D'AOSTA	1	0,1	-	-	-	-
VENETO	46	4,9	50	5,13	63	5,30
N. C. + ESTERI	19	2,0	12	1,23	1	0,08
Totale	941	100,0	974	100,00	1.188	100,00

I reclami indirizzati all'ISVAP sono stati complessivamente 498, dato che risulta in calo rispetto all'anno precedente.
I reclami relativi alla Legge 57/2001 sono stati complessivamente 249, anch'essi in calo rispetto all'anno precedente.

Le problematiche più ricorrenti sul fronte assuntivo hanno riguardato principalmente il ramo RC Auto ed in particolare:

- la stessa classe di merito da attribuire alla seconda auto di proprietà;
- la clausola del *bonus* protetto;
- l'aumento del premio in caso di sinistro;
- la disdetta contrattuale;
- le tariffe e le procedure di applicazione delle stesse;
- l'esatta attribuzione della classe di merito.

Sul fronte dei sinistri, invece, le tipologie di reclami sono state:

- richieste di derubricazione del *malus* scattato a seguito di un sinistro;
- il servizio di liquidazione, con le contestazioni sulla dinamica e sulla quantificazione del danno, nonché il ritardo nell'effettuazione dell'offerta.

Dati riassuntivi dell'attività di Unipol Risponde

	2002	2003	2004
Reclami scritti	941	974	1.188
Reclami telefonici	1.919	1.401	900
Totale Reclami Unipol	2.860	2.375	2.088
Totale Reclami scritti ISVAP	29.781	33.694	28.893
Sanzioni ISVAP - Unipol (Art. 3)	105	114	145
Sanzioni ISVAP - Mercato	4.430	6.456	6.043

Poiché dall'1 Aprile 2004 è stato attivato il Registro Reclami, così come previsto dalla Circolare ISVAP 518/D/2003, possiamo riportare nel dettaglio alcuni dati relativi al periodo 01/04/04 - 31/12/04.
Innanzitutto, si può effettuare la suddivisione dei reclami per le aree previste dal Registro dei Reclami, tenuto conto che si riferiscono a tre trimestri del 2004.

Caratteristiche dei Reclami

- Area Commerciale e Vendita Diretta	134	reclami
- Area Sinistri Direzione *(compresi anche i Reclami Sertel, CID ed Esteri)*	103	reclami
- Area Sinistri Ispettorato	564	reclami
- Area Industriale	76	reclami
- Area Amministrazione	0	reclami
- Area Legale	1	reclamo
- Area Informatica	0	reclami

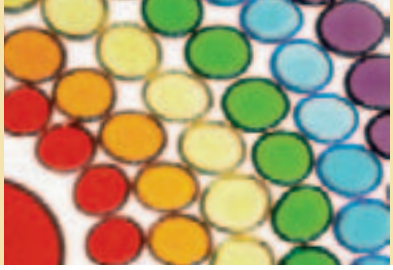
Inoltre, nel Registro dei Reclami sono stati indicati:

- i dati identificativi dell'utente;
- l'area aziendale o l'intermediario interessati al reclamo;
- i dati generali sul reclamo, con l'indicazione della tipologia di prodotto catalogato in base al prospetto riepilogativo previsto dalla Circolare ISVAP;
- l'esito della trattazione del reclamo;
- la data di spedizione della risposta al reclamante.

Informazioni generali sulla gestione dei reclami

Numero di reclami pervenuti	914
Numero di risposte inviate	914
Giorni medi di risposta	27,11
Numero dei reclami accolti	306
Numero dei reclami respinti	530
Numero dei reclami transatti	78
Numero dei reclami in fase istruttoria	0
Numero dei reclami pervenuti nell'anno concernenti questioni devolute all'Autorità Giudiziaria	71

I dati si riferiscono ai soli reclami che rispondono ai requisiti definiti dalla Circolare ISVAP n. 518/D per poter essere compresi nel Registro Reclami. Inoltre, si riferiscono agli ultimi 3 trimestri 2004, in quanto il Registro Reclami è stato istituito il 1 Aprile 2004.



I rimborsi RCA e il contenzioso

Uno degli obiettivi primari della liquidazione è rappresentato dal contenimento delle spese legali di controparte; a tal fine nel corso del 2004 è stato ulteriormente sviluppato il controllo degli atti di citazione ricevuti, con buoni risultati in particolare su alcune realtà territoriali.
Per quanto riguarda il contenzioso, l'incremento del numero di cause rilevato nel 2004 va attribuito alla prosecuzione dell'azione di resistenza da parte della Compagnia, connessa all'attività di prevenzione delle frodi e di contrasto rispetto ai tentativi di speculazione. All'aumento del numero delle cause hanno anche contribuito richieste di incrementi del costo orario della mano d'opera per le riparazioni, non giustificati e quindi non riconosciuti.

Nell'anno 2004, ancora in seguito alla sanzione inflitta nel 2000 dall'Autorità Garante, circa 2.500 contraenti hanno richiesto, tramite cause avanti i Giudici di Pace, il rimborso del 20% dei premi RC Auto pagati dal 1995 al 2000.
Unipol Assicurazioni, che ritiene infondate le richieste, ha deciso di resistere in giudizio, anche proponendo appello avverso le sentenze negative. Il costo complessivo, nell'anno 2004, conseguente alle sentenze emesse è stato circa di 1,5 milioni di Euro.

Da segnalare che, con sentenza n. 2207 del 04/02/05, le Sezioni Unite della Cassazione, accogliendo un ricorso di Unipol Assicurazioni, hanno stabilito che la competenza a decidere tali cause è della Corte d'Appello e non del Giudice di Pace.

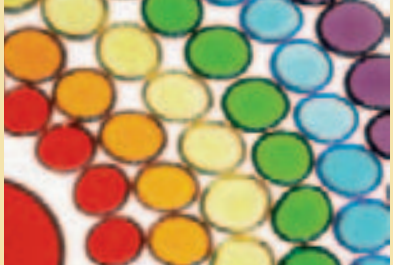
Diritto all'informazione

La comunicazione d'impresa deve cercare di rassicurare il Consumatore e guidarlo all'interno di un mondo che ormai pare non essere più in grado di garantirgli sicurezza e affidabilità.
I repentini cambiamenti negli stili di vita, nei consumi e nelle scelte di investimento, infatti, hanno profondamente disorientato il Risparmiatore: le nuove scelte di investimento si indirizzano verso soluzioni che rispondono a esigenze di sicurezza e tranquillità. Anche la comunicazione è stata influenzata da questi cambiamenti. I suoi messaggi sono riferiti alla sicurezza dell'investimento (del capitale, del rientro e del rendimento), alla tranquillità per il futuro personale e familiare, alla solidità e oculatezza tipiche della gestione assicurativa, piuttosto che a prodotti ad alto contenuto finanziario.
L'azienda non può più utilizzare in modo esclusivo la leva pubblicitaria per costruire un efficace piano di comunicazione. I Clienti hanno bisogno di ricevere informazioni più dettagliate ed esaustive, e l'impresa deve essere in grado di fornire loro queste risorse, al fine di facilitare un percorso di conoscenza dei prodotti offerti.
La strategia comunicativa di Unipol promuove la diffusione di un'informazione che rispecchi, in primo luogo, i valori di riferimento dell'azienda e che privilegi la relazione, il contatto diretto con il Cliente e la specificità e l'essenzialità dei contenuti informativi. Tutto questo avviene sempre nel rispetto dei codici deontologici e della normativa di riferimento più avanzata.

L'informazione agli stakeholder

Unipol tradizionalmente utilizza specifici strumenti di comunicazione per diffondere a tutti gli stakeholder informazioni legate alla sue attività sociali e di servizio.

- Il **Bilancio Sociale** ha l'obiettivo fondamentale di diffondere le caratteristiche istituzionali dell'azienda e di esplicitarne i valori, attraverso un pervasivo piano di comunicazione. Viene pubblicato, infatti, sia in edizione integrale sia in versione sintetica e in cd-rom, oltre a un'edizione "manifesto" da esporre nelle Agenzie e nei Centri di Liquidazione.
  Il documento, naturalmente, è consultabile on-line sul sito istituzionale dell'azienda, www.unipolonline.it, e può essere scaricato in formato pdf.
- Il **report** annuale dell'ufficio reclami Unipol Risponde viene presentato e distribuito alle Associazioni dei Consumatori e alle strutture delle Organizzazioni Socie.
- Il periodico di informazione "**Informa CRU**", rivolto ai CRU (Consigli Regionali Unipol) e alla Società Civile, in particolare ai quadri territoriali delle Organizzazioni Socie e delle Associazioni dei Consumatori e ad altre Associazioni del mondo sociale, ha il principale obiettivo di promuovere l'attività sociale dei CRU e approfondire le tematiche assicurative di loro interesse.
- Il mensile "**Unipol Informa**" rappresenta un utile strumento per stabilire con il Cliente una relazione solida e duratura, attraverso la conoscenza e la valorizzazione dei servizi e prodotti di Unipol.

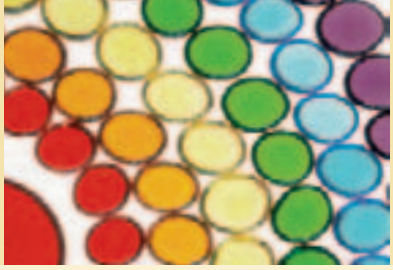


Unipol cerca costantemente di migliorare e approfondire i rapporti con tutti gli interlocutori di riferimento, grazie anche a una maggiore interattività offerta dall'utilizzo del web. Le potenzialità del sito internet permettono, ad esempio, di dialogare direttamente con l'utente e garantire un accesso a informazioni e servizi personalizzati.

- Il sito istituzionale del Gruppo Unipol, www.unipolonline.it, dedica annualmente ampio spazio al Bilancio Sociale e al Bilancio Economico di Unipol, al fine di rafforzare la trasparenza della Governance aziendale. Nel 2004 l'obiettivo è stato quello di sviluppare maggiormente l'area del sito riservata al Bilancio Sociale e più in generale alla Responsabilità Sociale d'Impresa, per favorire una migliore conoscenza dell'argomento e instaurare un innovativo canale di comunicazione con l'utente.
  L'area servizi del Sito, inoltre, è arricchita dai seguenti applicativi:
  - la *preventivazione RCA on line*, che permette a chiunque di calcolare il premio della polizza auto e di conoscere le tariffe e le condizioni di applicazione. In questo modo i clienti già assicurati con una polizza Unipol possono, a 60 giorni dalla scadenza, conoscere il premio di rinnovo della polizza RCA per l'anno successivo;
  - il *sistema Previtel*, che permette agli utenti di visualizzare la situazione aggiornata dei versamenti effettuati al Fondo Pensione, con le relative valorizzazioni;
  - *Polizze e Norme* è la raccolta guidata di documenti tecnici, quali condizioni di polizza, tariffe, note informative, modelli vari ai quali si può accedere tramite un menù per ramo gestione. La sezione è completata dall'Archivio, dove saranno trasferiti i documenti non più in vigore;
  - *Convenzioni* funziona un po' come una biblioteca informatica di tutte le Convenzioni nazionali stipulate da Unipol; cliccando sul nome dell'ente convenzionato è possibile consultare i relativi documenti tecnici (testo integrale della Convenzione, Circolare, norme operative) e i supporti pubblicitari (folder, manifesti, pagine pubblicitarie);
  - l'accesso a un glossario assicurativo e finanziario;
  - l'accesso alle informazioni utili per il soggiorno in un Paese Europeo, nel caso di clienti delle compagnie aderenti a Euresa.
- Il sito www.unipolonline.com rappresenta una comunità virtuale rivolta alla rete delle Agenzie e offre informazioni aziendali, notizie su corsi di formazione e aggiornamento, presentazioni delle campagne commerciali e la possibilità di reperire strumenti di marketing. L'area dei servizi, in particolare, prevede strumenti multimediali a supporto delle attività operative e di consulenza delle Agenzie come, ad esempio, il prontuario prodotti, le news mensili di orientamento per la gestione del risparmio assicurativo e i supporti sviluppo Vita.
- Il sito www.agenziaunipol.com raggruppa tutti i singoli siti delle Agenzie Unipol, assicurando un facile accesso ai Clienti per il reperimento di informazioni sulla distribuzione territoriale delle Agenzie, sui loro organici e sulle loro offerte di prodotti e consulenza. Inoltre, permette all'utente di iscriversi a una *mailing-list* e ricevere periodicamente informazioni sulle novità e sulle promozioni di Unipol.

La nuova campagna di comunicazione 2005

Unipol ha intrapreso, nel 2005, un'intensa e capillare campagna di comunicazione per sostenere i suoi nuovi prodotti RC Auto.
Al fine di qualificare la relazione con i suoi Clienti, Unipol si confronta con attese sempre maggiori sul piano della convenienza, del servizio e della trasparenza. Per questo motivo, infatti, Unipol ha deciso di dare *segnali positivi a tutti gli automobilisti* grazie all'ausilio di una campagna di comunicazione in grande stile e di grande visibilità, con l'obiettivo istituzionale di rafforzare importanti valori riconosciuti al Gruppo, come la vicinanza, la correttezza e la coerenza verso i Clienti, nonché il ruolo di assicuratore di riferimento delle Organizzazioni Socie.
La campagna, associata inizialmente ad un *mailing* spedito a oltre 5.000 *opinion leader* accuratamente selezionati, si muove lungo due direttrici.
Nella prima fase, iniziata nel mese di Febbraio 2005, il Gruppo anticipa agli assicurati, alle Associazioni, al mercato e al mondo dell'informazione, l'introduzione di soluzioni assicurative all'avanguardia in tema di convenienza, sicurezza e relazioni trasparenti. Il debutto è caratterizzato da una pressante attività pubblicitaria sulla carta stampata, raggiungendo un pubblico potenziale di 20 milioni di lettori circa.
L'interesse e la curiosità suscitati nella prima fase della campagna sono adeguatamente soddisfatti con la presentazione, a partire dal 2 Maggio 2005, delle novità nel portafoglio prodotti Unipol, "**Unibox Strada Sicura**" e "**Franchigia Fruttuosa**". In questa seconda fase, la campagna a mezzo stampa ha previsto il coinvolgimento di 29 testate nazionali e regionali tra le più autorevoli (*Corriere della Sera, La Repubblica, La Stampa, Il Manifesto*, etc.), di 2 importanti periodici di settore (*Quattroruote* e *Al Volante*) e di tutte le riviste delle Organizzazioni Socie, unitamente alla diffusione di annunci radiofonici su Rai1, Rai2 e Radio 24 e *banner* pubblicitari sul web. In questo modo Unipol ha avuto la possibilità di rivolgersi a 30 milioni di lettori e a 13 milioni di ascoltatori.
La nuova campagna include numerose attività promozionali organizzate da SicurStrada, in collaborazione con i Consigli Regionali Unipol e le Agenzie Unipol dislocate sul territorio. L'attività di promozione si concretizza in molteplici manifestazioni negli ipermercati Coop di Emilia-Romagna, Lombardia, Liguria, Triveneto, Toscana, Lazio, Puglia, nelle giornate dedicate alla prevenzione e sicurezza e nei congressi e feste delle Organizzazioni Socie.



La Conciliazione

Dal 1 Luglio 2004, a seguito di un accordo ANIA - Associazioni dei Consumatori, è possibile attivare da parte dei consumatori la procedura di Conciliazione, per risolvere eventuali controversie sorte a seguito di un sinistro RC Auto. Molte sono state le aspettative riposte su tale strumento; le Associazioni dei Consumatori e le Assicurazioni ne hanno sottolineato in più sedi le potenzialità, in quanto capaci di impostare una più corretta relazione tra le parti e nel contempo incidere sui costi delle controversie.
Purtroppo finora la Conciliazione non ha prodotto i risultati sperati. Infatti, le Conciliazioni che risultano essere state realizzate per il mercato assicurativo non sono tante. Unipol, dal 1 Luglio 2004 al 30 Maggio 2005, ha affrontato solo 5 casi: 4 sono stati risolti nell'istruttoria con le Associazioni dei Consumatori, mentre in un caso non è stato raggiunto nessun accordo.
Il tema della Conciliazione è stato discusso anche all'interno del Workshop Multistakeholder riportato a pagina 28 del Bilancio Sociale.
Unipol conferma il valore e l'importanza della Conciliazione e registra i rilievi sollevati dalle stesse Associazioni dei Consumatori che hanno firmato l'accordo.
La Compagnia ribadisce la propria disponibilità a far funzionare e ricominciare l'accordo, poiché la potenzialità prevista di produrre risultati concreti potrebbe essere il modo più efficace per discutere modifiche e adeguamenti relativi all'accordo sulla Conciliazione.
Unipol, inoltre, riafferma il forte legame tra CID Lesioni e Conciliazione; è necessario lavorare ulteriormente per migliorare l'informazione agli utenti: la CID Lesioni, ad esempio, ha poco spazio anche nei siti internet delle stesse Associazioni.

Le caratteristiche della Conciliazione

I vantaggi
La Conciliazione significa *più tutela* per l'Assicurato (viene rappresentato dall'Associazione dei Consumatori), *rapidità* (il contenzioso viene risolto in 30 giorni) e *semplicità* (non si ricorre alle vie legali).

Quanto vale
La Conciliazione può essere utilizzata per le richieste di risarcimento che non superano i 15 mila Euro e se non è stato fatto ricorso alla magistratura o dato incarico ad un patrocinatore.

Come funziona
Del servizio possono beneficiare tutti i clienti che non si ritengono soddisfatti della risposta ottenuta a seguito della presentazione di un reclamo alla compagnia assicuratrice. In questo caso, l'Assicurato può rivolgersi ad una delle Associazioni dei Consumatori aderenti e presentare la domanda di Conciliazione. L'Associazione stessa verifica la fondatezza del reclamo e affida la discussione della controversia ad una commissione composta da *un rappresentante dell'Associazione stessa e uno della Compagnia.* L'esito della discussione perviene entro 30 giorni a partire dalla ricezione della richiesta da parte della Compagnia: nel caso la Conciliazione abbia successo e il suo esito venga

accettato dall'Assicurato, l'Associazione firma il verbale di Conciliazione e la Compagnia ne dà pronta esecuzione; in caso contrario, l'Associazione invia all'Assicurato il modulo di mancato accordo.

Associazioni dei Consumatori che aderiscono alla procedura di Conciliazione

Associazione	Indirizzo	Telefono	E-mail
ACU	Via Padre Luigi Monti, 20/C – 20162 Milano	02 6615411	associazione@consumatoriutenti.it
ADICONSUM	Via Lancisi, 25 – 00161 Roma	06 4417021	assicurazioni@adiconsum.it
ADOC	Via di Tor Fiorenza, 35 – 00199 Roma	06 45420928	rca@adoc.org
ALTROCONSUMO	Via Valassina, 22 – 20159 Milano	02 668901	rcauto@altroconsumo.it
CENTRO TUTELA CONSUMATORI UTENTI	Via Dodiciville, 2 – 39100 Bolzano	0471 975597	info@consumer.bz.it
CITTADINANZATTIVA	Via Flaminia, 53 – 00196 Roma	Pit Servizi 06 36718555	pit.servizi@cittadinanzattiva.it
CONFCONSUMATORI	Via Mazzini, 43 – 43100 Parma	0521 230134	segreteria@confconsumatori.it
FEDERCONSUMATORI	Via Palestro, 11 – 00185 Roma	06 42020755	federconsumatori@federconsumatori.it
LEGA CONSUMATORI ACLI	Via delle Orchidee, 4a – 20147 Milano	02 48303659	legacons@tin.it
MOVIMENTO CONSUMATORI	Via Piemonte 39/a - 00187 Roma	06 4880053	rcauto@movimentoconsumatori.it
MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO	Via Piemonte 39/a - 00187 Roma	06 4881891	rcauto@mdc.it
UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI	Via Duilio, 13 – 00192 Roma	06 3269531	info@consumatori.it

Gli Azionisti

Il Capitale Sociale di Unipol è suddiviso in **azioni ordinarie** (597.487.319 azioni da 1 Euro l'una al 30 Giugno 2005), che danno diritto di voto sia nel corso delle Assemblee ordinarie che in quelle straordinarie, ed **azioni privilegiate** (368.026.308 azioni da 1 Euro l'una), che danno diritto di voto nel corso delle sole Assemblee straordinarie. Tale situazione è quella risultante al termine della conversione dei *warrant* Unipol 2000-2005 ordinari e privilegiati emessi in occasione dell'aumento di capitale del 2000.

Il 2004 è stato ancora un esercizio particolarmente positivo per il Gruppo Unipol, i cui ottimi risultati reddituali hanno consentito alla Capogruppo Unipol Assicurazioni di distribuire un monte dividendi complessivo pari a 132,5 milioni di Euro (+14,5% rispetto all'esercizio precedente), con un pay-out del 75,4%. I dividendi unitari distribuiti sono stati pari a 0,14 Euro per le azioni Unipol ordinarie e 0,1452 Euro per le azioni Unipol privilegiate, in crescita entrambi del 12% su base annua.

Il *dividend yield* (rapporto tra dividendi relativi agli utili 2004 e prezzi di borsa al 31 Marzo 2005) delle azioni Unipol si è mantenuto su livelli di eccellenza: rispettivamente il 5,33% per le azioni Unipol privilegiate ed il 4,14% per le azioni Unipol ordinarie, nella fascia alta del settore assicurativo.
L'azione Unipol ordinaria fa parte del MIDEX, l'indice della Borsa Italiana riservato alle società quotate di media capitalizzazione e degli indici Dow Jones STOXX TMI EURO MID, Dow Jones STOXX TMI INSURANCE, Bloomberg EUROPE 500 e Bloomberg EUROPE INSURANCE.

Ai prezzi di Borsa del 30 Giugno 2005 la capitalizzazione di Borsa di Unipol era pari a 2.685 milioni di Euro (di cui 1.835 milioni di Euro relativi alle azioni ordinarie e 851 relativi alle azioni privilegiate), rappresentando il quarto operatore assicurativo tra quelli quotati sul mercato italiano.

Unipol Assicurazioni S.p.A.: Dividendi distribuiti

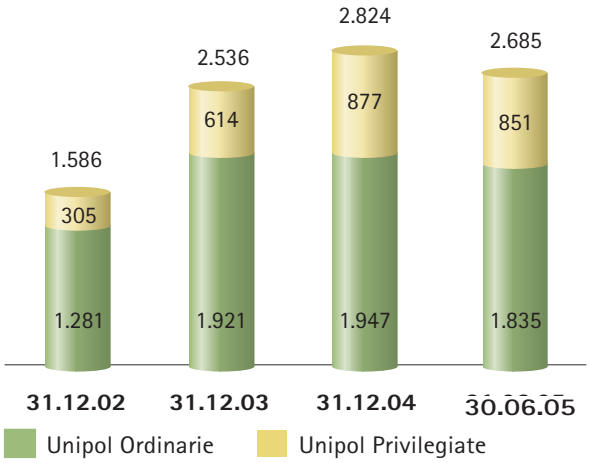
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	crescita 2003/2004
Numero di azioni ordinarie aventi diritto (mln)	170,8	273,3	319,1	321,8	577,6	579,1	+0,2%
Dividendo Unitario azioni ordinarie (Euro)	0,0826	0,0826	0,0950	0,1104	0,125	0,140	+12,0%
Numero di azioni privilegiate aventi diritto (mln)	110,9	177,83	184,4	184,9	329,3	354,0	+6,0%
Dividendo Unitario azioni privilegiate (Euro)	0,0877	0,0877	0,1002	0,1156	0,130	0,1452	+11,5%
Utile Netto (Mln Euro)	39,25	59,59	83,18	103,08	134,11	175,59	+30,9%
Utile distribuito (Mln Euro)	23,86	38,20	48,80	56,90	115,68	132,46	+14,5%
Pay-Out (%)	60,8	64,1	58,7	55,2	86,3	75,4	- 12,64%

Dividend Yield Azioni Assicurative

	2004
Milano rnc	5,84%
Milano	5,72%
Unipol Privilegiate	**5,33%**
Fondiaria-Sai rnc	5,20%
Ras	4,40%
Unipol Ordinarie	**4,14%**
Cattolica	3,69%
Alleanza	3,56%
Fondiaria-Sai	3,52%
Ergo Previdenza	3,29%
Ras rnc	3,07%
Vittoria	1,76%
Generali	1,72%

Dividend Yield calcolato come rapporto tra il dividendo di competenza 2004 ed il prezzo ufficiale rettificato al 31/03/05

Capitalizzazione di Borsa



Importi in milioni di Euro

Prezzo ufficiale in Euro

	31/12/2002*	31/12/2003	31/12/2004	30/06/2005
Azioni Unipol Ordinarie	3,757	3,323	3,369	3,148
Azioni Unipol Privilegiate	1,522	1,864	2,578	2,394

* Prezzi ufficiali rettificati AIAF

Il rating di Unipol al 30/06/05

Moody's

Rating "A2" da Moody's

(sotto osservazione)

Data ultimo update 06/06/05

Rating

"A2" di solidità finanziaria assicurativa (insurance financial strenght) di Unipol. (sotto osservazione)

"Baal" sui 2 prestiti subordinati da 300 milioni di Euro ciascuno, con scadenza 2021 e 2023. (sotto osservazione)

Standard & Poor's

Rating "A-" da Standard & Poor's

(Creditwatch negative)

Data ultimo update 03/06/05

Rating

"A-" di controparte e solidità finanziaria di Unipol. (Creditwatch negative)

"BBB" sui 2 prestiti subordinati da 300 milioni di Euro ciascuno, con scadenza 2021 e 2023.

Investor Relations

Società che hanno effettuato studi finanziari sulle azioni Unipol:

- ACTINVEST
- CABOTO SIM
- CENTROSIM
- CREDIT AGRICOLE INDOSUEZ CHEUVREUX
- CSFB Credit Suisse First Boston
- EUROMOBILIARE SIM
- RADIOCOR - IL SOLE 24 ORE
- KEPLER EQUITIES
- MEDIOBANCA
- RASBANK
- UBM

Società che seguono attualmente il titolo Unipol al 30/06/05:

- ACTINVEST
- CABOTO
- CENTROSIM
- CSFB
- EUROMOBILIARE SIM
- RADIOCOR - IL SOLE 24 ORE
- KEPLER EQUITIES
- MEDIOBANCA
- RASBANK
- UBM

Le attività di Investor Relations verso gli Stakeholder

Nel 2004 si è consolidata l'attività di Investor Relations, che costituisce il veicolo chiave tra Unipol ed i potenziali investitori negli strumenti finanziari (azioni, obbligazioni, *warrant*) emessi dalla società. Detta funzione è pertanto deputata a fornire le informazioni su dati finanziari, strategie, prodotti e organizzazione del Gruppo.

Si è verificata una notevole intensificazione dell'attività di relazione con gli investitori, in particolare con quelli stranieri, anche grazie all'ingresso in Unipol di un nuovo responsabile dell'Area in cui è inserita la struttura di Investor Relations.

In particolare nel 2004 sono stati effettuati 8 incontri con analisti finanziari (5 nel 2003) e 43 incontri con investitori istituzionali, in cui sono stati incontrati nel complesso 64 investitori (13 nel 2003), di cui 31 italiani e 33 stranieri, nell'ambito di *road show* effettuati su Milano, Parigi, Londra, Edimburgo, Dublino e Francoforte ed in appositi meeting organizzati presso la sede di Unipol.

Inoltre, Unipol ha partecipato a 2 conferenze organizzate da prestigiosi intermediari finanziari e a cui ha assistito una pluralità di investitori.

È cresciuto il numero di report effettuati da analisti finanziari, salito a 68 (contro i 58 del 2003), nonostante il calo del numero di analisti attivi sul mercato assicurativo italiano (a causa di ristrutturazioni organizzative o aggregazioni societarie). Nel complesso sono 11 (13 nel 2003) gli analisti finanziari che hanno effettuato almeno uno studio su Unipol nel 2004 (di cui 4 di società appartenenti a Gruppi esteri).

La funzione di Investor Relations è stata anche residualmente svolta su tematiche finanziarie molto specifiche, nei confronti di singoli azionisti o obbligazionisti e in stretta coordinazione con l'Ufficio Soci e Partecipazioni.

Si è inoltre prestata collaborazione a diverse ricerche di carattere economico/finanziario da parte di Università (ad esempio l'Università Bocconi) o Istituzioni Finanziarie (ad esempio SAM, sulla sostenibilità aziendale, PROMETEIA).

Nel corso del 2004, infine, è proseguito il potenziamento e l'aggiornamento della sezione "Investor Relations" del sito internet www.unipolonline.it, che contiene le informazioni maggiormente richieste dalla comunità finanziaria. Nel sito è disponibile l'elenco degli analisti finanziari che seguono le azioni Unipol.

Attività di Investor Relations

	2003	2004
ROAD SHOW		
N. PIAZZE FINANZIARIE INTERNAZIONALI VISITATE	1	6
N. INCONTRI CON ANALISTI	5	8
N. INCONTRI CON INVESTITORI	13	43
N. INVESTITORI INCONTRATI	13	64
- DI CUI ITALIANI	1	31
- DI CUI ESTERI	12	33
N. CONFERENCE	3	2
N. REPORT DI ANALISTI FINANZIARI	58	68

Dicono di noi

UBM

- *Unipol* - azione privilegiata - *è la nostra miglior scelta tra i titoli di assicurazioni di medie dimensioni, alla luce del business ben diversificato e del suo potenziale di crescita, unico, nel settore dei fondi pensione* (02/02/05, studio settoriale).
- *Unipol è uno dei nostri titoli preferiti nel settore, associando ad un'alta redditività delle attività del ramo Danni le potenzialità di crescita connesse alla riforma pensionistica (tra le migliori tra gli assicuratori multi-ramo)* (02/02/05, studio settoriale).
- *una eccellente esperienza nell'integrazione di società acquisite* (02/02/05, studio settoriale).

EUROMOBILIARE

- "*Stimiamo un ciclo dei danni ancora positivo nel 2005: i nostri titoli preferiti sono Milano Assicurazioni e Unipol*" (06/12/04, nota giornaliera).
- "*Sulla base della modifica delle nostre prospettive sul Ramo Auto, abbiamo rafforzato la nostra valutazione positiva su Unipol*" (06/12/04).
- "*Si conferma l'ottima performance nei rami Danni. Un risultato così forte nel terzo trimestre ci lascia fiduciosi sulla tenuta del ciclo dei danni e della RC Auto in particolare*" (15/11/04, nota giornaliera).

MEDIOBANCA

- "*Valutiamo Unipol un efficiente operatore nei rami Danni*" (11/04/05, studio settoriale)
- "*Unipol ha registrato risultati molto positivi nel suo core business relativo al ramo danni. Nel primo anno di consolidamento pieno di Winterthur Italia, recentemente acquisita, Unipol è riuscita a migliorare leggermente il suo combined ratio consolidato, da 94,5% a 94,1%*" (11/04/05, studio settoriale).

CABOTO

- "*Il miglioramento dei principali indicatori reddituali appare evidente e promettente con riguardo ai target del piano industriale 2004-2006*" (16/03/05, studio societario).

CENTROSIM

- "*I dati sono buoni e confortano la nostra visione positiva sul processo di integrazione di Winterthur, con il pieno realizzo delle sinergie prospettate nel Piano*" (31/01/05, studio societario).
- "*L'integrazione di Winterthur nel Gruppo Unipol sembra procedere senza grossi intoppi, ed in particolare nel ramo Danni questo potrebbe favorire l'accelerazione delle sinergie di costi e di ricavi prospettata dal management in occasione della presentazione dell'operazione di acquisizione lo scorso Luglio 2003*" (07/09/04, studio societario).
- "*Al momento riteniamo che Unipol stia procedendo bene nel rispetto dell'obiettivo primario del Piano Industriale: l'integrazione di Winterthur con il realizzo di sinergie di costi e di ricavi*" (07/09/04, studio societario).

L'Amministrazione Statale

Le Istituzioni Pubbliche dedicano molta attenzione al mercato assicurativo, in quanto riveste un ruolo primario sia per la sua attività caratteristica, sia per la sensibilità dell'opinione pubblica verso questo settore, soprattutto in riferimento alle tariffe RC Auto.
Questo particolare stakeholder impatta sull'attività delle Compagnie Assicurative in un duplice modo. Da una parte lo Stato si rivolge alle imprese di Assicurazione in veste di "esattore", richiedendo il versamento dei tributi secondo le normative fiscali. Dall'altra, esso agisce come "soggetto regolatore" del mercato assicurativo, anche attraverso l'organo di controllo (ISVAP) che svolge le sue funzioni sulla base delle linee di politica assicurativa determinate dal Governo e dal Parlamento.
Il ventaglio di norme relative al settore è ampio, articolato e in continuo aggiornamento.

Novità normative dell'anno 2004 di interesse per il settore assicurativo

- Con Decreto del Ministro delle Attività Produttive (28/1/2004 n. 67), entrato in vigore dal primo di Aprile del 2004, è stato istituito l'**attuario incaricato nell'assicurazione RC Auto**; tra i suoi compiti la verifica di tutte le tariffe in vigore e delle riserve tecniche iscritte in Bilancio.
- Come concordato nell'ambito del Protocollo d'intesa ANIA-Governo-Associazioni dei Consumatori (5 Maggio 2003), dal primo Giugno 2004 la **Convenzione Indennizzo Diretto (CID)** si applica anche ai **sinistri con danni fisici**: i feriti in incidenti stradali tra due veicoli potranno, pertanto, essere risarciti direttamente dall'assicuratore del veicolo sul quale stavano viaggiando, per i danni subiti da ciascuno di loro, fino ad un importo di 15.000 Euro.
- Dal primo Luglio è entrata in vigore la **Procedura di Concilizione** prevista dall'Accordo ANIA-Associazione dei Consumatori (siglato il 18/03/2004), che consente di risolvere rapidamente le eventuali controversie tra assicuratore e danneggiato, senza ricorrere al contenzioso. La procedura - alla quale il Gruppo Unipol ha aderito - si applica a tutti i sinistri RC Auto, compresi i sinistri CID, accaduti a partire dal 1° Luglio 2004, di importo uguale o inferiore a 15.000 Euro.
- Con decorrenza dal 1° Luglio 2004, sono entrate in vigore alcune importanti **novità sui ciclomotori** (conseguenti a modifiche del Codice della Strada) che riguardano:
  - l'introduzione del certificato di circolazione e della targa (che è personale e abbinata ad un solo ciclomotore);
  - l'eventuale possibilità di trasportare un passeggero;
  - l'obbligo per i minorenni di conseguire un certificato di idoneità per la guida (ottenibile dopo aver frequentato appositi corsi presso autoscuole, scuole statali e non statali).

- Con il Decreto Legge n. 168 del 12/7/2004 (convertito con L. 191 del 30/7/2004) - recante interventi urgenti per il contenimento della spesa pubblica - è stato **aumentato il prelievo fiscale sulle riserve matematiche del ramo Vita**.
- Il 28 Luglio la Camera dei Deputati ha definitivamente approvato la Legge Delega in materia previdenziale (Legge n. 243 del 23/8/2004), che è entrata in vigore il 6 Ottobre 2004, pur non essendo la riforma di immediata applicazione (il Governo ha un anno di tempo per emanare i decreti attuativi). Tra i punti fondamentali della riforma di possono citare elementi quali:
  - il conferimento del TFR maturando alle forme pensionistiche complementari;
  - l'equiparazione tra le forme di previdenza complementare e la libertà di circolazione all'interno del sistema previdenziale;
  - una serie di modifiche riguardanti l'attuale regime fiscale applicabile alle forme pensionistiche complementari, al fine di favorirne lo sviluppo.
- Il primo Ottobre 2004 è entrata in vigore le Circolare ISVAP n. 533/D del 4/6/2004 che - nell'ottica di una **maggiore tutela della clientela** - ha introdotto regole di indirizzo alle quali le imprese di Assicurazione e la rete Agenziale devono attenersi nello svolgere la propria attività.

  L'Istituto di Vigilanza impone alle imprese, tra l'altro, un costante controllo delle reti commerciali e una preventiva attività di formazione per garantire alla rete un livello di preparazione adeguato. Le imprese sono tenute anche a pubblicare sul sito internet informazioni dettagliate sui prodotti assicurativi e l'articolazione della propria rete distributiva. Per quanto riguarda, infine, la modalità di incasso dei premi, si richiede che ciò venga attuato, preferibilmente, con mezzi di pagamento diversi dal denaro contante.
- Il 29 Novembre 2004 è stato varato il Decreto Legge n. 282, recante disposizioni in materia fiscale e di finanza pubblica. Le imprese di assicurazione hanno l'obbligo di versare entro il 30 Novembre di ogni anno un acconto pari al 12,5% dell'imposta sulle assicurazioni liquidata per l'anno precedente, al netto di quella relativa alle assicurazioni RC Auto.
- Il 6 Dicembre 2004 è stato emanato dall'ISVAP il Provvedimento n. 2322-G in materia di **margine di solvibilità**, in attuazione delle disposizioni contenute nel D. Lgs. 307 del 2003. Il Provvedimento contiene le istruzioni e i nuovi prospetti del margine di solvibilità, che dovranno essere utilizzati a decorrere dal Bilancio dell'esercizio 2004.

Uno sguardo ai primi mesi del 2005

Tra le più recenti novità di carattere normativo, si segnala l'emanazione (in data 1/3/2005) della Circolare ISVAP n. 551-D, avente per oggetto "**Disposizioni in materia di trasparenza dei contratti di assicurazione sulla vita**", che introduce molteplici innovazioni nella "Nota Informativa" e nella "Scheda Sintetica", che riporta le caratteristiche essenziali del contratto in termini facilmente percettibili dal potenziale contraente.

Le Agenzie Private

Il 2004, per la rete del Canale Appalto, è stato particolarmente positivo:

- da un lato, è stato realizzato uno sviluppo significativo con un incremento della raccolta gestionale pari al +6,99% e con un significativo +8,12% nei rami Vita e un +12,24 nei rami Elementari Persone (totale rami Elementari +8,85%);
- dall'altro, il rapporto tecnico nei rami Danni (escluse le rettifiche di Bilancio) ha chiuso al 67,7%, in significativo miglioramento rispetto a quello dell'anno precedente e in grado di garantire un positivo margine tecnico.

La leggera riduzione del numero dei punti di vendita, per l'attuazione di interventi di razionalizzazione e di riduzione della marginalità, associata all'incremento della raccolta premi, ha determinato un ulteriore e significativo consolidamento dimensionale, che rappresenta uno degli obiettivi più importanti per favorire l'evoluzione in senso imprenditoriale delle Agenzie dell'Appalto.
Riportiamo una sintesi dell'evoluzione della dimensione media per Agenzia rilevata negli ultimi 3 anni.

Anno	Numero Agenzie	Incassi medi Euro
2002	485	2.474.851
2003	485	2.764.087
2004	479	2.997.236

Gli obiettivi realizzati nel periodo 2002 – 2004

Il percorso evolutivo della rete delle Agenzie Private nel periodo 2002 – 2004 può considerarsi in linea con le attese a suo tempo definite con la Rappresentanza degli Agenti:

1. significativa riduzione dell'area della marginalità economica ed imprenditoriale;
2. sperimentazione e successiva messa a regime di nuove modalità di offerta e di riforma con il fattivo coinvolgimento del canale Banco, storicamente poco sfruttato nell'attività di offerta;
3. avvio di una progettualità tendente ad innalzare i livelli di efficienza dei processi gestionali e l'efficacia di quelli commerciali; tale progettualità costituisce un cantiere aperto che sarà completato nei prossimi anni;
4. rinnovamento di tutto il parco hardware periferico con collegamenti intranet e posta elettronica.

I progetti: il quadro complessivo

Il rinnovo dell'infrastruttura tecnologica attuato in Unipol ha aperto nuove opportunità per lo sviluppo di strumenti di supporto al lavoro delle Agenzie.
Per poter sfruttare tutte le nuove potenzialità, si sono costituiti sette gruppi di lavoro che hanno lavorato su altrettanti progetti, con lo scopo di migliorare l'efficienza gestionale e l'efficacia commerciale della rete di vendita.
Alcuni di questi progetti sono giunti ad una fase avanzata di realizzazione e hanno visto l'attiva partecipazione della rete agenziale, che ha apprezzato il metodo di lavoro. Altri progetti, invece, non sono riusciti ad arrivare alla definizione di proposte operative. Nel frattempo, sono nati altri progetti (ad esempio **CREA**), che si inseriscono nella stessa linea di innovazione.

Progetti:

- Revisione processi gestionali;
- Comunicazione al cliente (posta in uscita ed e-mail alla clientela);
- Comunicazione con le Agenzie;
- Data-Base commerciale di Gruppo e revisione di ANAG;
- Strumenti di pianificazione commerciale (Nuovo Sima);
- S. W. Analisi dei bisogni - preventivazione;
- Accesso informazioni alla Clientela via internet.

I cantieri, le attività, i progetti sviluppati insieme agli Agenti sono funzionali a:

1. migliorare l'efficienza dei processi direzionali e di Agenzia modificando i baricentri organizzativi a favore delle attività di offerta e di relazione con la clientela;
2. migliorare l'efficacia dei processi commerciali, sia nella pianificazione (rilascio di Magie, nuovi Anag e Sima), sia nella gestione delle attività, che saranno caratterizzate da più solidi elementi consulenziali (supporti all'analisi dei bisogni e preventivatori);
3. correlare le strutture di Agenzia (quantità e qualità) alle dimensioni del mercato detenuto e a quello potenziale nei comuni assegnati;
4. introdurre nuove professionalità coerenti con l'evoluzione del modello organizzativo di Agenzia che sarà caratterizzato da ruoli specialistici e da ruoli di coordinamento delle risorse di vendita;
5. sviluppare maggiori competenze nei settori a maggiore complessità tecnica e commerciale (es. Linea Aziende, professionisti, etc.) e favorire la diffusione della cultura della prevenzione;
6. socializzare le esperienze fra le Agenzie in ambito locale;
7. consolidare e dare continuità al processo di crescita puntando a realizzare significativi differenziali positivi rispetto a quello di mercato;
8. valorizzare le opportunità di sviluppo e di servizio legate ai rapporti ed alle Convenzioni sottoscritte con le Organizzazioni Socie.

Gli effetti del nuovo accordo integrativo

Ricordiamo che a latere dell'Accordo è stata condivisa una riduzione provvigionale sul ramo RCA, differenziata in funzione dei settori tariffari; il minor gettito derivante da tale riduzione è stato recuperato attraverso il potenziamento del sistema incentivante, il tutto finalizzato a garantire un significativo plus economico per gli Agenti, il miglioramento della qualità e del risultato tecnico.

I risultati delle nuove regole sulla remunerazione per i rami Elementari

	Incassi	Provv. totali	Totale rappel + incentivi	Totale ricavi	Incid. % ricavi/incassi
2001	248.350	49.711	7.307	57.018	22,96
2002	263.844	52.802	7.452	60.254	22,84
2003	274.534	55.412	8.471	63.883	23,27
2004	298.828	60.258	10.233	70.491	23,59

I risultati delle nuove regole sulla remunerazione per i rami Auto

	Incassi	Provv. totali	Totale rappel + incentivi	Totale ricavi	Incid. % ricavi/incassi
2001	528.676	54.538	11.340	65.878	12,46
2002	601.634	62.628	13.123	75.751	12,59
2003	651.902	68.360	12.683	81.043	12,43
2004	687.909	68.108	20.459	88.567	12,87

L'incremento dell'incidenza dei ricavi (provvigioni + incentivi) registrato nel 2004 costituisce la sintesi più coerente e positiva delle attese della Compagnia, che ha visto migliorare il proprio risultato, e di quelle degli Agenti, i cui ricavi sono cresciuti considerevolmente.

Verso la Certificazione di Qualità delle Agenzie Unipol

La centralità del cliente, la sua soddisfazione, la garanzia del servizio offerto, la centralità delle risorse umane impiegate in Agenzia, così come il sistema di garanzie da offrire loro, sono preoccupazioni costanti e comuni a tutta la rete degli Agenti Unipol. Per questo gli Agenti si sono posti l'obiettivo di certificare il processo e le procedure di lavoro all'interno delle Agenzie secondo la Certificazione di qualità **ISO 9000 VISION 2000**. Già un primo gruppo di Agenzie ha ottenuto la Certificazione costituendo così un precedente e un modello di riferimento. La Giunta Agenti ha istituito, nel corso del 2004, un'apposita commissione coordinata dall'agente Giorgio Berti di Pistoia, incaricata di studiare ipotesi, programmi e modalità di lavoro per poter dare inizio a un programma progressivo di Certificazione ISO 9000 VISION 2000 delle Agenzie. Obiettivo non facile se pensiamo alla vastità della rete che opera nelle diverse realtà territoriali, con dimensioni organizzative, strutture di Agenzia e professionalità presenti molto diversificate tra loro. La commissione in questi mesi di lavoro ha effettuato un sondaggio tra gli Agenti che ha dato lusinghieri risultati: oltre 150 Agenti hanno dimostrato interesse per la certificazione spingendo così la commissione a definire un programma pilota. Inoltre, sono stati delineati i costi economici di ciascuna Agenzia, si sono individuate le società di consulenza e di certificazione che affiancheranno le Agenzie nel processo di Certificazione. Definita è anche l'ipotesi operativa per avviare il programma: si partirà con gruppi ristretti in alcune aree regionali per la fase pilota, con l'obiettivo di coinvolgere nel più breve tempo possibile il più ampio numero di Agenzie. Definite queste scelte, si conta di avviare il programma di Certificazione per i primi mesi del prossimo anno.

Le Agenzie Unipol e il Bilancio Sociale

"Assicuriamo un futuro di solidarietà"

Già negli anni scorsi abbiamo cercato di raccogliere e rendicontare nel nostro Bilancio Sociale gli impegni e le azioni di solidarietà di alcune componenti dell'impresa, nello specifico degli Agenti.
La rendicontazione delle attività di quest'anno è affidata direttamente all'intervento di Renato Mortarotti, membro della Giunta Agenti, svolto in nome della Giunta al recente Congresso Nazionale degli Agenti Unipol tenutosi a Trieste nel Maggio 2005. È la vera testimonianza dell'impegno diretto e costante degli Agenti, dimostrato anche nell'occasione congressuale, sui temi dell'impegno sociale e della solidarietà, oltre al loro diretto coinvolgimento nella redazione del Bilancio Sociale, impegno da stakeholder protagonista e coerente alla strategia sociale di Unipol Assicurazioni.

"Gli Agenti Unipol vantano una tradizione di impegno sociale e di solidarietà che li ha visti al fianco di Associazioni territoriali, nazionali e internazionali a sostegno di iniziative concrete di aiuto a popolazioni in stato di bisogno a seguito di calamità naturali, ricordo i terremoti e le alluvioni, che ormai annualmente colpiscono la nostra penisola, le guerre sempre più frequenti e il nostro sostegno ad Emergency.

Nel 2004 abbiamo voluto capire quanto realmente investiva nel sociale la rete degli Agenti ed abbiamo scoperto con stupore che il Bilancio Sociale di quella grande azienda che è l'insieme delle Agenzie metteva sul piatto ben 870.000 Euro, una cifra considerevole, superiore a molte grandi imprese: c'è da esserne orgogliosi.

A partire dall'anno scorso abbiamo voluto istituzionalizzare un contributo nazionale ad opera dell'AAU: la scelta è caduta su "Un naso rosso contro con l'indifferenza" e a questa iniziativa abbiamo destinato i 22.950 Euro raccolti nel corso del 2004; credo che la Fondazione non abbia bisogno di essere presentata, tutti noi conosciamo la storia di Miloud, un clown francese che ha lanciato un progetto dedicato ai ragazzi di strada di Bucarest e alla loro difficile condizione. Ragazzi soli, senza riferimenti, che vivono nei sotterranei della città, al freddo, ragazzi senza nome perché, come racconta uno dei giovani clown: "il mio nome non ha importanza, non importava a mia madre, al suo compagno, quando me ne sono andato di casa.". Dal 1998 a fianco della Fondazione Parada c'è COOPI, che le fornisce supporto organizzativo, progettuale ed economico; grazie a Parada molti giovani hanno lasciato la strada, hanno ripreso a lavorare e a studiare; sessanta di questi ex-ragazzi di strada hanno formato una compagnia di clown e sono diventati ambasciatori dei diritti dell'infanzia: girano l'Europa raccontando le proprie storie e le proprie speranze.
Sempre l'anno scorso abbiamo devoluto un piccolo contributo a un gruppo di donne di un piccolo villaggio in Rwanda, una cifra inferiore a 500 Euro, ma che ha permesso alle donne del villaggio di realizzare un sogno: seppellire i loro morti, uccisi dalla barbara lotta fratricida tra Tutsi e Hutu, fatti accaduti oltre dieci anni fa. Il contributo è stato gestito grazie all'interessamento della psicologa Federica Cecchini di MSF.

Insieme con la Compagnia abbiamo deciso di condividere il progetto "Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa - Obiettivo Barriere", il cui fine è quello di estendere dall'impresa alla filiera della rete agenziale, che rappresenta 485 punti dislocati sul territorio, la Responsabilità Sociale d'Impresa, con l'obiettivo di coniugarla con la sussidiarietà prevista dall'articolo 118 della Costituzione. Il progetto, nato dalla collaborazione tra Agenti e Unità Bilancio Sociale, è dedicato allo sport e alla sua accessibilità e prevede l'impegno delle Agenzie e dei soggetti coinvolti sul territorio per un censimento civico delle barriere architettoniche negli impianti sportivi pubblici, una guida di quelli accessibili, ed inoltre un'iniziativa

denominata "Io elimino una barriera", finalizzata all'adozione simbolica di un impianto sportivo per favorire l'abbattimento delle barriere architettoniche presenti.
A questo progetto, nel 2004, se ne è affiancato un altro, "Imparare Sicuri", con l'impegno di perseguire la sicurezza nelle scuole italiane e far radicare nei comportamenti di ciascuno la cultura della sicurezza e della prevenzione, al fine di realizzare un coinvolgimento permanente tra scuole, territorio e comunità locali per la gestione comune dei rischi.
Senza dimenticare SicurStrada, di cui da circa un anno l' Associazione Agenti partecipa con un suo rappresentante al Consiglio di Amministrazione. SicurStrada propone e gestisce iniziative insieme alle Agenzie, soprattutto nelle scuole e nella Società Civile, che abbiano come aspetto centrale la sicurezza in senso lato, e progetti sull'educazione alla Legalità e alla lotta alla mafia.
Inoltre, SicurStrada ha pubblicato il "Rapporto sulla Sicurezza Sud 2004", alla cui stesura hanno contribuito in modo diretto ed efficace un gran numero di colleghi Agenti.

...Poi improvvisamente quel 26 Dicembre del 2004 una strana parola giapponese, "Tsunami", ci è diventata in un battere di ciglia familiare e abbiamo capito la tragedia racchiusa in questo nome.

E noi?

Per cominciare abbiamo lanciato una raccolta di fondi per aiutare le popolazioni colpite e come per incanto grazie all'adesione plebiscitaria dei Colleghi abbiamo raccolto quasi 87.000 Euro, che la Compagnia ha deciso di raddoppiare, così come raddoppierà tutti i fondi raccolti da Agenti e dipendenti nel Gruppo Unipol.
Adesso dobbiamo affrontare la parte più delicata e difficile: attraverso l'adozione a distanza e il micro-credito, trovare il modo per far giungere alle popolazioni colpite il denaro. In modo da permettere, attraverso la ricostruzione delle attività economiche così gravemente colpite, la ricostruzione del tessuto economico e sociale: unico mezzo perché l'intervento abbia ripercussioni positive anche negli anni a venire e non siano soldi gettati in un buco nero. Per renderle di nuovo coltivabili bisogna desalinizzare le terre sommerse dal mare; bisogna ricomprare barche, reti e attrezzature da pesca; bisogna ricostruire le botteghe e sovvenzionare tutte le attività legate al turismo: in pratica bisogna rimettere in moto l'economia.

Noi pensiamo di essere capaci di "assicurare" un futuro a chi ne ha bisogno.

Abbiamo deciso con la Compagnia che nelle agende del 2006 vi sia una pagina dedicata alla capacità solidale della rete agenziale Unipol perché sia noto ai nostri clienti che la solidarietà è un valore che ci accomuna: "I vostri valori sono i nostri valori" scriviamo orgogliosamente sotto il nostro marchio.

La prossima Giunta deve continuare su questa strada. Ci sono tante situazioni difficili nel mondo: penso al Darfur, al Rwanda e ad altre zone dell'Africa, penso ai problemi dell'Europa, ai ragazzi di Bucarest, ma penso anche alle difficili condizioni in cui vivono troppe persone in Italia, alle guerre, a Emergency, a MSF, a Care con i disastri in Iraq e Afghanistan, e ad altre mille situazioni difficili.

Gli Agenti Unipol possono ancora una volta essere protagonisti: adottare alcuni progetti e con un piccolo sforzo economico pari a due caffè alla settimana mettere a disposizione dell'Associazione un importo tale da permettere di "assicurare" un futuro a chi futuro non ha.

Facciamo sistema anche in questo! ”

Il messaggio di impegno sociale degli Agenti – Agenda Unipol 2006 –

Le Agenzie Societarie

Dal 1° Gennaio 2004 Assicoop Firenze S.p.A. è entrata a far parte del canale Agenzie Societarie, mentre a fine 2003 l'Agenzia CNA di Ferrara è stata incorporata da Assicoop Ferrara S.p.A., con ingresso della CNA nella compagine societaria della stessa Assicoop di Ferrara. Per effetto di tali movimentazioni, una in uscita ed una in entrata, il numero delle Agenzie costituenti il canale resta pari a 13.

Il 2004 è stato un anno molto impegnativo per le Agenzie del canale, per gli effetti di un quadro congiunturale negativo, in ulteriore peggioramento in corso d'anno e per le ricadute delle perturbazioni sui mercati finanziari e dell'andamento dei tassi di interesse che hanno condizionato le scelte di investimento delle famiglie e delle imprese.

Le principali linee di attività sviluppate hanno riguardato la razionalizzazione dei processi operativi sia gestionali che commerciali, al fine di migliorare il controllo dei costi ed in particolar modo per rendere più efficace l'azione di offerta e di servizio nei confronti della clientela.

Agenzie Societarie – Localizzazione e incassi al 31/12/2004

Agenzie	incassi 2004	incassi 2003	Var % su 2003	Punti Vendita	Sub agenzie	Totale sportelli
BOLOGNA	111.707	104.096	7,3	22	21	43
FERRARA	20.219	20.124	0,5	5	16	21
FIRENZE	22.187	20.272	9,4	5	8	13
FORLI'	57.239	66.417	-13,8	3	26	29
GROSSETO	23.629	23.768	-0,6	6	26	32
IMOLA	72.091	40.351	78,7	3	8	11
MODENA	104.392	110.878	-5,8	12	21	33
MO - CNA	11.129	11.423	-2,6	1	6	7
MO - FRIGNANO	3.436	3.831	-10,3	1	10	11
PARMA	27.594	27.769	-0,6	5	20	25
RAVENNA	57.090	60.472	-5,6	7	24	31
REGGIO EMILIA	86.524	76.749	12,7	17	36	53
SIENA	39.794	62.112	-35,9	4	28	32
TOTALE 13	**637.031**	**628.262**	**1,4**	**91**	**250**	**341**

N.B.: Per quanto riguarda le Sub-Agenzie i dati sono relativi a F.T. e P.T.

Pur in presenza di un contesto non positivo, come precedentemente descritto, i risultati conseguiti sono stati positivi, in particolare:

- nei rami Auto è proseguita l'azione finalizzata a consolidare il riequilibrio tecnico; di contro è stata rinforzata l'azione di offerta nei confronti degli iscritti e degli aderenti alle Organizzazioni Socie, valorizzando le opportunità, in termini di prezzo e condizioni, consentite dalle Convenzioni nazionali e dagli accordi sui luoghi di lavoro. I risultati di queste direttrici possono considerarsi positivi sia in termini di ulteriore miglioramento degli

andamenti tecnici, sia per l'apprezzamento dei clienti, il cui tasso di abbandono è ulteriormente diminuito rispetto al 2003;

- sul versante dei rami Danni non auto la forte azione commerciale svolta sui "rischi persone" (mirata sia alla riforma che alla nuova produzione) ha determinato una importante crescita; nel settore dei "rischi aziende", maggiormente condizionato dalla congiuntura economica e da un innalzamento significativo del livello della competizione, i risultati sono stati inferiori ma, comunque, in linea con lo sviluppo medio del mercato nello specifico settore;
- nel settore Vita lo sviluppo realizzato è stato poco significativo; va considerato però che il 2004 si confrontava con un anno precedente in cui i risultati della raccolta erano stati straordinari.

Nel corso del 2004 è proseguita in termini ancora più significativi la collaborazione con le strutture di Unipol Banca. Si tratta di un progetto strategico di grande rilevanza per il Gruppo Unipol al cui sviluppo le Agenzie Societarie concorrono attraverso l'offerta dei prodotti bancari standardizzati alla propria clientela retail.

Agenzie Societarie - Situazione al 31/12/2004

Agenzie	Sub agenti	Produttori	Promotori Finanziari	Totale Rete	Dipendenti (**)	Dipendenti + Rete
BOLOGNA	10	11	25	46	101	147
FERRARA	11	13	4	28	22	50
FIRENZE	10	14	1	25	32	57
FORLI'	28	21	2	51	61	112
GROSSETO	22	5	7	34	33	67
IMOLA	8	7	1	16	17	33
MODENA	14	33	5	52	92	144
MO - CNA	4	6	0	10	10	20
MO - FRIGNANO	2	1	0	3	1	4
PARMA	17	11	2	30	26	56
RAVENNA	19	15	7	41	58	99
REGGIO EMILIA	22	17	3	42	84	126
SIENA	16	11	1	28	22	50
TOTALE 13	**183**	**165**	**58**	**406**	**559**	**965**

N.B.: per quanto riguarda Sub-Agenti, Produttori e P.F. i dati sono relativi a F.T. e P.T.
(**) escluso produttori dipendenti

L'Assicoop Imola ottiene la Certificazione ISO 9001

Una realtà dinamica e fortemente attenta alle evoluzioni del mercato, come quella del Gruppo Unipol non poteva fare a meno di effettuare alcune riflessioni in merito alla Certificazione di Qualità, vista come decisione strategica che ha ben presente come un sistema permeato su determinati standard qualitativi sia oramai indispensabile ad offrire al cliente un servizio sempre più qualificato, efficace ed efficiente.

Di concerto con la Direzione Commerciale Unipol, Assicoop Imola si è proposta come prima Agenzia per l'approccio al mondo della Qualità, intraprendendo un percorso formativo ed operativo al fine di ottenere la Certificazione di Qualità in coerenza con le norme **UNI EN ISO 9001/2000**. La prima fase del processo ha riguardato l'individuazione di "Una Service srl", la società di consulenza in merito alla progettazione, formalizzazione e applicazione del Sistema Qualità. Contemporaneamente, a sostegno dei costi per l'attività formativa del personale, è stato richiesto ed ottenuto un finanziamento previsto da un bando della provincia di Bologna relativo all'attività di Qualità e Sicurezza in Azienda.

Il progetto, iniziato nel mese di Marzo dello scorso anno, è stato realizzato attraverso la collaborazione di tutta la struttura sia gestionale che commerciale dei vari punti vendita, sia diretti che subagenziali, dislocati sul territorio di competenza di Assicoop Imola. Il coinvolgimento di tutta la struttura aziendale interna ed esterna nei vari ruoli ha fatto sì che il servizio di consulenza assicurativa offerto alla clientela sia conforme agli standard di Qualità individuati, ovunque il cliente decida di rivolgersi e con chiunque il cliente si rapporti direttamente. Esaminato quindi l'organigramma dell'azienda, intesa come "*Gruppo Assicoop Imola*" in tutte le sue articolazioni commerciali e territoriali ed individuate le procedure operative esistenti, si è proceduto alla formalizzazione del Sistema Qualità attraverso la definizione di quello che rappresenta il documento cardine di un Sistema Certificato ovvero il **Manuale della Qualità**.

La sua stesura ha lo scopo di illustrare e documentare il Sistema Qualità applicato nell'attività di erogazione dei servizi assicurativi offerti alla clientela; vi è inoltre descritta la Politica della Qualità che viene adottata, ovvero gli obiettivi del Sistema Qualità, le diverse modalità per conseguire i risultati pianificati ed infine le risorse sia umane che economiche necessarie al raggiungimento degli stessi obiettivi.

Nella redazione del Manuale, la metodologia di lavoro scelta è stata quella dell'approccio per processi, esaminati nelle loro sequenze ed iterazioni. Questo ha portato ad un'attenta analisi delle procedure operative adottate, formalizzate nel Manuale e condivise con tutta la struttura. Nei primi giorni di Dicembre dello scorso anno, la Società di Certificazione SGS Italia S.p.A., dopo aver esaminato la documentazione del Sistema Qualità ed aver svolto alcune visite di Audit presso i punti vendita, ha provveduto a rilasciare la Certificazione del Sistema Qualità adottato dall'intero "*Gruppo Assicoop Imola*" intendendosi come tale non soltanto l'Assicoop Imola, ma anche tutte le 10 Sub-Agenzie del territorio.

Il Personale

Il Gruppo Assicurativo

Nel corso del 2004 è stata completata l'operazione di fusione fra la società Meieaurora e le compagnie del Gruppo Winterthur Italia, acquisite nel 2003, che ha portato alla nascita di Aurora Assicurazioni ed all'accentramento delle attività e dei relativi dipendenti nella nuova sede di San Donato Milanese. Aurora risulta oggi una delle principali compagnie di assicurazione multi-ramo in Italia, con oltre 2200 dipendenti.

Sempre nel 2004 sono entrate a far parte del Gruppo Unipol le compagnie italiane del gruppo francese Mutelles du Mans e, alla luce di tali acquisizioni, a fine 2004 l'organico complessivo del Gruppo assicurativo ammonta a 4.648 dipendenti a tempo indeterminato, che rispetto all'intero mercato assicurativo rappresentano circa il 12% della forza lavoro.

Considerando anche i dipendenti del settore bancario, a fine 2004 l'organico complessivo, a livello di Gruppo raggiunge le 6.000 unità.

Anche per il 2004 si conferma la prevalenza del personale femminile all'interno del Gruppo: mediamente le donne rappresentano circa il 53% dell'organico complessivo, contro un dato di mercato di circa il 43%.

Particolarmente significativa è pure la presenza di personale con orario ridotto (*part-time*) che complessivamente rappresenta circa il 16% degli occupati a livello di Gruppo.

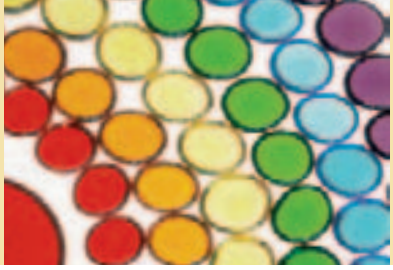
La Capogruppo presenta un tasso di *part-time* del 20,4%, a fronte di un mercato assicurativo con un tasso del 10,1%.

Naturalmente, tale dato è fortemente caratterizzato nelle imprese in cui operano *call center* dove è inserito generalmente personale a tempo parziale.

Al 31 Dicembre 2004 i dipendenti in forza nelle società del Gruppo Assicurativo risultano così ripartiti:

Dipendenti del Gruppo assicurativo Unipol suddivisi per Compagnia

Organico 31/12/2004	Uomini	inc.za %	Donne	inc.za %	Totale 2003	Totale 2004	
UNIPOL	666	44,7	825	55,3	1.440	1.491	
AURORA	1.197	53,3	1.047	46,7	2.377	2.244	
LINEAR	89	29,5	213	70,5	265	302	
UNISALUTE	68	28,2	173	71,8	208	241	
MMI	104	62,3	63	37,7	180	167	
NAVALE	34	34,3	65	65,7	102	99	
BNL VITA	43	50,6	42	49,4	85	85	
QUADRIFOGLIO VITA	7	36,8	12	63,2	20	19	
Totale Gruppo ass. Unipol	**2.208**	**47,5**	**2.440**	**52,5**	**4.677**	**4.648**	Quote del Gruppo Ass. sul mercato
Totale mercato ass. 2004	**22.395**	**56,7**	**17.086**	**43,3**		**39.481**	**11,8%**
Unipol Banca	**885**	**63,8**	**502**	**36,2**	**1.149**	**1.387**	
Unipol Merchant	**26**	**60,5**	**17**	**39,5**	**/**	**43**	
Totale Gruppo	**3.119**	**51,3**	**2.959**	**48,7**	**5.826**	**6.078**	



Dipendenti part-time del Gruppo Unipol

Aggiornamento al 31/12/2004

	Dipendenti		Inc.za % sul totale dipendenti
	part-time	Totale	
UNIPOL	304	1.491	20,4
AURORA	170	2.244	7,6
LINEAR	138	302	45,7
UNISALUTE	111	241	46,1
MMI	11	167	6,6
NAVALE	7	99	7,1
QUADRIFOGLIO VITA	3	19	15,8
BNL VITA	0	85	0,0
Totale Gruppo Unipol	**744**	**4.648**	**16,0**
Totale mercato assicurativo 2004			**10,1**

Principali politiche di sviluppo delle R.I. nell'ambito del Gruppo

- Mantenimento della autonomie delle singole aziende, in un'ottica di valorizzazione delle esperienze e delle culture di cui ciascuna impresa è portatrice.
- Costruzione di regole comuni sui principali temi di gestione del personale, come quadro entro cui sviluppare le autonomie delle singole imprese.
- Attenzione ai livelli occupazionali dando priorità alla mobilità di Gruppo, anche per rispondere alle esigenze che si manifesteranno nell'ambito dei processi di fusione e di ristrutturazione.
- Sviluppo di linee comuni a tutte le imprese per le relazioni con le Organizzazioni Sindacali e i dipendenti.

Rispetto all'anno precedente, hanno registrato un significativo incremento di organico Unipol, Unisalute e Linear. In particolare sono stati rafforzati i *call center* delle Compagnie e ciò ha garantito un'ulteriore opportunità di lavoro per circa un centinaio di giovani, prevalentemente in cerca di occupazione.
Per quanto riguarda i *call center*, si conferma anche per il 2005 la tendenza ad un ulteriore sviluppo occupazionale, che presumibilmente porterà il numero degli occupati a circa 660/670 assunti in pianta stabile.
A tale proposito si sottolinea che tutto il personale dei *call center* è inquadrato, coerentemente come tutti i lavoratori del Gruppo, in base alle normative ed alle disposizioni del Contratto Nazionale delle Imprese di Assicurazione (ANIA) e del Contratto Integrativo Aziendale.

Call Center

	Organico al 31/12/2004			Previsione dell'organico al 31/12/2005		
	Tempi indeterminati	Tempi determinati	**Totale**	Tempi indeterminati	Tempi determinati	**Totale**
UNIPOL SERTEL (compresi i distaccati di Aurora)	221	20	**241**	280	0	**280**
UNISALUTE	128	14	**142**	160	0	**160**
LINEAR	203	11	**214**	220	0	**220**
Totale organico impiegato nei Call Center	552	45	**597**	660	0	**660**

Le relazioni industriali nel Gruppo

Si conferma, all'interno delle relazioni nel Gruppo Unipol, l'importanza della partecipazione del personale quale valore fondamentale condiviso con le Organizzazioni Sindacali e radicato nella vita dell'impresa, che tende allo sviluppo delle competenze, ad elevare la qualità del servizio e a migliorare la qualità del lavoro e la professionalità.
Al fine di favorire i processi di partecipazione la Compagnia fornisce alle Organizzazioni Sindacali le informazioni riguardanti le principali variabili aziendali e nello specifico: le politiche e gli obiettivi del Gruppo, il budget e il Bilancio aziendale, i piani pluriennali, i rapporti tecnici, le partecipazioni in altre imprese, gli investimenti tecnologici, i piani formativi, i dati sulla occupazione e sulla qualità del servizio. Nell'ottica di un continuo miglioramento delle relazioni sindacali a livello di Gruppo sono stati firmati, tra il 2004 e il primo semestre del 2005, alcuni importanti accordi relativi ai processi di integrazione e fusione delle compagnie del Gruppo. È stato confermato, inoltre, l'impegno da parte della Capogruppo a confrontarsi in modo continuativo con le Organizzazioni Sindacali per valutare l'andamento generale del Gruppo e dei progetti in corso. In questo quadro si inseriscono tre importanti accordi: il primo realizzato nel Febbraio 2004 rappresenta un accordo quadro sulle tutele previste per tutto il personale dipendente delle Compagnie del Gruppo; il secondo, realizzato sempre nel 2004, è relativo al progetto di integrazione e fusione delle compagnie italiane del Gruppo Winthertur e la compagnia Meieaurora, con la nascita della compagnia Aurora Assicurazioni; il terzo, realizzato nel Giugno 2005, riguarda la fusione tra la Navale Assicurazioni di Ferrara e le compagnie del Gruppo Mutuelle du Mans Italia.

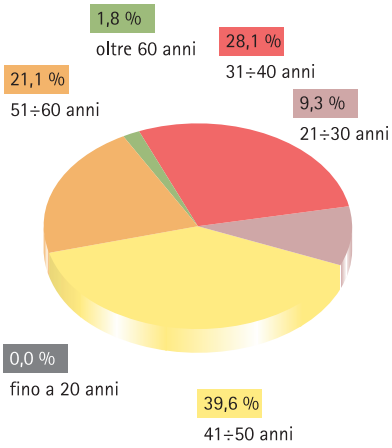
Nell'accordo quadro si conferma l'orientamento all'ottimizzazione delle risorse, attraverso l'adozione di piani organizzativi volti a salvaguardare la professionalità acquisita dai lavoratori e a contenere il più possibile la mobilità territoriale.
Nell'accordo relativo alla nascita di Aurora Assicurazioni si è garantito il mantenimento dei livelli occupazionali, intervenendo sugli effetti e sugli oneri di eventuali ridondanze di personale attraverso il *turnover*; tra l'altro sono state definite le modalità e le condizioni generali per il trasferimento del personale di Milano nella nuova sede di San Donato Milanese, concordando importanti aspetti relativi alla logistica, ai servizi (mensa, navetta per il trasporto dei dipendenti, parcheggi), all'orario di lavoro oltre ad una erogazione economica. Inoltre, è stato previsto che le funzioni aziendali relative ai Servizi di Liquidazione Sinistri, Informatica, Finanziario, Immobiliare, Logistica, Acquisti e Auditing Interno, per ragioni sinergiche, funzionali e organizzative siano accentrate nella Capogruppo e il personale in esse operante venga temporaneamente distaccato in Unipol Assicurazioni.
Per quanto riguarda l'accordo raggiunto circa la fusione tra la Navale Assicurazioni di Ferrara e le compagnie del Gruppo Mutuelle du Mans Italia e il conseguente riposizionamento della nuova compagnia su Milano e su Roma, un elemento molto importante è stato il mantenimento occupazionale delle persone con sedi diverse da quelle di Milano e Roma, per le quali non era previsto un impiego nella nuova compagnia Navale, garantendo loro l'inserimento in altre imprese del Gruppo Unipol. Nello specifico oltre un centinaio di dipendenti, precedentemente occupati su Bologna e su Ferrara, verranno assunti presso la Capogruppo Unipol Assicurazioni a Bologna. Anche in tale circostanza sono state concordate alcune condizioni economiche e normative a vantaggio dei lavoratori di Ferrara assunti presso la sede Unipol di Bologna.
È stato infine garantito, in via transitoria e fino alla definizione di un nuovo Contratto Integrativo, l'applicazione, a vantaggio dei dipendenti della nuova compagnia Navale, del Contratto Integrativo Aziendale della Capogruppo.

La Capogruppo: Unipol Assicurazioni

A fine 2004 il personale di Unipol Assicurazioni ammonta a 1.491 unità a tempo indeterminato, in crescita rispetto al 2002 di 51 unità, pari al +3,5%. Rispetto al totale dei dipendenti, oltre il 55% è rappresentato da personale femminile.

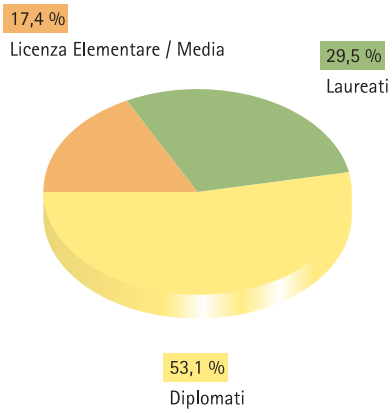
Personale per fascia di età

	Uomini	Donne	Totale	%
fino a 20 anni	0	0	**0**	0,0
21 ÷ 30 anni	48	91	**139**	9,3
31 ÷ 40 anni	156	263	**419**	28,1
41 ÷ 50 anni	257	334	**591**	39,6
51 ÷ 60 anni	183	132	**315**	21,1
oltre 60 anni	22	5	**27**	1,8
Totale	**666**	**825**	**1.491**	**100**



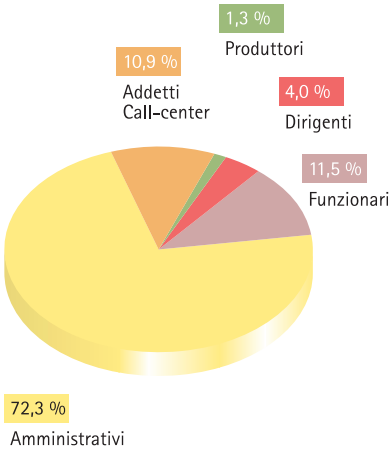
Personale per titolo di studio

	Uomini	Donne	Totale	%
Laureati	227	213	**440**	29,5
Diplomati	359	433	**792**	53,1
Licenza elementare/media	80	179	**259**	17,4
Totale	**666**	**825**	**1.491**	**100**



Ripartizione per livello

	Uomini	Donne	Totale	%
Dirigenti	53	6	**59**	4,0
Funzionari	125	47	**172**	11,5
Amministrativi	457	621	**1.078**	72,3
Addetti call center	23	140	**163**	10,9
Produttori	8	11	**19**	1,3
Totale	**666**	**825**	**1.491**	**100**



Unipol Assicurazioni

Personale per fascia di anzianità aziendale – Anno 2004

	Uomini	Donne	Totale	%
da 0 a 5 anni	146	259	**405**	27,2
da 6 a 10 anni	82	93	**175**	11,7
da 11 a 15 anni	156	127	**283**	19,0
da 16 a 20 anni	136	153	**289**	19,4
da 21 a 25 anni	80	106	**186**	12,5
da 26 a 30 anni	28	26	**54**	3,6
da 31 a 35 anni	25	31	**56**	3,8
oltre 35 anni	13	30	**43**	2,9
Totale	**666**	**825**	**1.491**	**100,0**

Personale area geografica

	Uomini	Donne	Totale	%
EMILIA-ROMAGNA	461	688	**1.149**	77,1
NORD	66	54	**120**	8,0
CENTRO/SUD	139	83	**222**	14,9
Totale	**666**	**825**	**1.491**	**100,0**

Assunzioni nel 2004

				di cui call center		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempi indeterminati	30	61	**91**	6	38	**44**
Tempi determinati	20	66	**86**	9	58	**67**
Totale	**50**	**127**	**177**	**15**	**96**	**111**

Cessazioni nel 2004

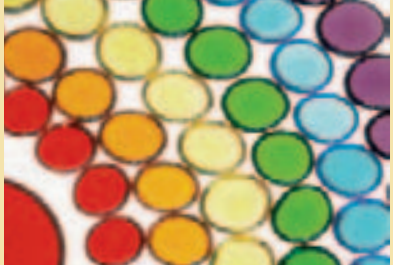
				di cui call center		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempi indeterminati	19	21	**40**	0	3	**3**
Tempi determinati	8	8	**16**	3	1	**4**
Totale	**27**	**29**	**56**	**3**	**4**	**7**

Cessazioni ripartite per tipologia

	Uomini	Donne	Totale	%
Dimissioni	2	8	**10**	25
Pensionamenti	11	9	**20**	50
Passaggi a Società del Gruppo	2	2	**4**	10
Superamento periodo di comporto	1	1	**2**	5
Decessi	3	1	**4**	10
Totale	**19**	**18**	**40**	**100**

Promozioni/riconoscimenti – Anno 2004

				di cui call center		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Passaggi di qualifica	56	54	**110**	3	7	**10**
Riconoscimenti individuali	87	64	**151**	0	0	**0**
Riconoscimenti legati sistema premiante per i servizi liquidativi	124	202	**326**	21	107	**128**



Partecipazione alla vita dell'impresa

La gestione del personale

Nel 2004 si è completata, per i dipendenti della Direzione di Bologna, l'estensione del nuovo sistema automatizzato di rilevazione delle presenze. Il nuovo sistema permette ai dipendenti, attraverso la rete interna (Intranet), di interagire con il sistema per la consultazione e l'inserimento dei propri dati di presenza e di assenza. Tutto ciò ha permesso l'eliminazione dei supporti cartacei, oltre a semplificare e velocizzare la gestione del personale. È in previsione per il 2005 l'estensione graduale del nuovo sistema anche alle strutture territoriali commerciali e di liquidazione.

Le relazioni industriali in Unipol Assicurazioni

Nel 2004 è stato completato il progetto di unificazione delle strutture liquidative di Unipol e di Aurora. Complessivamente sono circa 1.300 le persone che si occupano del processo liquidativo dei sinistri di Unipol, Aurora e Linear. Sempre nell'ottica di un'ottimizzazione dei servizi a livello di Gruppo, nel 2004 si è proceduto alla integrazione dei sistemi informativi di Unipol e di Aurora per una struttura di circa 300 persone. A completamento del processo di integrazione fra Aurora e Unipol, si è provveduto all'accentramento presso la Capogruppo della gestione finanziaria, dei mezzi propri e della gestione immobiliare. Nell'ambito delle relazioni sindacali sono state utilizzate circa 28.000 ore di permesso, da parte dei delegati sindacali. Per quanto riguarda le agitazioni sindacali, nel 2004 si sono registrate 6.600 ore di sciopero, in calo rispetto all'anno precedente di circa il 30%. L'adesione ad Organizzazioni Sindacali da parte dei dipendenti di Unipol è significativa: circa il 62% degli stessi, infatti, risulta iscritto.

Risultati e premi

In base all'utile lordo registrato nel Bilancio 2003, pari a 209,1 milioni di Euro, nel 2004 a tutti i dipendenti delle Società di Bologna (non considerando i dipendenti di Aurora, MMI e Navale) è stato erogato il Premio Aziendale Variabile previsto dal Contratto Integrativo Aziendale. Nel 2004 sono stati erogati, inoltre, i premi previsti dal sistema premiante per le strutture liquidative, con il fine di premiare i buoni risultati qualitativi e quantitativi raggiunti nell'anno 2003 dalla struttura liquidativa territoriale, direzionale e da Sertel. In ragione dei risultati raggiunti sono stati premiati circa 400 dipendenti fra personale Unipol e personale distaccato da Aurora.

Tutela sociale del lavoro

Per quanto riguarda Unipol, nel 2004 71 persone hanno usufruito dei congedi previsti dalla legge sulla maternità e paternità (T.U. 151/01), oltre alle aspettative per motivi personali o per formazione (Legge 53/00), per un periodo complessivo pari ad oltre 40.000 ore. A ciò si deve aggiungere un monte complessivo di circa 16.000 ore che sono state utilizzate dai dipendenti di Unipol quali permessi che la contrattazione integrativa aziendale ha messo a disposizione per far fronte alle esigenze familiari e sociali del personale, come ad esempio la malattia dei figli, lo studio, etc.. Di queste ore, circa 5.500 sono state utilizzate da dipendenti che hanno beneficiato dei permessi previsti dalla Legge 104/92 per l'assistenza a portatori di handicap. Inoltre, per quanto riguarda gli adempimenti previsti dalla Legge 68/99 sul "collocamento obbligatorio", si osserva che in Unipol circa il 9% dei dipendenti appartengono a tale categoria, esattamente 131 persone.

La formazione

Formazione per i dipendenti di Unipol Assicurazioni

Nel 2004 sono state attivate iniziative formative che hanno coinvolto diversi settori aziendali. Complessivamente sono state erogate circa 22.000 ore di formazione, pari - mediamente - a 14,7 ore pro-capite.
Le azioni formative sono state principalmente dedicate alle risorse che operano nella Direzione Liquidazione di Gruppo, nell'area Tecnica e nella centrale operativa Sertel.
I corsi di informatica, dedicati soprattutto alla formazione sui principali applicativi di uso quotidiano (Word, Excel, Power Point, etc.) ed effettuati direttamente dall'area Sistemi Informativi di Unipol, hanno coinvolto circa 400 dipendenti di Unipol e delle altre società del Gruppo.
A tutto ciò si deve aggiungere la formazione effettuata direttamente dal Servizio Sicurezza Prevenzione, in ottemperanza a quanto previsto dalle norme di legge in materia (L. 626 e seguenti).
Per quanto riguarda il 2005 è in previsione l'attivazione di progetti formativi svolti direttamente per via telematica, utilizzando un'apposita piattaforma tecnologica situata all'interno della rete aziendale Intranet, con corsi specifici sulla Legge 626 e sulla legge a tutela della Privacy, relativamente alla prevenzione e sicurezza sui luoghi di lavoro e all'applicazione della normativa a tutela e rispetto della Privacy.

Formazione per la rete esterna

Nel corso del 2004 una parte consistente della formazione rivolta alla rete agenziale ha avuto l'obiettivo di sviluppare competenze manageriali negli Agenti privati e nelle strutture direttive delle Assicoop.
Si è consolidata l'attenzione su temi a carattere tecnico commerciale di supporto alle campagne commerciali rivolte ai clienti "privati", che dalla primavera 2004 sono proseguite per tutto l'anno.
Sono proseguiti i percorsi di formazione tecnico-commerciale per gli Agenti, volti allo sviluppo di competenze tecniche utili a gestire clienti "aziende".
A partire dal mese di Giugno 2004 ha avuto inizio un progetto di addestramento informatico rivolto a tutti gli operatori di agenzia (Agenti compresi),, per la migliore utilizzazione dei programmi informatici a disposizione.
Tale programma sarà completato nel corso del 2005.
Verso le Agenzie Societarie è continuato, come di consueto, il programma di selezione e inserimento di neoconsulenti assicurativi per potenziarne la rete. L'inserimento e la formazione dei neoconsulenti assicurativi ha toccato la conoscenza dei prodotti, ma soprattutto le capacità di consulenza e servizio al cliente. A questo progetto sono collegati paralleli progetti di formazione per "tutor", rivolti a coloro che nelle Agenzie svolgono attività di affiancamento continuo dei neoinseriti.
Alle varie iniziative hanno partecipato più di 2.400 persone, per un totale di oltre 4.600 giornate/uomo.

Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza

Dal 2004 è possibile da parte di ciascun dipendente consultare, attraverso la rete interna (Intranet), la propria posizione individuale relativamente al Fondo Pensione ed alla Cassa di Assistenza.
Relativamente al Fondo, sono disponibili informazioni circa i versamenti effettuati dal singolo dipendente e dall'azienda, le anticipazioni eventualmente usufruite, la normativa generale, il contratto, gli statuti, i regolamenti e le procedure da seguire in caso di adesione o di cessazione.
Relativamente alla Cassa di Assistenza è possibile consultare, tra l'altro, quanto è stato rimborsato per visite specialistiche e spese odontoiatriche per ciascun dipendente e quanto ancora può essere rimborsato.

Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza dei dipendenti delle Imprese del Gruppo Unipol sono stati costituiti nel 1988 e sono amministrati da un Consiglio di Amministrazione paritetico composto da consiglieri di nomina aziendale e consiglieri espressione dei dipendenti. La carica di Presidente e Vicepresidente sono assunte a rotazione dai consiglieri di nomina aziendale e dai dipendenti. Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza sono riservati ai lavoratori delle imprese del Gruppo Unipol con inquadramento fino a Funzionario. Per il personale dirigente esistono il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza dei Dirigenti delle Imprese del Gruppo Unipol.

Al 31 Dicembre 2004 il Fondo Pensione contava 2.863 adesioni e l'ammontare complessivo delle attività economiche maturate è pari a circa 55,1 milioni di Euro. Nel 2004 i contributi versati, sia da parte delle imprese che dei dipendenti, sono stati circa 7.991.000 Euro.
La Cassa di Assistenza, sempre al 31 dicembre, contava 2.871 iscritti. Per l'esercizio 2004 i versamenti fatti alla Cassa sono stati circa 2.184.000 di Euro, di cui circa 310.000 Euro a carico dei dipendenti.
Le prestazioni erogate dalla Cassa di Assistenza a favore degli iscritti si realizzano attraverso delle Convenzioni assicurative e hanno riguardato principalmente rimborsi per interventi chirurgici, cure odontoiatriche, visite mediche specialistiche ed accertamenti diagnostici.
Per l'anno 2004 sono state erogate complessivamente circa 18.000 prestazioni, per un importo rimborsato pari a oltre 2.700.000 Euro.

Sicurezza e Prevenzione negli ambienti di lavoro

Al **Servizio di Prevenzione e Protezione** di Unipol Assicurazione è affidato l'incarico di verificare che in tutte le sedi della Compagnia siano garantite le condizioni di sicurezza ed igiene previste dalla legge e dagli standard aziendali. A questo scopo il Servizio di prevenzione e protezione visita periodicamente le sedi per aggiornare i documenti di valutazione dei rischi, nei quali vengono individuate e registrate le eventuali fonti di pericolo per l'incolumità e la salute dei dipendenti.
Il Servizio di prevenzione e protezione individua gli interventi necessari per rimuovere o ridurre i rischi individuati, definendo anche i tempi di intervento, in base alla gravità di tali rischi. Qualora venisse accertata la presenza di condizioni di non conformità alle norme di legge, sono attivati immediatamente gli opportuni interventi.
Il Servizio di prevenzione e protezione opera in collaborazione con altre strutture aziendali, in particolare con l'Immobiliare e la Logistica, che sovraintendono agli interventi sugli immobili, all'acquisto di attrezzature e alla progettazione delle postazioni di lavoro.
In collaborazione con la Direzione del Personale, il Servizio di Prevenzione e Protezione organizza gli interventi di informazione e formazione del personale in materia di sicurezza e, insieme ai medici competenti, gestisce e organizza il programma di sorveglianza sanitaria, che coinvolge ormai la quasi totalità dei dipendenti, compresi quelli operanti nelle sedi periferiche.

Attività svolta nel 2004

Il 2004 ha visto il Servizio di prevenzione e protezione impegnato anche nel programma di rinnovamento delle sedi dei Centri di Liquidazione di Gruppo. Solo nel 2004 oltre 20 di queste sedi sono state trasferite in nuovi locali o interamente ristrutturate. In questo contesto il Servizio di prevenzione e protezione ha garantito l'applicazione di quanto previsto dalle norme di legge, in particolar modo verificando l'attuazione delle misure di sicurezza antincendio, l'applicazione e il rispetto delle norme sanitarie e di igiene sul lavoro nella progettazione degli ambienti e degli impianti di illuminazione e climatizzazione, l'adozione dei principi di ergonomia nella ideazione dei posti di lavoro, in particolare per quanto riguarda le postazioni a videoterminale. Il Servizio di prevenzione e protezione ha collaborato, inoltre, a definire programmi di corretta conduzione e manutenzione delle sedi che garantiscano nel tempo la conformità alle norme, la funzionalità e la sicurezza degli impianti. Infine, ha aggiornato o predisposto i piani di emergenza di ciascuna sede.

Attività per il Gruppo

Nell'ambito della riorganizzazione delle strutture operative di Gruppo e nell'ottica di una razionalizzazione e di un coordinamento delle attività connesse alla tutela della salute dei lavoratori, sia per quanto riguarda il miglioramento degli ambienti di lavoro, sia per quanto riguarda l'organizzazione dei

presidi sanitari, nel 2004 è stata realizzata un'integrazione fra i Servizi di prevenzione e protezione delle diverse Società, al fine di garantire uno standard omogeneo e migliorare l'efficacia delle prestazioni.
A tale proposito, è stato realizzato anche un software che consente di svolgere la rilevazione e valutazione dei rischi presenti in una sede di lavoro in modo guidato ed omogeneo, fino alla redazione del documento di valutazione dei rischi e il piano di emergenza. Ciò aiuterà il processo di miglioramento e di standardizzazione dei processi valutativi, che potranno essere effettuati dalle strutture operative delle diverse Società con metodi e finalità omogenee.
La gestione della sicurezza nell'ambito del Gruppo riguarderà un numero di dipendenti superiore alle 6.000 unità, suddivisi in oltre 300 sedi.

Nuovi strumenti per la formazione

Nel 2005 sarà operativa una piattaforma comune per la formazione e l'informazione dei dipendenti sulle problematiche della sicurezza, che sarà direttamente utilizzabile e consultabile attraverso la rete aziendale Intranet (cd. piattaforma "*e-learning*").
L'uso di strumenti informatici per la formazione consente, rispetto a metodologie tradizionali di formazione in aula, numerosi vantaggi, tra i quali: migliore copertura della vasta e differenziata utenza, maggiore prontezza nell'adeguare e aggiornare i contenuti, più flessibilità per l'utenza nei tempi di acquisizione, maggiore efficacia nella didattica.
La piattaforma sarà organizzata in diversi moduli relativi alle diverse tipologie di rischio presenti negli ambienti di lavoro e sui modi per prevenire gli incidenti e per far fronte alle situazioni di emergenza.
Nella piattaforma di *e-learning* verranno inoltre inseriti moduli formativi e manuali per gli addetti alle emergenze delle sedi e per altre figure operative che, all'interno delle Società del Gruppo, si occupano di sicurezza (rappresentanti del lavoratori per la sicurezza, addetti della Direzione incaricati della valutazione dei rischi e alla applicazione di misure di sicurezza, etc.).
Su un apposito sito consultabile da Intranet, inoltre, si sta preparando l'archivio elettronico dei documenti di valutazione dei rischi e dei piani di emergenza di tutte le sedi, dei programmi di intervento per il miglioramento delle condizioni di sicurezza e del loro stato di avanzamento lavori. Tale sito sarà consultabile dagli addetti ai lavori.

Sorveglianza sanitaria

In tutte le Società del Gruppo è largamente diffusa l'attività lavorativa a videoterminale. Questo comporta la necessità di sottoporre periodicamente ai controlli medici previsti dalla legge circa 4.000 addetti, dislocati su tutto il territorio nazionale. Per migliorare il servizio e ridurre il disagio di trasferte del personale, è stata organizzata una rete di medici competenti, che operano per tutte le Società del Gruppo su diverse aree geografiche.
Sono stati preparati o sono in corso di allestimento presso le principali sedi, dei gabinetti medici attrezzati dove possono svolgersi le visite mediche ed eventuali interventi infermieristici o di primo soccorso. I medici competenti,, convenzionati con il Gruppo, svolgono inoltre sopralluoghi e attività di consulenza per migliorare i requisiti igienico-sanitari dei luoghi di lavoro.

Il Circolo Aziendale

Il Circolo Aziendale Unipol ha registrato nel 2004 oltre 800 soci, organizzati in dieci sezioni che curano altrettante attività di carattere sportivo, culturale e ricreativo. Gli associati sono a loro volta coordinati da un Consiglio Direttivo, da un Comitato Esecutivo ristretto e da 2 Sindaci Revisori.

Le attività realizzate sono state:

- pallavolo, tennis, pesca, mountain-bike, trekking, basket e calcetto;
- teatro (30 tessere-abbonamento per 5 teatri, utilizzate da oltre 100 persone);
- turismo (è a disposizione dei soci una biblioteca molto fornita di guide turistiche per tutto il mondo).

Fra gli appuntamenti organizzati dal Circolo Aziendale, nel 2004 si segnalano la tradizionale festa dedicata ai più piccoli, che si è svolta durante le festività natalizie e la redazione del giornalino.
Dal 2004 è stato attivato, all'interno della Intranet aziendale, il sito del Circolo Aziendale. Al suo interno è possibile consultare la biblioteca e la videoteca aziendale e si possono consultare i programmi degli spettacoli dei teatri convenzionati con Unipol. È disponibile *on-line* il giornalino "*Idee in circolo*" con i classici articoli di "colore" sulla vita aziendale. Al suo interno sono pubblicate oltre 1.500 foto che ripercorrono la storia di Unipol attraverso le immagini degli eventi sportivi, culturali, politici e di costume che si sono realizzati nel corso degli ultimi trenta anni. È stato attivato anche un collegamento con la sezione di Bologna del Touring Club Italia e sono disponibili tutte le iniziative organizzate a livello locale dal Touring Club.

I Consigli Regionali Unipol (CRU)

La specificità di Unipol Assicurazioni è l'aver dato vita ai Consigli Regionali Unipol (CRU), strutture regionali di concertazione e di discussione che operano direttamente con il pubblico di riferimento, presenti in ogni Regione italiana.
Lo scopo di questa struttura aziendale è favorire la partecipazione delle Organizzazioni del lavoro Socie di Unipol alla vita dell'impresa, nonché di facilitare la penetrazione di Unipol nel mercato preferenziale. I CRU, insieme al Bilancio Sociale e alla Fondazione Cesar, costituiscono gli strumenti principali della strategia di Responsabilità Sociale di Unipol: ad essi partecipano i rappresentanti delle Organizzazioni Sindacali dei lavoratori dipendenti e di quelli autonomi, della piccola e media impresa, della Lega delle Cooperative, nonché delle strutture aziendali di Unipol. Con il tempo, i CRU si sono sempre più aperti, nelle varie Regioni, alle rappresentanze della comunità locali, istituzionali, economiche e della Società Civile, arricchendo così la possibilità di sviluppare iniziative di verifica sul servizio assicurativo erogato da Unipol, di presentazione e discussione del Bilancio Sociale, di promozione delle numerose iniziative di riflessione sulle tematiche assicurative e previdenziali, oltre alla promozione della cultura della sicurezza stradale e dell'educazione alla legalità promosse dalla Fondazione Cesar.

L'attività nel 2004

Nel 2004 il Bilancio Sociale di Unipol è stato presentato in tutte le 20 Regioni italiane, almeno in sede di Consulta Regionale CRU. Circa 40 incontri pubblici, aperti al mondo delle Organizzazioni Socie e della Società Civile, sono stati organizzati con una presenza media di 50-60 persone. All'interno di questi incontri, la presentazione del Bilancio Sociale ha costituito l'occasione di una più approfondita conoscenza di Unipol, del suo mondo di riferimento e del suo servizio assicurativo, fornendo un reale contributo alla reputazione dell'azienda. Un ulteriore impegno, sviluppato soprattutto nei primi mesi del 2005, è stato il supporto e la collaborazione data dai CRU alle attività promosse dall'area "Convenzioni e Relazioni Organizzazioni Socie", in relazione al rinnovo delle Convenzioni con le stesse Organizzazioni.
Sono stati promossi vari incontri a diversi livelli, per illustrare le innovazioni e le specificità, raccogliere suggerimenti e proposte che andranno ad arricchire le nuove Convenzioni Nazionali, di Settore e Luoghi di Lavoro. I CRU, inoltre, hanno fornito assistenza e supporto alle varie iniziative promosse in occasione del lancio della nuova tariffa RC Auto, di Unibox e Franchigia Fruttuosa, lanciati il 2 Maggio 2005.
La struttura dei CRU svolge la propria attività in collaborazione con le varie divisioni e realtà aziendali, al fine di utilizzare le loro competenze per la programmazione delle attività sociali e per supportare sul territorio le loro attività operative e informative, sviluppando il dialogo con tutti gli stakeholder e la struttura delle Agenzie. Con il tempo, i CRU sono divenuti sempre più legati alla Fondazione Cesar, fino a diventarne il braccio operativo e di radicamento sul territorio per lo sviluppo delle sue molteplici attività.

La struttura del Consiglio Regionale Unipol

La Fondazione Cesar

La Fondazione Cesar - *Centro di Ricerca dell'Economia Sociale e dell'Assicurazione* - è nata nel 1989 su iniziativa di Unipol Assicurazioni affinché potesse concretizzare, ancor di più, la sua missione sociale.
L'impegno originario, rivolto al settore assicurativo, si è progressivamente evoluto sul fronte del sociale.
L'attività della Fondazione si articola in "aree di lavoro", suddivise per grandi tematiche sociali. Ad ogni area corrispondono specifiche collaborazioni, che la Fondazione attua con partner operativi.

Area Sicurezza e Legalità - Sviluppa due canali di impegno sociale fortemente radicati nella tradizione della Fondazione: SicurStrada e SicurEuropa.
La prima, nel tempo, ha accresciuto la sua importanza nel settore della sicurezza stradale. Partecipa, infatti, alla Consulta Nazionale sulla Sicurezza Stradale del CNEL-Ministero delle Infrastrutture e, negli anni, è diventata un rilevante centro studi sui temi dell'incidentalità stradale e della prevenzione.
Inoltre SicurStrada - anche grazie alla fusione con SicurEuropa - è diventata l'*Associazione Europea per la Sicurezza e la Legalità*, rivolgendo la propria attività non solo alla problematica degli incidenti stradali, ma a tutti gli aspetti legati alla sicurezza dei cittadini.
Mentre nel passato SicurStrada, rivolgendosi ai giovani, è stata prevalentemente impegnata sul fronte dell'educazione e della prevenzione (soprattutto attraverso le istituzioni scolastiche), in questi ultimi anni si è maggiormente orientata al mondo del lavoro, parallelamente all'evoluzione della coscienza delle caratteristiche dell'infortunistica in Italia.

Area Assicurazione - È, per tradizione, un obiettivo dell'attività di ricerca della Fondazione, strettamente connesso ai principi enunciati nella missione sociale di Unipol Assicurazioni, che sostiene l'impegno nello sviluppo di un'imprenditorialità assicurativa legata ai valori cooperativi che accresca l'affidabilità e la trasparenza del settore e che qualifichi l'Assicurazione come un moderno strumento sociale per la sicurezza di persone e aziende.

Area Welfare e Lavoro - È focalizzata sullo studio delle tematiche legate alla sicurezza sociale, intese come politiche attive del lavoro, Cooperazione, Economia Sociale. Nel tentativo di venire incontro alle problematiche occupazionali delle diverse categorie della Società Civile, la Fondazione Cesar dispone di sportelli informativi e progetti formativi ad hoc per ciascuna fascia debole: per gli immigrati, così come per le donne e gli atipici.

Area Cittadinanza e Dialogo Sociale - Quest'area di attività è stata sviluppata dalla Fondazione in una dimensione europea e internazionale, nell'ambito del grande dibattito europeo sull'Economia Sociale, superando i confini nazionali e valorizzando le *best practices* estere, attraverso collaborazioni e progetti comuni che hanno come denominatore e punto di partenza una visione globale degli aspetti sociali.

Nel 2004, i progetti e i programmi promossi dalla Fondazione si sono concentrati nel consolidamento di alcune esperienze avviate negli anni precedenti e nella sperimentazione di nuovi percorsi di lavoro: l'attenzione particolare per le risorse informatiche della Rete al servizio del mondo del volontariato, la sperimentazione dell'esperienza consortile di "Noi Con", il riconoscimento ufficiale come "Le Chiavi del Sorriso" (insieme e per conto dei CRU), e altre iniziative ancora hanno permesso alla Fondazione di concretizzare la propria attività di ricerca e approfondimento.

Progetto Lavoro 626

Il tema della sicurezza è un elemento particolarmente pressante nella gestione quotidiana delle aziende. Di pari passo con lo sviluppo civile ed industriale del nostro Paese, si è evoluta negli anni la regolamentazione in materia di salute e di sicurezza nei posti di lavoro, sino a giungere, nel 1994, all'emanazione del decreto legislativo 626, che ha rappresentato una netta evoluzione nel modo di intervenire delle leggi sui problemi della salute e della sicurezza.

Partendo dal presupposto che per accrescere le garanzie nei luoghi di lavoro è essenziale far leva sulla cultura della sicurezza e del rispetto delle norme (perché queste – da sole – non bastano, così come sarebbe insufficiente la sola repressione delle violazioni) la Fondazione Cesar, Sicurstrada e Unipol Assicurazioni (in qualità di sostenitore del progetto) hanno dato vita ad un progetto denominato "**Lavoro 626**", con l'intento di costruire un sistema informativo/formativo che potesse "lavorare" per rilanciare l'interesse tra le Organizzazioni del mondo del lavoro sul tema della sicurezza nei luoghi di lavoro.

Sono stati predisposti gli strumenti atti a sviluppare il progetto:

1. la costruzione di un sito internet che selezioni e semplifichi le informazioni presenti in rete (www.lavoro626.it);
2. ricerche svolte a livello locale su fenomeni legati alla sicurezza (valorizzazione attraverso la pubblicazione nel sito internet);
3. iniziative pubbliche - sia di livello nazionale che locale - per la promozione del progetto o di problematiche di settore; la progettazione e programmazione di iniziative specifiche per la formazione di quadri delle diverse Organizzazioni.

Le attività di SicurStrada

Sicurezza Stradale

- Nel 2004 SicurStrada ha avviato "**Strada Facendo**", progetto (commissionato dall'ente di formazione IAL/CISL) articolato in tre fasi:
  - seminari di informazione e sensibilizzazione rivolti a formatori, istruttori di scuola guida e autotrasportatori (otto seminari da quattro ore ciascuno);
  - produzione di materiali;
  - ricerca sulle esperienze e *best practices* europee.

  Obiettivo comune di tutti i seminari (organizzati in diverse città d'Italia) è stata la diffusione della cultura della sicurezza stradale.
  Inoltre, è stata realizzata (fase due e tre del progetto) un'attività di ricerca e analisi comparata delle prassi in tema di sicurezza stradale e di modelli formativi in quattro paesi (Francia, Spagna, Belgio e Gran Bretagna), al fine di poterli censire, analizzare e comparare con i sistemi di sicurezza stradale in Italia e, in particolare, in Emilia Romagna.
- **SicurStrada e la scuola**. Nel 2004 è stato prodotto un manuale di guida sicura per ciclomotori, frutto della collaborazione tra SicurStrada e Assicoop, che ha portato anche alla preparazione di un corso gratuito per il patentino ai figli di assicurati Unipol.

Legalità

- Non ha visto interruzioni, anche nel 2004, la creazione di **Osservatori Regionali** sulla sicurezza e legalità. In collaborazione con la Consulta Nazionale dei CRU, si prova a mettere in rete esperienze e *best practices* per creare presidi di legalità e sviluppo sul territorio, legati al mondo del lavoro, della piccola e media impresa, della cooperazione e del lavoro autonomo. Nel 2004 gli Osservatori attivi erano quattro.
- Il **Progetto Qualità e Legalità** (sviluppato assieme all'Arci Sicilia e a Libera) è volto a mettere in rete tutti i soggetti impegnati per lo sviluppo economico e per la promozione dell'educazione alla legalità, attraverso la costituzione formale di "Patti per la Legalità".
- La **Carovana Antimafie 2004** (promossa da Libera, in collaborazione con la Fondazione Cesar e i Consigli Nazionali CRU) costituisce un percorso attraverso l'Italia per discutere di legalità e di mafie.
- **Campagne Sicure,** in collaborazione con la CIA, è la ricerca sul mondo dell'agricoltura che ha messo in evidenza una situazione di forte presenza della malavita nelle campagne.
- Il **Rapporto Sicurezza Sud 2004**, redatto in collaborazione con i CRU e la Fondazione Cesar, è un dossier pubblicato ogni due anni per analizzare lo stato della sicurezza in alcune regioni del Sud d'Italia.

Rapporto Sicurezza Sud 2004

Il *Rapporto Sicurezza Sud* è un dossier pubblicato ogni due anni dalla Fondazione Cesar per analizzare la situazione in termini di sicurezza in alcune Regioni del Sud d'Italia (in particolare, quelle che l'Unione Europea fa rientrare nell'obiettivo 1, ovvero Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna).
Il Rapporto ha messo in evidenza una situazione preoccupante: nelle Regioni meridionali il controllo mafioso è forte e radicato. Questa presenza ingombrante (oltre all'inadeguatezza e mancanza di infrastrutture) è stata nel passato ed è ancor di più oggi condizione negativa per lo sviluppo economico e sociale del territorio. A ciò si deve aggiungere che le "moderne" mafie organizzate hanno una crescente necessità di investire e far fruttare i loro proventi in differenti settori economici e in differenti Paesi.
I guadagni con il commercio della droga sono elevati, il controllo delle campagne è serrato, come quello del commercio e dell'edilizia, sia essa pubblica che privata.

Unipol e il mondo della scuola

Unipol è sempre stata aperta a recepire le istanze e le opportunità provenienti dal mondo della scuola.
Nel 2004 - in Unipol - 40 persone hanno avuto la possibilità di effettuare il tirocinio formativo, propedeutico all'assunzione nella centrale operativa telefonica Sertel. I corsisti ammonteranno a 60 nel 2005. Il tirocinio prevede due moduli formativi, articolati in quattro settimane di aula e quattro settimane di addestramento operativo.
Oltre a queste collaborazioni, nel 2004 sono stati svolti altri 4 stage in Unipol (della durata media di tre mesi), sulla base di convenzioni con diversi Enti quali la Business School de "Il Sole 24 Ore" (Milano), l'Università di Modena (Master in gestione dei servizi) e/o nell'ambito di iniziative quali il "Programma Comunitario Leonardo da Vinci" (Progetto Copernico).
Nel rapporto tra Unipol e il mondo della scuola si è inserito anche il contributo della Fondazione Cesar, che nel 2004 ha fatto svolgere al proprio interno un totale di 8 stage (3 nella sede di Roma e 5 in quella di Bologna). Tali opportunità sono nate all'interno delle collaborazioni che la Fondazione ha instaurato con le Università di Roma (Tor Vergata e La Sapienza), di Padova (Scienza dell'educazione), di Castellanza (LIUC), di Bologna (Facoltà di Economia, di Giurisprudenza e di Sociologia e Master Universitario in Economia della Cooperazione) e di Forlì (Diploma in Economia della Cooperazione), nonché - sempre a Forlì - con AICCON (Scuola di Fund Raising).

L'impegno per l'Ambiente e la sostenibilità

L'attività caratteristica di un'impresa di assicurazione non prevede l'utilizzo di materie prime e risorse naturali. Tuttavia i suoi processi interni prevedono l'utilizzo di grandi sedi con notevoli consumi energetici, un'importante mobilità, indotta dai suoi dipendenti, l'utilizzo di grandi quantitativi di carta e strumenti informatici che generano grande quantità di rifiuti da riciclare e neutralizzare. Unipol tradizionalmente ha sempre cercato di ridurre al minimo le esternalità negative generate dalla sua attività, ma è soprattutto negli ultimi anni, grazie anche all'attività di rendicontazione sociale e ambientale sviluppata con il Bilancio Sociale, che si sono formalizzate politiche, comportamenti e strumenti di rilevazione inerenti l'impatto ambientale delle attività, soprattutto per quanto riguarda il controllo dei consumi di energia elettrica, calore, acqua e produzione di rifiuti. Il processo di rendicontazione utilizzato per il Bilancio Sociale ha portato ad un coinvolgimento di tutti gli operatori dell'Ufficio Acquisti, facendo così risaltare una sensibilità verso le scelte di sostenibilità che il settore da tempo ha attivato con prassi consolidate, ma che non sempre sono state formalizzate ed adeguatamente comunicate.
Attenzione particolare, inoltre, si sta ponendo nel formalizzare gradualmente una politica di sostenibilità che coinvolga anche i fornitori. Sono state sviluppate indagini per rilevare il loro grado di attenzione alle tematiche socio-ambientali, al fine di generare riflessioni e comportamenti comuni e costruire un percorso destinato a portare la Responsabilità Sociale al di fuori di Unipol, coinvolgendo questi importanti stakeholder della filiera. L'obiettivo è quello di avviare un comune e unitario progetto di Responsabilità Sociale, così come si sta facendo per altri stakeholder dell'impresa.

La centrale energetica del Fiera District di Bologna

La centrale termofrigorifera del Fiera District è proprietà delle principali realtà imprenditoriali insediate in Zona Fiera (Unipol, Bologna Fiere, Unicooper, Holiday Inn, Telecom, Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna, Unicredit, etc.).
La centrale è alimentata a gas metano e produce:
- energia elettrica, tramite turbine, ceduta all'Enel, che a sua volta fornisce energia ad Unipol;
- calore e fluidi freddi, cui Unipol attinge per assicurare il riscaldamento invernale e la refrigerazione estiva.

Nel periodo invernale è attiva una rete di acqua surriscaldata da cui i vari edifici ricevono energia termica, mentre nel periodo estivo e nelle mezze stagioni è attiva una rete di acqua refrigerata da cui gli edifici ricevono energia frigorifera. L'energia termica viene prodotta prevalentemente da un impianto di cogenerazione, cioè da un impianto di produzione combinata di energia elettrica e calore e da altri quattro generatori di vapore di integrazione e riserva. L'impianto di cogenerazione produce circa il 74% dell'energia termica richiesta dagli utenti della centrale e il 35% del fabbisogno elettrico.
L'attenzione e la sensibilità ai problemi energetici e ambientali hanno dato corpo all'idea di coniugare la produzione di energia elettrica e di calore realizzando l'impianto di cogenerazione, che offre molteplici vantaggi sotto diversi aspetti.
Innanzitutto si è data una risposta importante al problema dell'inquinamento atmosferico: l'uso del metano anziché dell'olio combustibile, impiegato precedentemente alla realizzazione dell'impianto di cogenerazione, ha comportato infatti un sensibile miglioramento della qualità dell'aria.
La turbina, inoltre, è stata costruita con i più avanzati sistemi di combustione, così da minimizzare le emissioni degli ossidi di azoto e dell'ossido di carbonio.
Con la realizzazione dell'impianto di cogenerazione si consegue anche un beneficio economico in quanto la cogenerazione associata al teleriscaldamento urbano consente di acquisire il metano a condizioni favorevoli rispetto ad altri combustibili.
Il risparmio conseguente, unitamente alla valorizzazione economica dell'energia elettrica prodotta, consente l'ammortamento dell'investimento necessario per la realizzazione dell'impianto in un arco di tempo contenuto e a tariffe dell'energia invariate rispetto alla precedente situazione.
Al termine dell'ammortamento sarà possibile ottenere una riduzione dei costi di produzione dell'energia termica e frigorifera, con un significativo risparmio netto.

I consumi energetici di Unipol

La centrale serve l'immobile di via Stalingrado nel quale risiedono le sedi direzionali di Unipol Assicurazioni, Quadrifoglio Vita, Unipol Banca e Finsoe.

Consumi di energia	2003	2004
Consumi totali (Mwh)	3.378	3.547
Consumi per m² (kWh/ m²)	106	114
Consumi per dipendente (kWh/dip.)	2.367	2.379

Il consumo nel 2004 si attesta su un valore di 114 kWh per metro quadro, confermando sostanzialmente il consumo del 2003. Per la riduzione dei consumi elettrici è in corso la sostituzione delle lampade tradizionali con la tipologia a basso consumo energetico.

Consumi di calore	2003	2004		
		Energia termica	Energia frigorifera	Totale
Consumi totali (Mcal)	5.843.620	2.476.410	1.136.460	**3.612.870**
Consumi per m² (kcal/ m²)	188.504	79.884	36.660	**116.544**
Consumi per dipendente (kcal/dip.)	4.174.014	1.660.905	762.213	**2.423.119**

Nel 2004 il consumo di calore, utilizzato per generare caldo in inverno e freddo in estate, è pari a 3.612.870 mega-calorie. Si registra pertanto una riduzione del consumo di ben il 38% rispetto all'anno precedente. In particolare, il consumo di calore dipende per il 69% dal riscaldamento invernale e per il 31% dal raffreddamento estivo.

Riduzione degli impatti della produzione di energia	2004
Risparmio annuo di combustibile (TEP)	2.907
Riduzione delle emissioni (t/anno)	
CO_2	12.600
NOx	61,78
SOx	74,5
Polveri	2,37

Nota: Unipol rappresenta il 10% circa del consumo complessivo della produzione della centrale

È importante sottolineare che Unipol, partecipando alla Finanziaria Bologna Metropolitana, è sia proprietario che utilizzatore della centrale termofrigorifera del Fiera District. In tal modo Unipol contribuisce allo sforzo di riduzione dell'impatto ambientale del proprio fabbisogno energetico, riduzione che può essere quantificata per l'intera produzione della centrale sia in termini di combustibile risparmiato annualmente sia in termini di emissioni evitate.

I consumi di acqua

Consumi di acqua	2003	2004
Consumi totali (m³)	17.835	19.340
Consumi per dipendente (m³/dip.)	12,5	12,97

L'approvvigionamento dell'acqua è effettuato attraverso la rete acquedottistica di HERA S.p.A.
Nel 2004 il consumo di acqua, da attribuire per la maggior parte ai servizi igienici (non avendo impianti di climatizzazione con torri evaporative) è stato di poco superiore all'anno precedente (19.340 m³, pari a 12,97 m³ per dipendente).
Una piccola parte è destinata alla irrorazione estiva delle aree verdi, che viene effettuata attraverso microdiffusione.

La mobilità sostenibile

Unipol è da sempre attenta all'impatto che la propria attività genera sul sistema urbano della mobilità.
Nel 2004 ha partecipato al gruppo di lavoro di Impronta Etica, di cui è socio, per la realizzazione dell'opuscolo "*L'impresa socialmente responsabile e la mobilità d'impresa*". Il confronto tra le esperienze dei diversi soci ha portato alla definizione di alcune linee guida per la diretta applicazione delle pratiche di mobilità sostenibile all'interno della propria impresa.
Il documento non vuole fornire soluzioni preconfezionate, ma contribuire piuttosto alla costruzione di un percorso ragionato al termine del quale sarà l'imprenditore, con la creatività che lo contraddistingue, a ideare la soluzione adatta alla propria realtà aziendale. Le linee guida si rivolgono non solo alle grandi imprese ma anche alle PMI nelle quali si incontrano spesso maggiori difficoltà ad adottare pratiche di Responsabilità Sociale e l'approccio scelto è dunque quello della semplicità, della sintesi e della chiarezza.

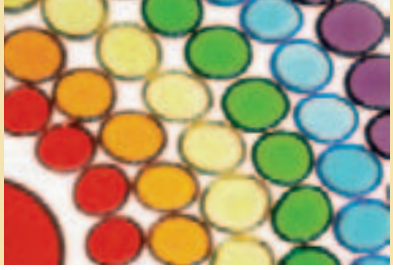
Inoltre, Unipol ha rinnovato la Convenzione con ATC (società che gestisce il trasporto pubblico urbano ed extraurbano di Bologna) e con FER (società che gestisce le linee ferroviarie ed automobilistiche in Emilia-Romagna), che prevede una riduzione del 25% del prezzo di acquisto degli abbonamenti annuali urbani, extraurbani e ferroviari.
È stato ultimato il parcheggio di fronte alla sede di via Stalingrado, di cui numerosi posti auto sono destinati ai dipendenti (grazie alla Convenzione con la cooperativa Operosa). Questo strumento consentirà di facilitare il *car pooling* dei dipendenti, diminuendo il numero di veicoli circolanti. In questo modo è possibile sia ridurre la ricerca di un parcheggio da parte dei dipendenti (con la conseguente riduzione nel consumo/inquinamento), sia ottenere un minore impatto ambientale, poichè le auto collocate nel parcheggio non sosteranno sulle strade circostanti.

Spese per mobilità	2003	2004
Viaggi in auto (km)	2.708.508	2.643.107
Autostrada (Euro)	79.905	80.335
Treno (Euro)	129.610	136.470
Aereo (Euro)	201.525	172.565
Autobus (Euro)	2.154	2.563
Parcheggio e taxi (Euro)	203.127	190.927

La tabella mostra la composizione degli spostamenti effettuati dai dipendenti di Unipol rispetto al mezzo di trasporto utilizzato, calcolata in base alle spese sostenute (in totale i giorni di trasferta nel 2004 sono stati 18.520, contro i 18.562 del 2003). Rispetto all'anno precedente è complessivamente diminuita la spesa riferita al trasporto in automobile e taxi, così come i chilometri percorsi. È invece aumentata la spesa per le modalità di trasporto a minor impatto ambientale, come il treno ed i mezzi del trasporto pubblico.

La gestione dei rifiuti

L'attività svolta da Unipol comporta la produzione di poche tipologie di rifiuti, per ciascuna delle quali Unipol sta concretizzando un solido impegno volto, in primis, alla riduzione del quantitativo prodotto e, a valle, all'implementazione di una corretta raccolta differenziata.



I rifiuti prodotti da Unipol sono tutti classificati come "speciali non pericolosi" e sono costituiti principalmente da:

- Carta;
- Imballaggi;
- Toner e cartucce per stampanti e fotocopiatrici;
- Computer;
- Mobili da ufficio.

Carta

L'utilizzo di carta rappresenta per Unipol uno dei consumi a maggiore impatto ambientale. L'attività di una compagnia di assicurazioni, infatti, è fortemente collegata all'uso di carta per la presentazione delle proposte assicurative, per la sottoscrizione dei contratti, per la presa in carico dei sinistri e per le varie altre incombenze di natura amministrativa e gestionale. Nel 2004 sono state utilizzate circa 100 tonnellate di carta, di cui un terzo costituito da carta riciclata. A ciò si deve aggiungere il consumo di carta per libri, periodici, riviste e stampati pubblicitari, difficilmente quantificabile.

Notevoli progressi sono stati realizzati grazie all'informatizzazione di alcune procedure, che ha consentito di ottenere un **forte contenimento del consumo di carta**. A puro titolo di esempio, con la messa in rete della rassegna stampa e con le procedure telematiche della gestione dei sinistri tramite Sertel, il contenimento dei consumi di carta è stimabile in 25 tonnellate annue.

Sono in corso di realizzazione altri interventi organizzativi intesi a contenere e a razionalizzare ulteriormente il consumo di carta attraverso l'espansione dell'utilizzo di supporti elettronici nell'ambito della modulistica aziendale.

In particolare:

- il progetto di rilevazione elettronica delle presenze, già in fase di avanzata realizzazione, che ha eliminato progressivamente l'uso dei cartellini-presenza nella sede centrale;
- la creazione di modulistica in formato elettronico per la trasmissione in via telematica alle Agenzie, che razionalizza l'impiego della modulistica ed elimina le scorte.

La **raccolta differenziata**, oltre ad essere realizzata quotidianamente all'interno degli uffici e nella gestione ordinaria dell'archivio, viene effettuata anche in occasione dei traslochi, in cui viene accumulata una notevole quantità di carta da macero. I documenti contenenti dati sensibili vengono raccolti in appositi contenitori, ritirati da una ditta specializzata, triturati per garantire la riservatezza delle informazioni e poi trasportati in cartiera per il riutilizzo.

Per ridurre il proprio impatto sull'ambiente, inoltre, Unipol ha deciso di utilizzare salviette riciclate in tutti i servizi presenti nelle sedi.

Il ricavato della vendita alle cartiere è devoluto all'AISM, un'Associazione senza scopo di lucro per la lotta alla sclerosi multipla.

Imballaggi

I rifiuti di imballaggio, rappresentati principalmente da cartone, legno e polistirolo, sono raccolti in maniera differenziata ed inviati al riciclaggio. La parte più consistente di rifiuti da imballaggio, costituita da cartoni, è pari a circa 25 tonnellate.

Toner e cartucce
L'impegno di Unipol nella minimizzazione degli impatti di toner e cartucce si concretizza su due fronti: da un lato, preferire i prodotti rigenerabili in modo da diminuire la quantità di rifiuti pericolosi prodotti; dall'altro, laddove non sia possibile percorrere la strada della rigenerazione, acquistare toner e cartucce di nuova generazione, non pericolosi, che possono così essere smaltiti senza produrre impatti significativi sull'ambiente. In ogni caso, nella sede centrale si provvede a raccogliere tutte le cartucce esaurite per avviarle alla rigenerazione o allo smaltimento corretto, così come nelle varie sedi decentrate CLG. Le cartucce esauste vengono accantonate e ritirate periodicamente dagli stessi fornitori.

Computer
Unipol dismette circa 200 computer all'anno. In molti casi vengono donati ad Enti di beneficenza o ad Associazioni ricreative e culturali. In alcuni casi sono stati ceduti a prezzo simbolico ai dipendenti ed il ricavato è stato donato in beneficenza. La quantità maggiore, destinata allo smaltimento nel rispetto di tutte le normative ambientali e previo rilascio delle adeguate certificazioni, è inviata a trattamento, recupero e smaltimento tramite HERA S.p.A.

Mobili da ufficio
I mobili dismessi non vengono smaltiti bensì, nell'ottica di minimizzare l'impatto negativo sull'ambiente e, al contempo, massimizzare l'impatto positivo sulla Società, vengono raccolti e destinati ad Associazioni Onlus o ad altri Enti e associazioni quali società sportive, scuole, oratori; un esempio importante, nel 2004, è costituito dal riammodernamento della sede di Direzione di Roma, i cui mobili ed arredi sono serviti ad arredare le sedi nazionali di due importanti Onlus. Laddove non sia possibile reimmetterli nel circuito come beni usati, essi vengono inviati al riciclaggio attraverso "Italtruciolo", che si occupa della macinazione, e rientrano in tal modo sul mercato come materia prima seconda.

Impatto ambientale dei fornitori
L'impegno di Unipol sulla sostenibilità dei fornitori si è concretizzato soprattutto negli ultimi due anni, attraverso una ricognizione avente lo scopo di classificare i fornitori più importanti rispetto alle politiche di sostenibilità da loro attuate, in modo da verificare il grado di sensibilità sui temi ambientali e iniziare a proporre loro una graduale incentivazione a percorrere la via della sostenibilità ed a sviluppare azioni in tal senso. Tra i fornitori sono presenti tipologie di attività che possono avere maggiori impatti sull'ambiente: tipografie, imprese produttrici di macchine e di attrezzature per ufficio, costruttori di mobili e di arredi vari, produttori di cancelleria e di materiale pubblicitario, erogatori di servizi di sicurezza e di pulizia.
I fornitori coinvolti sono stati selezionati tenendo conto delle tipologie di beni forniti e della rilevanza in termini di fatturato.
L'indagine nel 2003 era estesa ai primi 20 fornitori e prevedeva l'invio di una scheda per rilevare eventuali sistemi di gestione e certificazioni nell'ambito della qualità, del rispetto dell'ambiente e del rispetto dei lavoratori. In tal modo Unipol ha segnalato in modo formale ai principali fornitori la propria intenzione di introdurre, tra i criteri di scelta dei fornitori, anche il possesso di Certificazioni.

Fornitori che hanno ottenuto la certificazione ambientale ISO 14001 o EMAS

- COOPSETTE (costruzione di infrastrutture)
- DAUPHIN ITALIA (progettazione e distribuzione di sedie ergonomiche per ufficio)
- ENEL DISTRIBUZIONE S.p.A.
- IBM
- METHIS COOPSETTE (arredamento per ufficio)
- OLIVETTI (fornitura di stampanti e fax)
- TELECOM ITALIA S.p.A.
- XEROX (prodotti relativi alla stampa, copiatura, esecuzione di fax, scansione e software per gli uffici)

Fornitori che hanno ottenuto la Certificazione di Qualità ISO 9001 o ISO 9002

- BARTOLINI (corriere espresso)
- CAMST (ristorazione)
- CAPUANO & PARISINI (stampanti e fax)
- CEA ESTINTORI (progettazione e produzione di estintori)
- CEIF COOP (cooperativa elettricisti installatori)
- CEFLA scrl (divisione arredamenti)
- CENTRO COMPUTER S.p.A.
- COOP COSTRUZIONI SCARL (cooperativa di costruzione che opera nel settore immobiliare, edile e infrastrutturale)
- COOPERATIVA TECNOPOLIS (progettazione)
- COOPSERVICE (servizi alle imprese nei settori delle pulizie, della sicurezza, dell'ecologia e della logistica)
- COOPSETTE (costruzione di infrastrutture)
- DAUPHIN ITALIA (progettazione e distribuzione di sedie ergonomiche per ufficio)
- ELECTRIC SYSTEM (impianti e sistemi di sicurezza)
- ENEL DISTRIBUZIONE S.p.A.
- GECAL ACCESSORI srl (fornitura di toner e stampanti)
- GM2 (fornitura di fax)
- HERA COMM srl (fornitura di servizi energetici: gas, gpl, energia elettrica, teleriscaldamento)
- IBM
- MANUTENCOOP (servizi di pulizia)
- METHIS COOPSETTE (arredamento per ufficio)
- OLIVETTI (fornitura di stampanti e fax)
- OPEN PROJECT (progettazione)
- RITA srl RETE ITAL TEL (servizi di teleinformatica)
- SIAV (gestione elettronica documenti)
- TELECOM ITALIA S.p.A.
- XEROX (prodotti relativi alla stampa, copiatura, esecuzione di fax, scansione e software per gli uffici)

Nel 2004 tale ricognizione è stata nuovamente effettuata estendendo il campione ai primi 40 fornitori principali ed i risultati mettono in evidenza un miglioramento nell'approccio dei fornitori alla sostenibilità.
Rispetto allo scorso anno si è riscontrato un notevole miglioramento nel numero di imprese certificate: 26 su 40, infatti, sono certificate ISO 9001 (5 su 20 nel 2003). Le certificazioni ambientali, invece, sono possedute da 9 imprese su 40 (tra l'altro, queste sono in possesso anche della Certificazione ISO 9001), mentre nel 2003 la situazione vedeva solo 5 imprese su 20 in possesso di una certificazione ambientale.
Nel 2004 9 fornitori su 40 non sono in possesso di alcuna certificazione, mentre l'anno precedente erano ben 12 su 20.
L'indagine ha permesso inoltre di registrare, al di là dei dati quantitativi, un alto livello di disponibilità e di sensibilità al confronto da parte di quasi tutte le imprese censite. Vasto è stato il consenso alla nostra indagine da parte degli stessi fornitori, che si sono dichiarati disponibili a fornirci non solo i questionari compilati, ma anche attestati di certificazione e informazioni specifiche sui loro progetti di impegno a favore dell'ambiente e del sociale. Questo risultato porta a pensare che, nei prossimi anni, sarà possibile coinvolgere alcuni fornitori nel processo di inclusione alla redazione del Bilancio Sociale.

Fornitori [1]	2003	2004
Certificati ISO 9001	5	26
Certificati ISO 14001 o registrati EMAS	5	9
Non certificati	12	9

[1] Nel 2003 il campione era costituito da 20 fornitori. Nel 2004 è stato esteso a 40 fornitori

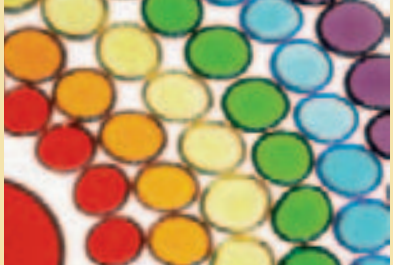
Le aziende che possiedono la Certificazione ISO 9001 garantiscono la conformità dei prodotti a specifiche norme e regole tecniche relative alla sicurezza e all'impatto ambientale.
Per quanto riguarda i sistemi di gestione ambientale, gli strumenti maggiormente utilizzati dai fornitori di Unipol sono ISO 14001 ed EMAS. In particolare, la più diffusa è la certificazione ISO 14001, che rappresenta una garanzia del fatto che i fornitori di Unipol tengono monitorati gli aspetti ambientali e definiscono piani di miglioramento per la riduzione degli impatti, sebbene non preveda di specificare livelli di performance ambientale.
Oltre alle certificazioni del sistema di gestione aziendale, le aziende hanno ottenuto certificazioni di prodotto per assicurare la conformità dei prodotti a specifiche norme e regole tecniche relative alla sicurezza e all'impatto ambientale, quali ad esempio attenzione nei processi di produzione all'utilizzo di prodotti che non generino rifiuti tossici, oppure attenzione all'utilizzo di materiali compatibili con l'ambiente.

Unipol e la Responsabilità Sociale d'Impresa

L'evoluzione del Bilancio Sociale in Unipol è cresciuta di pari passo con quella del processo di coinvolgimento e inclusione di tutti i portatori di interesse e con il crescente impegno dell'Azienda sui temi e sulle attività più direttamente riconducibili alla Responsabilità Sociale d'Impresa.

La storia di Unipol e le sue profonde radici cooperative giocano un ruolo determinante, ma l'investimento in Responsabilità Sociale nei dodici anni di Bilancio Sociale è costantemente andato oltre, rappresentando una scelta strategica fortemente voluta dalla Presidenza.

È innegabile il ruolo di precursore che Unipol ha giocato sul fronte del Bilancio Sociale e della Responsabilità Sociale d'Impresa. Questo ha portato Unipol ad avere una forte reputazione sul tema: oltre ad essere ritenuta una *best practice*, è diventata anche un caso di studio ed è oggetto di tesi e ricerche. Una reputazione costruita nel tempo, con il pieno sostegno dei vertici, con la ferma convinzione dell'azienda e di tutti i suoi attori, con l'accumulo di competenze e professionalità e lavorando con gli interlocutori del sociale, validi partner per l'implementazione delle proprie politiche di Responsabilità Sociale. Un "modo di fare impresa" che impatta sulla possibilità di aggregare consensi e risorse, senza prescindere dalla consapevolezza di quelle che sono le aree critiche e di attenzione di un'impresa assicurativa. Perché fare impresa in modo responsabile non significa fare beneficenza o filantropia, ma presuppone ed implica un "diverso" modo di svolgere la propria attività economica, nel rendere possibile e manifesta un'autonoma azione dei suoi stakeholder, nel coinvolgimento di essi nel bilanciamento dei diversi interessi in gioco, al fine di esplicitare una comune strategia di Responsabilità Sociale, che renda coerente e accettabile l'attività d'impresa nella comunità in cui essa opera e interagisce.
Unipol, nel corso di questi anni, ha attivato diverse partnership privilegiando progetti di lungo periodo, e non occasionali, con interlocutori che per la loro autorevolezza possono costituire esperienza e punti di riferimento per una materia, la Responsabilità Sociale d'Impresa, che necessita ancora di sistematizzazione ed evoluzione. Qui di seguito, alcuni dei principali progetti a cui Unipol partecipa. Le schede riportate sono state redatte direttamente dagli stessi partner coinvolti.



Contatto

Sito Internet
www.qres.it

Attività del Tavolo Q-RES 2004-05

La missione del progetto Q-RES è "promuovere una visione dell'organizzazione basata sul contratto sociale con gli stakeholder, attraverso la definizione di un nuovo standard certificabile della Responsabilità etico-sociale delle organizzazioni, che ne tuteli la reputazione e l'affidabilità".

Le attività del Tavolo Q-RES nel 2004 e nei primi mesi del 2005 si sono focalizzate su due fronti: il primo riguarda la dimensione europea e internazionale del dibattito sugli standard di CSR; il secondo la messa a punto di un processo di validazione dello Standard Q-RES.

- *Il contributo al dibattito internazionale sugli standard di CSR*
  Nel corso del 2004 Q-RES ha realizzato quattro Tavole Rotonde Europee nell'ambito della ricerca svolta in collaborazione con i centri di ricerca e le organizzazioni partner di Q-RES in Germania (ZfW-Centre for Business Ethics di Costanza), Regno Unito (AccountAbility e il SIGMA Project) e Francia (AFNOR) sulla convergenza tra gli standard di CSR.

Parallelamente alla dimensione Europea, il Progetto Q-RES ha rafforzato i propri legami con iniziative internazionali, entrando a far parte del nuovo Gruppo di Lavoro sulla Responsabilità Sociale costituito dall'ISO. Si tratta di un Gruppo di Lavoro internazionale (oltre 40 Paesi rappresentati) con il mandato di elaborare il futuro standard ISO 26000 (data di pubblicazione prevista: 2007). Q-RES risulta citato tra gli standard di CSR internazionali presi in considerazione dall'ISO.

- *Il processo di validazione dello Standard Q-RES*
  I membri del Tavolo Q-RES, sotto la guida del Gruppo Normatore, hanno dato avvio al processo di validazione dello Standard Q-RES, che prevede come prima fase la realizzazione di un'auto-valutazione da parte di un campione di imprese del grado di aderenza ai requisiti dello Standard Q-RES. Un team di valutatori, formato da ricercatori del CELE e membri del Gruppo Normatore, ha realizzato una serie di visite di validazione presso le imprese partecipanti, simulando una visita ispettiva da parte di un organismo di futura certificazione.
  I risultati emersi dalla prima fase del processo di validazione porteranno nell'autunno del 2005 a formulare alcune ipotesi di miglioramento dello Standard Q-RES e alla definizione delle procedure di verifica.

Impronta Etica

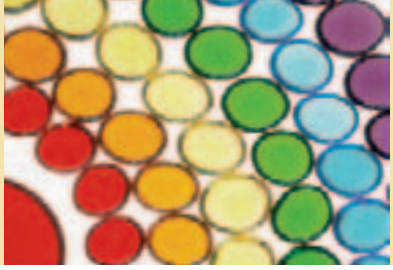
Nel 2002 Unipol ha deciso di aderire come socio ad Impronta Etica, associazione non profit nata nel 2001 su iniziativa di un gruppo di imprese emiliane per promuovere il tema della Responsabilità Sociale di Impresa (RSI).
A quattro anni dalla sua nascita, oggi fanno parte di Impronta Etica 19 aziende accomunate da un obiettivo: creare una rete tra imprese ed organizzazioni che intendono l'impegno sociale una parte essenziale della propria missione e si attivano in pratiche di Responsabilità Sociale.
All'interno del network il confronto, il dialogo e lo scambio di sinergie reciproche rappresentano elementi basilari, così come ribadito nel Manifesto "*Per una Responsabilità Sociale che sia elemento distintivo dello sviluppo sostenibile*", pubblicato dall'Associazione nel luglio 2003.

Obiettivi principali dell'associazione sono:
- essere un luogo di incontro e di discussione per riflettere sulle tematiche della RSI e dell'etica di impresa;
- valorizzare e rendere più efficaci le esperienze maturate dagli associati;
- stimolare le imprese a sviluppare nuove esperienze, ideando strumenti e processi nuovi, operando negli ambiti attuali d'interesse economico;
- mettere in relazione i soci con analoghe istituzioni nazionali ed internazionali.

Le attività chiave svolte dall'associazione sono:
- l'organizzazione di gruppi di lavoro con i soci su tematiche di interesse comune: nel corso del 2004 sono state pubblicate linee guida sulla mobilità sostenibile e sulla comunicazione della propria Responsabilità Sociale;
- lo sviluppo di canali di comunicazione e di informazione, tramite la pubblicazione di newsletter, la partecipazione a diversi convegni e seminari per promuovere le tematiche della RSI e diffondere le buone pratiche dei soci in materia, l'organizzazione di eventi che rappresentano importanti momenti di confronto aperti a diversi soggetti, dal mondo delle imprese a quello accademico;
- l'aggiornamento costante sugli sviluppi in materia di RSI: a livello europeo Impronta Etica è National Partner Organization del CSR Europe (network europeo per la promozione della Responsabilità Sociale); a livello nazionale l'associazione partecipa al Forum Italiano Multistakeholder per la RSI, istituito dal Ministero del Welfare;
- la realizzazione di progetti di ricerca considerati chiave dai propri soci per lo sviluppo di una responsabilità sociale che si concretizzi in un modo diverso di fare impresa: sono stati avviati nel 2004 due progetti che hanno avuto come oggetto gli strumenti e le politiche per la gestione della diversità in azienda ed il ruolo della Pubblica Amministrazione nello sviluppo della Responsabilità Sociale presso le imprese del territorio.
  Si è conclusa, inoltre, una ricerca sul tema del coinvolgimento degli stakeholder all'interno delle imprese nei primi mesi del 2005.

Contatto

Sito Internet
www.improntaetica.org



Contatto

Sito internet
www.cittadinanzattiva.it

Cittadinanzattiva

Cittadinanzattiva è un movimento che opera per promuovere la partecipazione civica e la tutela dei diritti dei cittadini.
Si tratta di un'organizzazione con oltre 70.000 aderenti, diffusa su tutto il territorio nazionale, impegnata in vari ambiti: dalla salute alla giustizia, dai diritti dei consumatori alla scuola.
Da diversi anni Unipol ha un rapporto di partnership con Cittadinanzattiva su una serie di tematiche. In particolare, l'azienda sostiene Cittadinanzattiva nella diffusione della conoscenza e nell'implementazione del principio della Sussidiarietà, introdotto nella nostra Costituzione con l'articolo 118, ultimo comma. Il principio di Sussidiarietà prevede che le Istituzioni e le Amministrazioni favoriscano i cittadini singoli e associati nello svolgimento di funzioni di interesse generale.
Unipol condivide l'impostazione di Cittadinanzattiva, secondo la quale anche le imprese, in quanto parte della società civile, hanno il potere e la responsabilità di svolgere tali funzioni. Proprio per questa ragione, Unipol ha sostenuto le Convenzioni Nazionali sulla Sussidiarietà, svolte nel 2004 e nel 2005, e la seconda Giornata Nazionale sulla Sicurezza nelle Scuole del 25 Novembre 2004.

Contatto

Sito Internet
www.gruppodifrascati.it

Gruppo di Frascati

In quest'ottica di "responsabilità allargate e condivise", Unipol fa parte del Gruppo di Frascati per la Responsabilità Sociale d'Impresa, costituitosi nel 1999 per iniziativa di Cittadinanzattiva, il cui fine è promuovere una nuova cultura imprenditoriale: la cittadinanza d'impresa.
"Cittadinanza d'impresa" significa conciliare le esigenze del mercato con la tutela dei beni comuni e dell'interesse generale. Significa agire in modo responsabile nei confronti degli stakeholder dell'impresa.

Il Gruppo di Frascati, nel corso del 2004, si è distinto per aver realizzato con Cittadinanzattiva una serie di iniziative:

- è stato partner della seconda annualità del progetto "Obiettivo Barriere", che ha riguardato "sport e disabilità", per affermare il diritto all'uguaglianza nell'accessibilità ai luoghi dello sport, sia in quanto spettatori sia in quanto attori;
- è stato partner nella realizzazione del quarto seminario internazionale sulla CSR "*Taking CSR seriously*" che si è svolto a Frascati il 15 e 16 Ottobre 2004;
- ha promosso, insieme ad altri soggetti istituzionali, parti sociali e imprese sensibili ai diritti umani e alla responsabilità sociale d'impresa, il Global Compact Network per la Responsabilità Sociale d'Impresa, il primo network italiano per la promozione e la diffusione del Global Compact di Kofi Annan e la realizzazione di un ciclo di seminari tematici su vari aspetti della CSR (la comunicazione, le PMI, gli strumenti, ecc.);
- nel corso del 2004, il Gruppo di Frascati ha elaborato un secondo parere sullo standard CSR-SC redatto dal Ministero del Welfare.

Forum per la Finanza Sostenibile

Il Forum per la Finanza Sostenibile è un'associazione senza scopo di lucro, la cui missione è la promozione della cultura dello sviluppo sostenibile presso la comunità finanziaria italiana.

L'attività del Forum, in particolare, è mirata alla crescita degli investimenti socialmente responsabili, quelli cioè che riescono a produrre, oltre ad un rendimento finanziario, anche benefici ambientali e sociali. Questo obiettivo si realizza introducendo criteri di selezione dei titoli presenti in un portafoglio finanziario che tengano conto anche di aspetti sociali e ambientali, o partecipando attivamente alla vita delle società partecipate per influenzarne le strategie nella direzione di una maggior Responsabilità Sociale.

Nel corso del 2004, l'impegno più importante del Forum è stato rappresentato dal filone relativo agli investitori istituzionali, organizzato all'interno di un programma intitolato "*Futuro di Valore*": è stato creato un gruppo di lavoro multistakeholder che ha valicato l'elaborazione di un manuale teorico e operativo destinato ai Fondi Pensione, che spiega che cos'è l'investimento socialmente responsabile, perché un investitore istituzionale dovrebbe considerarlo e come, nella pratica, si può realizzare. La pubblicazione è stata presentata nell'ambito di un seminario di alto profilo istituzionale.

Il Forum ha poi avviato un altro progetto, denominato "*Finanza, globalizzazione e sostenibilità*", che si pone l'obiettivo di aiutare le istituzioni finanziarie a valutare gli impatti ambientali e sociali dei processi di internazionalizzazione dell'economia e a intervenire opportunamente per ridurre quelli più negativi. Inoltre, è stato avviato un progetto di educazione finanziaria rivolto ai cittadini. È proseguita la tipica attività di informazione, formazione e divulgazione, in primo luogo attraverso una grande conferenza internazionale su "*Corporate Governance, Social Responsibility and Sustainable Investment*", organizzata assieme ad ABI ed Eurosif a Roma nel febbraio 2004, poi, attraverso vari seminari tematici, tra cui vale la pena di ricordare quello su SRI e organizzazioni religiose.

A livello di lobby istituzionale, il Forum ha promosso l'approvazione di una norma all'interno della legge di riforma del sistema pensionistico in base alla quale i Fondi Pensione dovranno comunicare se ed in quale misura tengono conto degli aspetti ambientali e sociali nelle loro politiche di investimento e nell'esercizio dei diritti di voto.

Contatto

Sito internet
www.finanzasostenibile.it

UIL Democrazia Economica

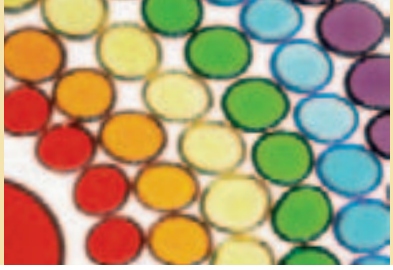
Il boom dell'etica prosegue, cresce e si diffonde la sensibilità dei consumatori sui temi del sociale e le nostre imprese colgono al volo questa tendenza.

Sono passati più di tre anni da quando la UIL ha sentito l'esigenza di approfondire il dibattito su questi temi. Primi tra tutte le Organizzazioni Sindacali, abbiamo aperto, allora, una porta di una "casa" che - pur ospitando temi che storicamente fanno parte del DNA - non aveva mai aperto il proprio uscio al Sindacato.

In quella occasione parteciparono nomi tra i più rappresentativi fra coloro che hanno contribuito a costruire nel nostro Paese il tessuto della RSI e noi avanzammo un'analisi che denunciava opportunità e insidie nelle politiche di ne

Contatto

Sito Internet
www.uil.it/dem_economica/



Responsabilità Sociale e l'evidente legame che corre tra la RSI e le politiche di Democrazia Economica, che sono la parte più significativa e fondamentale del "coinvolgimento": come segnalammo, il passaggio alla RSI di una azienda non può che partire dalla difesa dei Diritti e dalla partecipazione dei lavoratori.
Che cosa è cambiato in questi anni? Come sono maturati i tempi della RSI? Cosa ha fatto e cosa può fare il Sindacato?
Il Sindacato Europeo ha trovato una sintesi che si concretizza nella necessità di mettere ordine nel campo della RSI e nel definire un quadro di riferimento di regole certe cui attenersi, dopo aver scelto - volontariamente - di diventare un'impresa responsabile. Il nostro parere è che la Commissione Europea dovrebbe innanzi tutto delineare un quadro che oltrepassi il Libro Verde e che fornisca un'immagine più rappresentativa delle esperienze della realtà europea, superando (in positivo) l'approccio preminentemente anglosassone della materia attuale.
In Italia, l'interesse riservato ai temi della RSI è stato grande. La maggior parte di esse sono state promosse dalle imprese o dalle loro categorie, con il risultato di evidenziare solo alcune delle opportunità offerte dalla RSI.
Non siamo d'accordo (e lo abbiamo dichiarato più volte) con l'impostazione che si concentra sul "*corporate giving*" e che individua nella beneficenza il fulcro della RSI. La RSI è prima di tutto Democrazia Economica: diritti, coinvolgimento, trasparenza della *corporate governance* e partecipazione.
Ciò che auspichiamo è che si evidenzi la netta distinzione fra responsabilità sociale e conquiste sociali, fra volontarietà e contrattazione, fra forum *multi-stakeholder* e relazioni industriali.
È importante definire dei criteri minimi dai quali sviluppare ed incentivare le pratiche di Responsabilità Sociale: quello che due anni fa chiamammo *benchmark* sociale e che oggi possiamo definire un quadro di riferimento minimo su cui costruire la Responsabilità Sociale, la struttura portante della RSI. Stiamo elaborando i "nostri indicatori" con la voglia di chi chiede chiarezza e punti fermi fra diritti e beneficenza. L'obiettivo è quello di costruire una griglia che permetta di fornire una fotografia delle politiche di un'impresa che partano dall'applicazione di quanto elaborato in sede contrattuale e dalle relazioni industriali ed evidenzino tutti quegli sforzi in più che una azienda, volontariamente, decide di assumere in sintonia e condivisione con i suoi stakeholder.
Il coinvolgimento nei processi, la democrazia economica nelle scelte aziendali e la trasparenza devono rappresentare la vera unità di misura della Responsabilità Sociale, legata ai processi di sviluppo, senza perdere mai di vista le problematiche del territorio e della sostenibilità. Il percorso della vera Responsabilità Sociale parte necessariamente dal ripensamento delle regole di "*governance*" delle imprese.
Con queste idee e con questa consapevolezza, la UIL Democrazia Economica ha promosso una collaborazione permanente con la struttura di Unipol che si occupa della RSI, una collaborazione di ampio respiro che va oltre il Bilancio Sociale (si veda, ad esempio, il progetto sulla Società Cooperativa Europea), per il suo ruolo finora svolto di "battistrada" e perché i valori originari d'impresa e le modalità con cui finora ha portato avanti il confronto sulla RSI possano essere risorse concrete di esperienze anche per il Sindacato italiano.

Adiconsum

È un'Associazione di Consumatori costituita nel 1987 su iniziativa della CISL, la quale opera a tutela dei consumatori in piena autonomia dalle imprese, dai partiti, dal governo e dallo stesso sindacato. Adiconsum è riconosciuta Associazione rappresentativa a livello nazionale e fa parte del CNCU presso il Ministero delle Attività Produttive.

L'associazione svolge la propria attività in vari settori, per i quali ha istituito dipartimenti specializzati, fra i quali: qualità e sicurezza dei prodotti, risparmio energetico e salvaguardia dell'ambiente, servizi finanziari e assicurativi, alimentazione, educazione dei cittadini al consumo consapevole. Adiconsum gestisce anche il fondo prevenzione usura, operante a livello nazionale, istituito dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, in riferimento all'Art. 15 della Legge sull'usura n. 108/96.

Ogni giorno oltre 250.000 consumatori ricevono assistenza individuale presso le oltre 283 sedi territoriali Adiconsum. Negli ultimi anni l'associazione ha maturato un impegno crescente sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa e lo ha concretizzato con l'avvio di ricerche e studi sull'argomento, campagne informative e convegni, con il supporto della Commissione Europea, DG lavoro e affari sociali. Il primo progetto, denominato "*La scelta etica*", ha portato alla pubblicazione di una guida al consumo socialmente responsabile e di un rapporto di ricerca sulla certificazione in materia di CSR (*Corporate Sociale Responsability*).

Il secondo progetto "*Ethma - Ethics&Market*" sulla finanza etica, ha realizzato un rapporto di analisi sui fondi d'investimento etici in Italia, una guida al risparmio e investimento socialmente responsabile, un convegno e una campagna di sensibilizzazione degli operatori.

Il terzo "*SA&Co. - Social Accountability & consumers*", sta conducendo uno studio sui Bilanci Sociali nell'ottica *consumer oriented* per favorirne la diffusione tra i consumatori. Unipol ha manifestato interesse per questo progetto, decidendo di aderirvi in qualità di sostenitore, mettendo a disposizione la propria esperienza e il proprio decennale impegno nel campo della CSR.

Adiconsum collabora, inoltre, con il gruppo di lavoro del progetto CSR-SC del Ministero del Welfare, partecipa a numerosi comitati stakeholder, all'osservatorio OSIF sulla sostenibilità dell'impresa e della finanza e al Forum per la Finanza Sostenibile.

Contatto

Sito Internet

www.adiconsum.it

«Mirare al conseguimento di un risultato economico positivo e all'accrescimento della solidità dell'impresa, incrementando il valore economico e remunerando il capitale sottoscritto dagli azionisti»

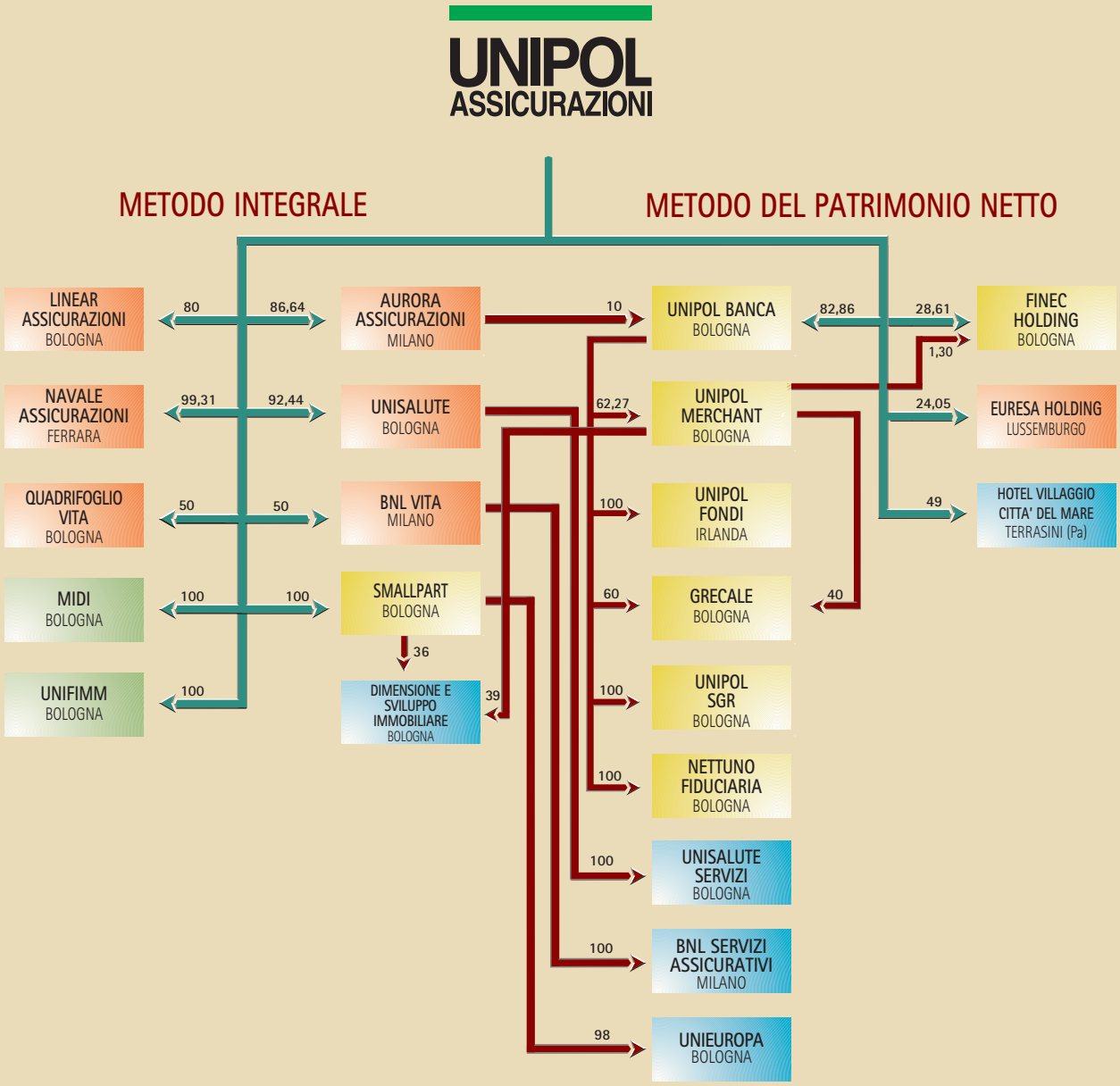
«Contribuire, attraverso investimenti finalizzati, alla creazione di nuova occupazione»

«Affermare il ruolo politico ed economico dell'Economia Sociale, anche attraverso l'impegno costante in ambito internazionale»

Le Società del Gruppo Unipol

Le Società del Gruppo Unipol

Area di consolidamento al 31 dicembre 2004



SOCIETÀ ASSICURATIVE HOLDING ASSICURATIVE | IMMOBILIARI | SERVIZI FINANZIARI BANCHE | ALTRE (*)

(*) In prevalenza società di servizi strettamente funzionali all'attività assicurativa e patrimoniale.

Linear Assicurazioni

L'identità

Linear è la compagnia del Gruppo specializzata nella vendita telefonica e su internet di polizze Auto. Nasce nel 1996 e nel tempo ha consolidato il suo ruolo in questo specifico settore del business assicurativo: la propria quota di mercato nell'ambito dei competitors diretti si attesta attorno al 18%.

Linear, in coerenza con la missione affidatale dalla Capogruppo, ha confermato la propria strategia di sviluppo caratterizzata dalla specializzazione nei prodotti Auto con l'obiettivo di ottenere una performance di eccellenza in termini di competitività e livello di servizio verso il mercato degli assicurati. L'attenzione gestionale si focalizza in particolare sul miglioramento dei risultati tecnici e della qualità del servizio, nonché sul contenimento dei costi di gestione. Lo sviluppo è basato sulla fidelizzazione della clientela acquisita e si orienta verso clienti caratterizzati da ottimi profili di rischio, ai quali offre prodotti di qualità a prezzo contenuto. L'attenzione al servizio alla clientela è testimoniata anche dal fatto che Linear si colloca regolarmente ai primi posti nelle speciali classifiche di *customer satisfaction* dell'assicurazione RC Auto.

Rendiconto

Nel 2004 Linear ha raccolto premi per 153,4 milioni di Euro, con una crescita sull'anno precedente del 18%. Lo sviluppo è stato alimentato dal canale telefonico per un 62% e per il restante 38% dal canale internet. L'anno precedente le percentuali furono rispettivamente del 63% e del 37%. La nuova produzione rappresenta circa un quarto della raccolta premi complessiva (35% nel 2003), di cui il 56% deriva dal canale telefonico ed il 44% da quello internet.

L'utile del 2004 risulta pari a 10,57 milioni di Euro. Il patrimonio netto si attesta sui 36,88 milioni di Euro.

Il margine di solvibilità risulta ampiamente eccedente rispetto a quanto richiesto dalla norme di legge.

Indicatori economico-finanziari

	2002	2003	2004
Utile netto	5,22	10,32	10,57
Patrimonio netto	25,11	35,58	36,88
Premi di esercizio	97,96	130,23	153,44

Importi in milioni di Euro

Relazione Sociale

Lo sviluppo di Linear è in relazione al numero degli assicurati che, nel corso del 2004, ha registrato un incremento di circa 50.000 unità, realizzando circa 368.000 contratti. Il personale ha raggiunto a fine 2004 le 302 unità, con un aumento di 37 unità rispetto al 2003. Circa i 2/3 dei dipendenti sono impiegati nella centrale operativa (call center). Molto elevata è la percentuale di donne, che costituiscono quasi il 70% della forza lavoro.

Indicatori sociali verso i Clienti

	2002	2003	2004
Numero assicurati	250.088	318.000	368.000
Numero sinistri denunciati	21.934	28.455	35.469
di cui: numero sinistri liquidati	11.569	15.686	21.000

Indicatori sociali verso i Dipendenti

	2002	2003	2004
Numero dipendenti	220	265	302
- di cui Call Center	164	180	201
Numero uomini	55	76	89
Numero donne	165	189	213
Categorie protette	11	11	17
Assunzioni	61	88	68
Cessazioni	17	33	49
Passaggi di qualifica	44	74	38
Riconoscimenti individuali	15	12	26

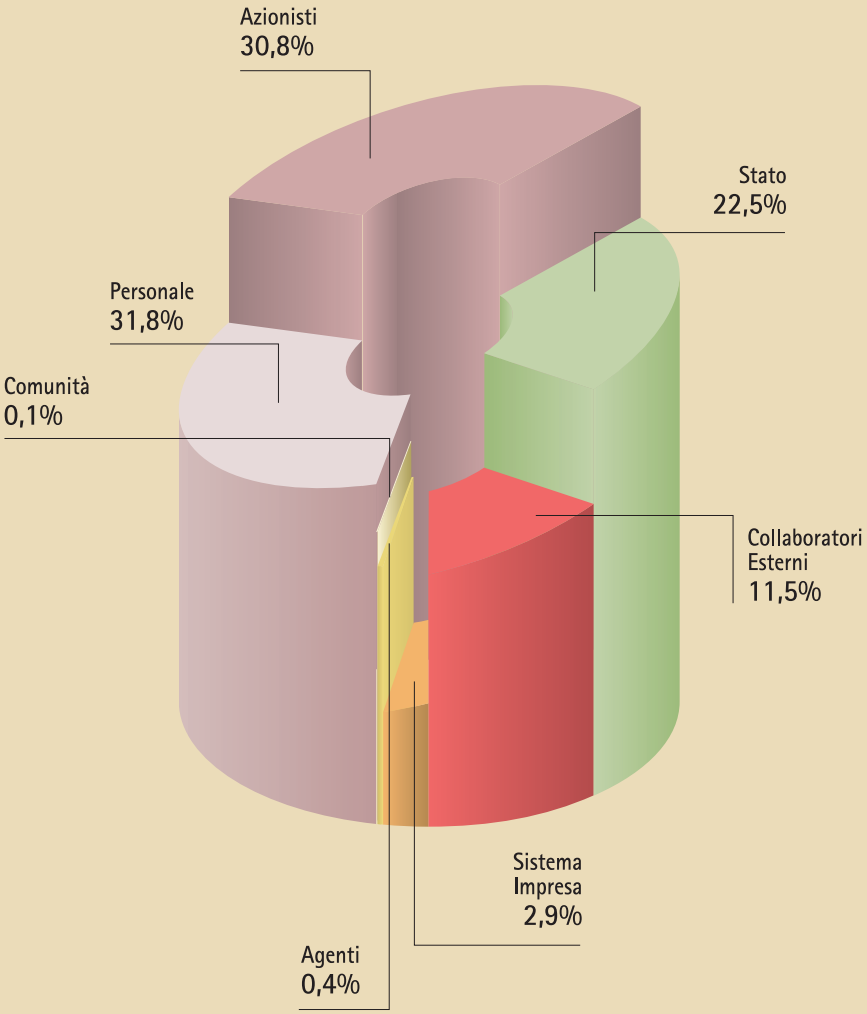
Contatto

Numero verde: 800-112233
www.linear.it

LINEAR®
Assicurazioni in Linea

Il Valore Aggiunto

Per Linear il Valore Aggiunto, nel corso del 2004, è risultato pari a 31,3 milioni di Euro (28,3 nel 2003).
Di questi la quota più rilevante è destinata a coloro che sono parte attiva dello sviluppo della Società e garantiscono il raggiungimento dei risultati, ovvero alle risorse umane (personale dipendente, agenti e collaboratori esterni quali periti, medici e avvocati): 13,7 milioni di Euro, corrispondenti al 43,7% del Valore Aggiunto complessivo. Altra quota rilevante è costituita dai dividendi che sono destinati agli azionisti, quale remunerazione diretta del loro investimento: 9,65 milioni di Euro, 30,9% del totale. Un altro 22,5% (equivalente a 7 milioni di Euro) è attribuito al sistema delle Pubbliche Amministrazioni, mediante le imposte dirette sul reddito (Irpeg ed Irap) e altre imposte.



Distribuzione del Valore Aggiunto

Remunerazioni	2002	%	2003	%	2004	%
al Personale	6.298	36,7	8.281	29,2	9.968	31,8
agli Agenti	120	0,7	115	0,4	112	0,4
ai Collaboratori Esterni	1.967	11,4	2.564	9,1	3.590	11,5
agli Azionisti	4.800	27,9	9.264	32,7	9.650	30,8
al Sistema impresa	425	2,5	1.054	3,7	917	2,9
allo Stato	3.564	20,7	7.056	24,8	7.036	22,5
alla Comunità	4	0,1	4	0,1	4	0,1
Valore Aggiunto	**17.178**	**100**	**28.338**	**100**	**31.276**	**100**

Importi in migliaia di Euro

UniSalute

L'identità

UniSalute nasce nel 1995 per rispondere nel modo migliore all'emergere dei nuovi bisogni che caratterizzano l'attuale evoluzione della Sanità in Italia, con una Compagnia specializzata nell'assistenza sanitaria integrativa, che opera utilizzando una rete di strutture direttamente convenzionate.

L'idea di fondo è quella di integrare le prestazioni del Servizio Sanitario Nazionale, fornendo servizi di qualità a prezzi equi grazie a formule d'acquisto per prestazioni sanitarie private e pubbliche, in cui la Compagnia funge da tramite fra gli assicurati e le strutture sanitarie.

Ulteriore obiettivo è quello di collaborare con tutti gli attori sociali per lo sviluppo dei piani sanitari aziendali, delle mutue e dei fondi sanitari integrativi.

UniSalute opera esclusivamente nei rami Malattia, Infortuni, Assistenza e Perdite Pecuniarie. I prodotti sono chiamati "Piani Sanitari", per evidenziare il fatto che affrontano globalmente il problema dell'assistenza sanitaria, secondo le diverse esigenze della clientela. Sono fra i più economici del mercato, grazie all'attento controllo da parte della Compagnia di tutte le variabili dell'andamento assicurativo. I "Piani Sanitari" si dividono in due macro-categorie: individuali e collettivi.

Contatto

Numero verde: 800-114444
www.unisalute.it

UNISALUTE

Rendiconto

L'andamento di UniSalute anche quest'anno è stato contraddistinto da una crescita positiva, che l'ha portata ad ottenere nel ramo Malattia una quota di mercato pari al 4,3%, con un posizionamento al 5° posto (6° nel 2003) fra le principali imprese che operano nel settore.

Indicatori economico-finanziari

	2002	2003	2004
Utile netto	3,53	3,76	2,54
Premi di esercizio	53,67	64,83	75,12

Importi in milioni di Euro

Relazione Sociale

Il rapporto con gli stakeholder si basa sui valori ed i principi che caratterizzano il Gruppo Unipol. Il servizio al cliente è contraddistinto dall'assistenza globale in tutte le fasi tramite centrale telefonica, che velocizza e semplifica il processo, e dalla capillarità sul territorio delle strutture convenzionate.

Le strutture convenzionate sono suddivise in:

- 775 poliambulatori, centri diagnostici;
- 187 case di cura, ospedali;
- 278 centri odontoiatrici.

Tale rete si è sviluppata e si incrementerà in rapporto ai contratti acquisiti con mutue, casse di assistenza e fondi.

Collaborano inoltre con UniSalute 33 Medici consulenti.

Indicatori sociali verso i Clienti

	2002	2003	2004
Nr. assicurati	600.000	800.000	600.000 Malattia 750.000 Assistenza
Nr. prestazioni	191.685	218.916	339.399
Nr. strutture convenzionate	799	1.013	1.240
Nr. chiamate al numero verde	312.015	325.017	570.000

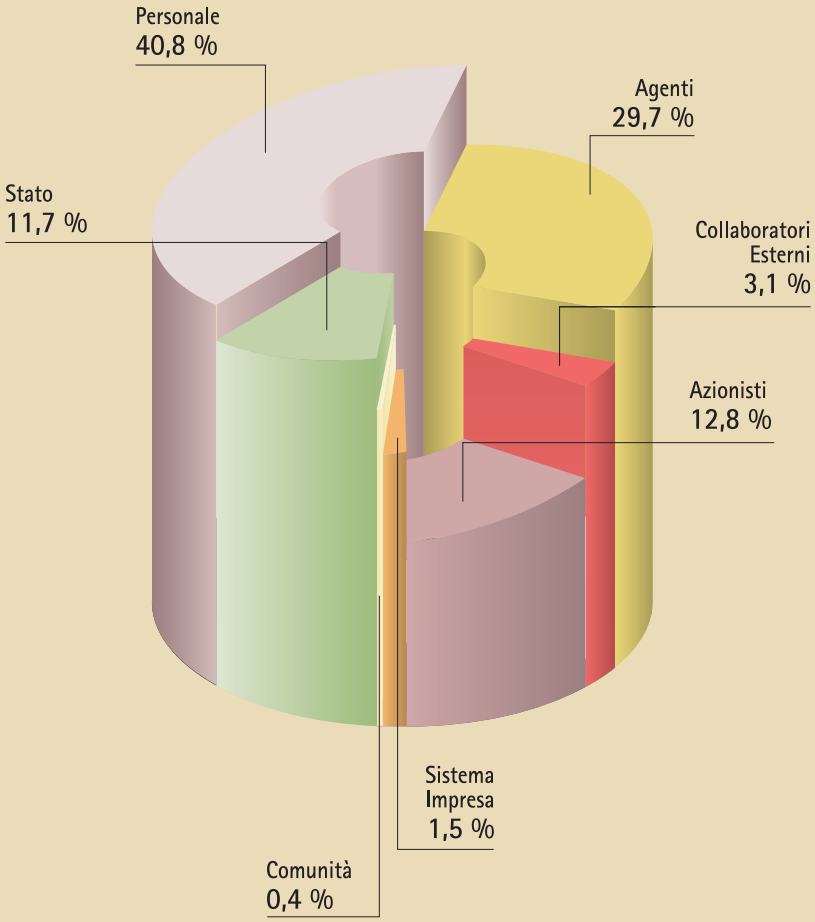
In merito ai dipendenti, UniSalute ha registrato una crescita di circa il 20%.

Indicatori sociali verso i dipendenti

	2002	2003	2004
Numero dipendenti	161	208	241
- di cui Call Center	103	120	128
Numero uomini	51	62	68
Numero donne	110	146	173
Categorie protette	10	10	13
Assunzioni	59	54	39
Cessazioni	6	14	6
Passaggi di qualifica	16	24	51
Lavoratori a tempo determinato	13	6	15

Il Valore Aggiunto

Il Valore Aggiunto di UniSalute al 31/12/2004 è pari a 17.818 migliaia di Euro (17.514 migliaia di Euro nel 2003).
Come evidenziato nella tabella, la quota più rilevante del Valore Aggiunto (12.577 migliaia di Euro, pari al 73,6%) è destinata alle risorse umane (personale dipendente, agenti, medici, etc.), ossia a coloro che sono parte attiva dello sviluppo della Società e garantiscono il raggiungimento dei risultati.
Seguono, nella distribuzione, la parte destinata agli azionisti quale remunerazione diretta dell'investimento (attraverso i dividendi distribuiti), che ammonta al 12,8% della ricchezza prodotta, pari a 2.275 migliaia di Euro, e la parte destinata alle Istituzioni, sotto forma di imposte dirette sul reddito (IRES, IRAP) e altre imposte, per un ammontare complessivo di 2.080 migliaia di Euro, pari al 11,7% del Valore Aggiunto.



Distribuzione del Valore Aggiunto

Remunerazioni	2002	%	2003	%	2004	%
al Personale	5.080	33,2	6.014	34,3	7.278	40,8
agli Agenti	3.585	23,5	4.145	23,7	5.299	29,7
ai Collaboratori Esterni	446	2,9	587	3,4	560	3,1
agli Azionisti	3.325	21,7	3.500	20	2.275	12,8
al Sistema impresa	203	1,3	259	1,5	262	1,5
allo Stato	2.632	17,2	2.963	16,9	2.080	11,7
alla Comunità	31	0,2	46	0,3	64	0,4
Valore Aggiunto	**15.302**	**100**	**17.514**	**100**	**17.818**	**100**

Importi in migliaia di Euro

Aurora Assicurazioni

L'identità

Nel 2004 è stato avviato e concluso un ampio ed importante processo di ristrutturazione delle società milanesi del Gruppo Unipol, realizzato con le seguenti modalità:

- fusione per incorporazione di Meieaurora S.p.A. e Newwin S.p.A. in Winterthur Assicurazioni S.p.A. (Aprile 2004);
- modificazione della denominazione sociale di Winterthur Assicurazioni S.p.A. in Aurora Assicurazioni S.p.A. (Aprile 2004);
- fusione per incorporazione di Winterthur Vita S.p.A., nonché delle due immobiliari Centro Servizi Missori Srl e Immobiliare San Vigilio S.p.A. (Novembre 2004);
- fusione per incorporazione di Winterthur Sim S.p.A. e Wintervesa Srl (Dicembre 2004).

È nata così "Aurora Assicurazioni S.p.A." che, per volume di premi, è una delle principali compagnie di assicurazione multiramo operanti in Italia. La società, con sede a San Donato Milanese (MI), costituisce il polo assicurativo milanese del Gruppo Unipol, con una rete di vendita composta da circa 1.250 Agenzie distribuite su tutto il territorio nazionale, circa tre milioni di clienti e oltre 2.250 dipendenti. Sono stati inoltre completati, nei tempi prefissati, i processi di integrazione organizzativa, informatica e logistica e si sono avviate le azioni di contenimento dei costi previsti dal piano triennale. Il completamento di tali attività ha già permesso di ottenere le prime sinergie di costi e di investimenti, i cui effetti si dispiegheranno pienamente a partire dal 2005. La neonata Compagnia pone al centro della propria attività il soddisfacimento del bisogno di sicurezza della propria clientela:

- con l'offerta di tutele adeguate all'evoluzione dei bisogni assicurativi e finanziari, sia generali che specifici;
- con prodotti competitivi nei costi e nei servizi;
- con un impegno di trasparenza nel rapporto;
- con la presenza capillare e qualificata su tutto il territorio attraverso la propria rete di agenti professionisti.

Aurora promuove, sia all'interno sia all'esterno, comportamenti e attività coerenti con il significato sociale del proprio ruolo di assicuratore e ritiene che tradizione, solidità, stabilità e capacità innovativa siano gli elementi fondanti della propria identità a tutela di Assicurati, Dipendenti, Agenti e Azionisti.

Per questo intende collocarsi, con la qualità dei suoi prodotti/servizi e la professionalità della sua rete di Agenti, tra le principali Compagnie di riferimento per le famiglie e le piccole e medie Imprese italiane.

Raccolta premi 2004

	2003	2004	Mix 2003	Mix 2004	Variazione
Infortuni	195.951	206.916	6,2%	6,3%	5,6%
Malattie	58.413	51.783	1,8%	1,6%	-11,4%
Corpi Veicoli Terrestri	216.409	206.300	6,8%	6,3%	-4,7%
Incendio	103.629	121.931	3,3%	3,7%	17,7%
Altri Danni ai Beni	152.628	139.710	4,8%	4,3%	-8,5%
RC Auto	1.189.727	1.170.089	37,6%	35,7%	-1,7%
RC Generale	154.885	167.480	4,9%	5,1%	8,1%
Cauzioni e Credito	18.326	16.736	0,6%	0,5%	-8,7%
Assistenza	20.673	22.538	0,7%	0,7%	9,0%
Altri Rami Danni	36.013	42.566	1,1%	1,3%	18,2%
Vita	1.020.907	1.129.748	32,2%	34,5%	10,7%
TOTALE	**3.167.561**	**3.275.797**	**100%**	**100%**	**3,4%**

Importi in migliaia di Euro.

Contatto

Tel. 02 85471
www.aurorassicurazioni.it

Aurora ASSICURAZIONI

Rendiconto

L'andamento della Società nell'esercizio ha fatto registrare un risultato netto in crescita del 12% rispetto alla situazione del 2003 aggregata delle società incorporate. L'utile raggiunge i 145,3 milioni di Euro (130 milioni di Euro dell'anno precedente) ed è costituito da un risultato molto positivo della gestione dei rami Danni (119,5 milioni di Euro) e da un risultato più che soddisfacente nella gestione dei rami Vita (25,8 milioni di Euro). Il portafoglio premi evidenzia nel suo complesso una crescita del 3,4%, passando da 3.168 milioni di Euro di premi raccolti nel 2003 a 3.276 milioni nel 2004 con un buon livello di crescita nei rami Vita (+10,7%) ed un dato sostanzialmente invariato nei rami Danni.

Indicatori economico-finanziari

	2003	2004
Numero clienti	2.967.000	2.775.000
Premi d'esercizio	3.168	3.276
Utile netto	130	145
Investimenti	8.864	9.790
Riserve tecniche	8.607	9.357

Importi in milioni di Euro

Nel comparto Danni la raccolta premi è stata soddisfacente nei rami Elementari, con una crescita complessiva di circa il 4% mentre il settore Auto ha fatto registrare una flessione dei premi di circa il 2%, influenzati sia dalla stagnazione economica, che ha comportato una riduzione delle immatricolazioni, sia dalla riduzione automatica delle somme assicurate, nonché dalla politica di stabilizzazione della dinamica tariffaria dovuta alla adesione della Compagnia al protocollo di intesa Governo, ANIA e Associazioni dei Consumatori.

Per contro, quest'ultimo comparto di affari ha fatto registrare un miglioramento della sinistralità.

Il positivo risultato nella raccolta premi nei rami Vita è stato conseguito con un soddisfacente collocamento di Unit ed Index Linked, nonché con l'acquisizione di contratti "corporate" di particolare importanza nel ramo capitalizzazione.

Indicatori sociali verso clienti

	2003	2004
N. Agenzie	1.302	1.243
N. Agenti	1.881	1.840
Premi per Agenzia*	2,43	2,64

*Importi in milioni di Euro

Nel rendiconto di gestione è da evidenziare in particolare l'impegno della società nei confronti degli assicurati, rappresentato dalla Riserve tecniche che aumentano di circa il 9% rispetto al 2003, a fronte dei quali sono assegnati investimenti e disponibilità con un incremento di oltre 900 milioni di Euro, pari al 10,4%.

Indicatori sociali verso i dipendenti

	2003	2004
N. dipendenti	2.378	2.254
- di cui uomini	1.282	1.201
- di cui donne	1.096	1.053
Assunzioni	75	53
Cessazioni	159	177
Dirigenti	57	44
Funzionari e Quadri	399	385
Impiegati	1.922	1.825

Relazione Sociale

Consapevole di rivestire un importante ruolo sociale, Aurora ha scelto, già a partire dalla sua nascita, la strada di un impegno verso la comunità dando vita ad "*Aurora per il sociale*". Si tratta di un programma rivolto a sostenere progetti umanitari ed Enti no profit che operano nelle diverse aree del "bisogno", dalla ricerca medica alla difesa dei soggetti più deboli, al sostegno delle grandi povertà in tutto il mondo. "*Aurora per il sociale*" muove dunque da quel senso di responsabilità che spinge le aziende ad adottare un comportamento etico nei confronti dei propri dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, azionisti e competitors, fino ad arrivare alla collettività. L'impegno di Aurora nel 2004 si è concretizzato in una serie di iniziative tra le quali si evidenziano:

"Accendi l'azzurro"

Nelle giornate del 20 e 21 Novembre 2004 Aurora è scesa in piazza insieme a Telefono Azzurro per sostenere la raccolta fondi a favore dei diritti dell'infanzia (www.azzurro.it). Nel corso della manifestazione, ormai giunta alla quinta edizione, gli oltre 3.000 volontari di Telefono Azzurro e di altre Associazioni di volontariato che hanno aderito all'iniziativa, hanno distribuito, in oltre 1.200 piazze italiane, più di 150.000 kit di candele personalizzate.

"Una Mela per la Vita"

Il 23 e 24 Ottobre 2004 Aurora ha affiancato l'**AISM – Associazione Italiana Sclerosi Multipla** (www.aism.it) in una delle principali operazioni di raccolta fondi a favore della ricerca scientifica e dell'assistenza delle persone affette da sclerosi multipla. L'evento si è svolto attraverso la distribuzione in circa 2.500 piazze italiane di 350.000 sacchetti di mele pregiate, delle varietà più note. I circa 6.000 volontari impegnati presso i punti di solidarietà AISM hanno curato la raccolta dei fondi e hanno sensibilizzato l'opinione pubblica sulla malattia oltre che sulle attività ed i servizi dell'Associazione.

Progetto di vita

Aurora ha scelto inoltre di sostenere l'**Ai.Bi. – Associazione Amici dei Bambini** (www.aibi.it), costituita su iniziativa di alcuni genitori adottivi, al fine di assicurare ad ogni bambino la crescita all'interno di una famiglia. Concretamente la Compagnia si è impegnata a supportare economicamente l'iniziativa "**Progetto di Vita**", che prevede l'adozione, per i prossimi 3 anni, dell'Istituto si accoglienza CVC di Belem in Brasile e dei suoi 30 bambini. Si tratta di un progetto particolarmente complesso che, partendo dalla ricostruzione della storia dei 30 bambini accolti in istituto e dalla progettazione di interventi mirati, è volto ad assicurare che nel giro di sei anni ciascuno di essi possa rientrare nella famiglia d'origine, oppure essere accolto da un nuovo nucleo familiare attraverso forme di affido o di adozione.

"Sete d'etiopia"

Nel programma Aurora per il Sociale 2004 è stata inserita anche la partnership, avviata nel 2003 da Meieaurora, con **Butterfly** (www.butterflyonlus.org), onlus per promuovere il finanziamento e la realizzazione di opere umanitarie nel terzo mondo.
In particolare l'impegno di Aurora è stato rivolto al sostegno di alcune iniziative in Etiopia. In Birmania, dove il 23% della popolazione vive sotto la soglia di povertà e dove il tasso di scolarità è molto basso, è stata costruita una scuola media per 250 bambini.

AIRC

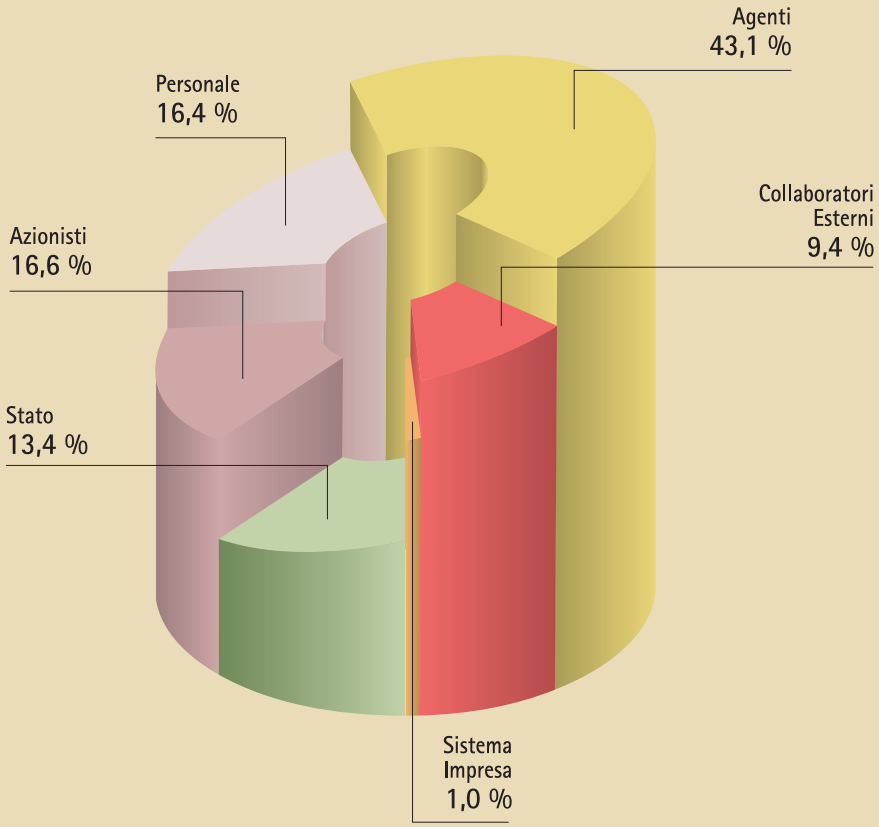
Per sostenere l'AIRC, Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro (www.airc.it), da anni impegnata nella ricerca oncologica e nella divulgazione al pubblico di una corretta informazione in materia, **Aurora** e **Inter** hanno lanciato all'inizio del campionato un'iniziativa volta a coprire il costo di una borsa di studio di durata biennale promossa dal Comitato tecnico-scientifico di AIRC. Insieme a queste grandi iniziative, fanno parte di Aurora per il Sociale anche una serie di erogazioni liberali versate a favore di associazioni minori ma sempre attive nelle aree di maggiore bisogno sociale. Aurora nel 2004 ha cercato di creare un buon legame con il territorio in cui è inserita e ha scelto di promuovere la cultura partecipando in veste di sponsor unico alla "*Mostra Miti Greci. Archeologia e pittura dalla Magna Grecia al collezionismo*" ospitata al Palazzo Reale di Milano da Ottobre 2004 a Gennaio 2005. La mostra, uno dei principali eventi culturali milanesi, ha portato alla riscoperta del mito, facendo rivivere la cultura classica e invitando a riflettere sui suoi influssi sul pensiero, sulle arti e sulla storia contemporanea.

Il Valore Aggiunto

Il Valore Aggiunto di Aurora nel 2004 è pari a 824.634 migliaia di Euro. Come evidenziato nella tabella, la quota più rilevante del Valore Aggiunto è destinata agli agenti, al personale ed ai collaboratori esterni (rispettivamente 355,7 milioni di Euro, 135,1 milioni di Euro e 77,7 milioni di Euro).

Seguono, nella distribuzione, la parte destinata agli azionisti per i dividendi distribuiti (137,1 milioni di Euro) e la parte destinata allo Stato come imposte sul reddito ed altre imposte (110,4 milioni di Euro).

Restano attribuiti al sistema impresa ed alla collettività rispettivamente 8,3 milioni di Euro e 0,3 milioni di Euro.



Distribuzione del Valore Aggiunto

Remunerazioni	2003*	%	2004	%
al Personale	142.490	17,5	135.160	16,4
agli Agenti	352.357	43,4	355.737	43,1
ai Collaboratori Esterni	82.706	10,2	77.736	9,4
agli Azionisti	125.591	15,5	137.051	16,6
al Sistema impresa	6.950	0,9	8.267	1,0
allo Stato	101.567	12,5	110.380	13,4
alla Comunità	398	0,0	303	0,0
Valore Aggiunto	**812.059**	**100,0**	**824.634**	**100,0%**

Importi in migliaia di Euro
* I dati al 2003 sono un proforma calcolato sommando i dati relativi a MeieAurora e Winterthur.

Navale Assicurazioni

Identità

Fondata nel 1914 a Genova, Navale Assicurazioni sviluppa la sua tradizionale attività nei rischi "marine" e "trasporti". Nei primi anni 70 entra a far parte del Gruppo Generali, che realizza lo spostamento della sede a Ferrara. Nel 2000 Navale Assicurazioni entra a far parte del Gruppo Unipol. Nell'ambito del Gruppo Unipol, Navale Assicurazioni ha oggi l'obiettivo di sviluppare l'offerta assicurativa Danni attraverso la collaborazione con intermediari non legati a vincoli di esclusiva, quali agenti plurimandatari e broker.

Navale Assicurazioni è in grado di fornire prodotti adeguati alla copertura di tutti i rischi delle persone e delle piccole medie imprese, e vanta una consolidata esperienza in settori ad alta specializzazione quali le coperture assicurative per i trasporti ed il turismo.

Il riposizionamento strategico

La posizione di mercato di Navale Assicurazioni negli anni passati si è dimostrata debole per una serie di cause, in gran parte generate da un modello di sviluppo focalizzato nel corso degli anni sull'assunzione di quote di affari di rilevanti dimensioni intermediate soprattutto da brokers. I risultati economici pesantemente negativi del Bilancio 2003 e 2004 hanno reso necessario un piano in grado di modificare radicalmente il ruolo di Navale nel Gruppo Unipol, il suo posizionamento di mercato, l'offerta di prodotto, il sistema informativo e la struttura organizzativa, piano che si sta oggi realizzando.

È stato recentemente approvato e presentato agli Organi di controllo un progetto di fusione tra Navale e due compagnie da essa acquisite nel corso del 2005, MMI Danni e MMI Assicurazioni, progetto funzionale al rilancio della Compagnia sul settore dei rischi della persona e della piccola impresa. Nel Luglio 2005, in funzione dell'obbiettivo strategico affidato alla Compagnia, è stato inoltre deliberato il cambiamento della sede sociale, che si sposta da Ferrara a Milano. Nell'ambito di questo progetto di riposizionamento è stato rinnovato anche il logo con l'intento di renderlo più moderno ed elegante.

Rendiconto

L'anno 2004 è stato particolarmente difficile. È proseguita l'attività di riduzione delle esposizioni che ha determinato un rallentamento produttivo, in particolare nei settori più rischiosi. La sinistralità ha risentito di alcuni sinistri di rilevante importo, e di forti incrementi nella valutazione dell'importo da riservare per la liquidazione di sinistri avvenuti negli esercizi precedenti. In conseguenza di quanto sopra, il risultato finale del Bilancio presenta una perdita di 9,5 milioni di Euro. I premi acquisiti ammontano a complessivi 98.850 Euro, con un decremento del 22,6% rispetto alla precedente annualità e sono ripartiti per il lavoro diretto come segue:

Indicatori economico-finanziari

	2001	2002	2003	2004
Premi lordi	115.408	128.542	127.793	98.850
Riserve tecniche	225.077	243.963	272.203	286.125
Investimenti e disponibilità	113.046	120.986	145.292	197.640
Risultato	647	501	-9.429	-9.544

Relazione Sociale

Ecco la scomposizione della raccolta premi 2004 della Compagnia per tipo di alimento:

- agenzie 37,3% (pari a Euro 36.395.000)
- broker 58,2% (pari a Euro 56.758.000)
- diretto 4,5% (pari a Euro 4.328.000)

Se consideriamo solo ed esclusivamente la rete di vendita (quindi solo broker e agenzie) la scomposizione è la seguente:

- agenzie 39%
- broker 61%

Nel corso del 2004 l'organico è rimasto sostanzialmente invariato:

Indicatori Sociali verso i Dipendenti

	2002	2003	2004
Nr. Dipendenti	98	102	99
- di cui uomini	63	67	65
- di cui donne	35	35	34
Assunzioni			3
Cessazioni			6
Dirigenti			2
Funzionari			15
Impiegati			82

Il progetto di riposizionamento strategico di Navale si basa dal punto di vista organizzativo sul trasferimento della Direzione Generale da Ferrara a Milano e sull'incorporazione delle strutture di MMI, tra le quali grande rilevanza assumerà la sede di Roma.

Su questo progetto è stato raggiunto un ampio accordo con le organizzazioni sindacali che prevede adeguate garanzie ed opportunità nell'ambito del Gruppo Unipol per tutti i lavoratori coinvolti nel processo di cambiamento organizzativo.

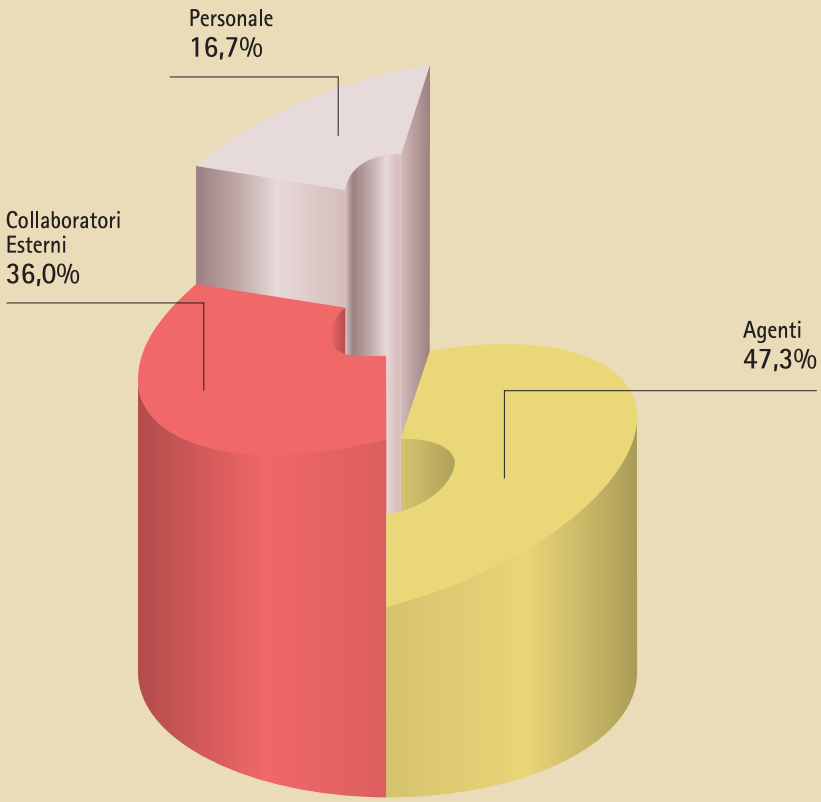
Contatto

www.navale.it

Navale
ASSICURAZIONI DAL 1914

Il Valore Aggiunto

Agli agenti e al personale è destinato il 64% del Valore Aggiunto.
Ai collaboratori esterni il 36%, allo Stato, al sistema impresa e agli azionisti non si rileva alcun contributo in quanto la società è di nuova costituzione.



Distribuzione del Valore Aggiunto

Remunerazioni	2002	%	2003	%	2004	%
al Personale	4.524	13,8	5.149	16,5	5.231	24,1
agli Agenti	20.288	61,7	18.710	60,0	14.773	68,1
ai Collaboratori Esterni	6.425	19,5	7.010	22,5	11.259	51,9
agli Azionisti	420	1,3	0	0,0	0	0,0
al Sistema impresa	81	0,2	-9.429	0,0	-9.544	-
allo Stato	1.163	3,5	300	1,0	0	0,0
alla Comunità	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Valore Aggiunto	**32.901**	**100,0**	**21.740**	**100,0**	**21.720**	**100,0**
Valore Aggiunto distribuito	**32.901**		**31.169**		**31.263**	

Importi in migliaia di Euro

Unipol Banca

Unipol Banca è nata nel 1998 con la rilevazione di tredici filiali della Banca dell'Economia Cooperativa (Banec).
La sua peculiarità fondamentale è ravvisabile nell'aver realizzato un modello di rete distributiva basato sulla contiguità tra filiale bancaria e agenzia assicurativa, per poter rispondere in modo completo alle esigenze di carattere bancario, finanziario, assicurativo e di gestione del risparmio del cliente.
Nel 2003 sono state messe a regime le sessanta filiali acquisite dal Gruppo Bancario Capitalia a fine 2002 e aperti altri dodici sportelli. Nell'esercizio 2004, invece, sono state acquisite da Banca Antonveneta 22 filiali bancarie, con un investimento complessivo di circa 70 milioni di Euro. La distribuzione territoriale delle filiali acquisite ha consentito di definire quasi completamente la presenza di Unipol Banca in Sicilia, regione che già vede una forte presenza delle imprese assicurative del Gruppo.
Nel corso dell'esercizio Unipol Banca ha acquisito l'intero capitale sociale di Unipol SGR S.p.A., riattivandone l'operatività sospesa da due anni. È stata, inoltre, acquisita una società fiduciaria, denominata Nettuno Fiduciaria Srl, la cui operatività inizierà nel 2005 e che consentirà di completare la gamma dei servizi a disposizione della clientela.

Contatto

Numero verde: 800-112114
www.unipolbanca.it

UNIPOL BANCA

Sempre sul fronte delle partecipazioni, Unipol Banca ha incrementato la propria partecipazione di controllo in Unipol Merchant Banca per le Imprese, portandola al 62,27%. Durante il primo semestre dell'esercizio, l'Organo di Vigilanza ha effettuato un'ispezione generale, della durata di circa tre mesi, che ha coinvolto tutte le aree della direzione centrale. La conclusione dell'iter ispettivo non ha evidenziato carenze che dessero luogo a richiami o sanzioni. Le conclusioni hanno consentito di accelerare il rafforzamento di alcune aree operative aziendali, operazione funzionale al consolidamento dei risultati raggiunti e al supporto per un ulteriore sviluppo. Nell'esercizio 2004 le partecipazioni sono state incrementate di 20,3 milioni di Euro.

Composizione (al 31/12/2004) del Gruppo Bancario di cui Unipol Banca è Capogruppo

Società Controllata	% di partecipazione
Unipol Merchant SpA	62,27
Unipol Fondi Ltd	100
Unipol SGR SpA	100
Grecale Srl	60
Nettuno Fiduciaria Srl	100

Rendiconto

Unipol Banca ha raggiunto nel 2004 una raccolta diretta da clientela pari a circa 4.322 milioni di Euro (2.628 milioni nel 2003, con un incremento del 64,4%) e una raccolta indiretta di circa 15.900 milioni di Euro, di cui 14.227 di risparmio amministrato e 1.700 di risparmio gestito.

Raccolta diretta

Segmento di clientela	31/12 2004	31/12 2003	Var. %
Retail	1.838	1.178	56,00
Corporate e Small Business (PMI)	2.484	1.450	71,30
Totale	**4.322**	**2.628**	**64,40**

Importi in milioni di Euro

Gli impieghi verso la clientela ammontano a circa 2.609 milioni di Euro (contro i 1.946 milioni del 2003), registrando un incremento del 34,1%.

Impieghi (per segmento di clientela)

Segmento di clientela	31/12/04	31/12/03	Var. %
Retail	477	393	21,30
Corporate e Small Business (PMI)	2.132	1.553	37,30
Totale	**2.609**	**1.946**	**34,10**

Importi in milioni di Euro.

Le sofferenze nette incidono sugli impieghi per lo 0,87% (0,61% nel 2003).

Anche nell'esercizio 2004 Unipol Banca ha raggiunto lusinghieri risultati nella distribuzione delle polizze Vita. Disponendo di alcuni tra i migliori prodotti del mercato e grazie alla costante espansione della rete distributiva, sono stati raccolti premi vita per oltre 260 milioni di Euro, con un incremento sul 2003 del 106%.
Complessivamente, al 31 Dicembre 2004, il risparmio gestito di Unipol Banca ammontava a oltre 1.701 milioni di Euro, con un incremento del 42% sull'esercizio 2003.

Unipol Banca - Dati di sintesi

	2002	2003	2004
Margine di Interesse	37	71	73
Margine di Intermediazione	84	151	194
Utile Netto	5	15	18
ROE	1,87%	3,16%	2,92%*
Patrimonio Netto	327	492	639
Raccolta Indiretta	6.979	11.461	15.900
Raccolta Diretta	2.228	2.628	4.322
Totale Raccolta	**9.208**	**14.089**	**20.251**

Importi in milioni di Euro.

* N.B. Calcolando il ROE sul patrimonio netto in essere prima dell'aumento di capitale si avrebbe un dato pari al 3,74%.

Relazione Sociale

Nel corso del 2004 sono state aperte 14 nuove filiali - tutte integrate con Agenzie assicurative del Gruppo di appartenenza - e sono state acquisite, come già detto, 22 filiali da Banca Antonveneta. Pertanto, alla fine dell'anno la Banca disponeva di 221 filiali e ulteriori 12 filiali, già autorizzate dall'Organo di Vigilanza, hanno avviato la loro operatività nei primi mesi del 2005; 109 sportelli sono integrati con una Agenzia assicurativa. I negozi finanziari, operativi alla fine dell'anno, sono 48; inoltre vi sono oltre 200 punti vendita assicurativi abilitati alla distribuzione di prodotti bancari standard.
La rete dei promotori finanziari è forte di 448 professionisti, cui si aggiungono 83 dipendenti regolarmente abilitati.
Nel corso dell'esercizio è comunque proseguito il consolidamento del modello organizzativo e gestionale delle reti distributive, attuato anche mediante la realizzazione di un documento - condiviso con la rete agenziale assicurativa del Gruppo di appartenenza - in cui sono state raccolte e formalizzate organicamente le regole che devono indirizzare i rapporti tra gli agenti assicurativi e gli addetti delle filiali bancarie.

Dal lato prodotti, dopo un'attenta analisi delle esigenze della clientela retail, sono state completamente rinnovate le linee di **Conto Completo** dedicate ai privati ed è nato "*Completo di Unipol Banca*": il nuovo "abbonamento" alla Banca che include molti prodotti e servizi gratuiti o a condizioni vantaggiose, oltre al conto corrente.
Il 2004 ha visto anche l'inizio della commercializzazione dei piani sanitari "*BuonIdea*", appositamente creati per Unipol Banca da UniSalute.

Sul fronte dei servizi telematici, quest'anno è stato lanciato "*Unipol Web*", il nuovo servizio di gestione dei pagamenti dedicato ai numerosi utenti, la cui attività può essere associata al segmento small business.

Il numero complessivo delle risorse in servizio in Unipol Banca alla data del 31 Dicembre 2004 è pari a 1.387 unità, con un incremento di 207 unità nell'anno.
La prosecuzione della politica di espansione e crescita aziendale ha concorso – anche nel 2004 – alla creazione di nuovi posti di lavoro, collocando Unipol Banca in controtendenza rispetto all'andamento occupazionale del settore.
Per quanto attiene alle politiche del personale, l'anno è stato caratterizzato da relazioni sindacali orientate, in un clima positivo, ad un fattivo confronto tra le parti.

In materia di formazione professionale sono state erogate complessivamente (Banca, Agenzie e Promotori Finanziari) 7.437 giornate, di cui 6.702 di formazione rivolte a 1.233 dipendenti – realizzate sia attraverso "formazione teorica" (in aula) che attraverso "formazione a distanza" (con ausilio di adeguata strumentazione informativa) – e 180 giornate di affiancamento formativo rivolte a 37 dipendenti.

Indicatori verso i Clienti
Dati al 31/12/2004

	2002	2003	2004
Nr Filiali	173	185	221*
Nr Negozi Finanziari	57	53	48
Nr Sportelli integrati con Agenzia Assicurativa	nd	81	109
Nr Clienti	185.000	200.000	265.650
Nr Conti Correnti	122.370	125.446	154.000
Nr Promotori	408	425	448

* 233 al 30/05/2005

Indicatori verso il personale

	2002	2003	2004
Totale personale	1.133	1.180	1.387*
- di cui uomini	716	744	885
- di cui donne	417	436	502
Pari Opportunità			
- donne	417	436	502
- disabili	56	67	58
- orfani/profughi	28	27	29
- beneficiari della L.104/92	16	11	16
Assunzioni	131	96	257
- di cui a tempo indetermninato	76	65	126
Passaggi di Qualifica	84	96	116
Cessazioni	60	49	62

*di cui a tempo determinato 85

Unipol Merchant

Unipol Merchant è la Banca d'Affari del Gruppo Bancario Unipol Banca.
Integrando l'attività operativa precedentemente svolta nel campo del *merchant banking* e dell'*investment banking* con l'attività di credito a medio e lungo termine alle imprese, Unipol Merchant è diventata la banca specializzata nel segmento corporate del Gruppo Bancario Unipol Banca.
L'esperienza e il know-how acquisiti nel settore del merchant banking e la capacità di offrire alle imprese anche l'attività di finanziamento a medio/lungo termine, beneficiando dell'appartenenza ad uno dei primi quattro Gruppi assicurativi-bancari nazionali e delle sinergie con la controllante Unipol Banca, stanno permettendo a Unipol Merchant di assumere anche la veste di interlocutore delle imprese per le esigenze finanziarie che eccedano la gestione corrente. L'attività creditizia di Unipol Merchant è caratterizzata da una forte selezione (legata principalmente alla qualità degli impieghi e al conseguente controllo dei rischi) nell'erogazione del credito alle imprese, da cui deriva un rapporto tra finanziamenti deliberati e pratiche istruite pari al 31%.

Contatto

Tel. 051 6318211
www.unipolmerchant.it

UNIPOL MERCHANT
BANCA PER LE IMPRESE

Il totale dei crediti alla clientela è passato dai 31 milioni di Euro a fine 2003 a 130 milioni a fine 2004 (+319,35%), di cui 109.6 milioni relativi a 27 finanziamenti erogati nel corso dell'anno.
L'area *merchant banking* ha evidenziato un notevole incremento dell'attività di investimento e disinvestimento di partecipazioni e dell'attività di consulenza finanziaria che - nelle sue varie articolazioni (Capital Market, Merger & Acquisition e Corporate Finance Advisory) - ha prodotto ricavi da commissioni per 3,8 milioni di Euro a fronte di 43 mandati gestiti.
La struttura è stata impegnata in incarichi di particolare importanza. Per citarne alcuni:

- consulenza fornita a Hera S.p.A. nell'ambito dell'acquisizione da ENI Ambiente S.p.A. del Centro Ecologico di Ravenna, uno dei più importanti impianti per lo smaltimento dei rifiuti presenti in Italia;
- consulenza prestata ad Unigrana S.p.A. (leader nel settore del Parmigiano Reggiano) nell'acquisizione del Parmareggio S.p.A. (terzo operatore dello stesso mercato);
- partecipazione al collocamento delle azioni Greenvision Ambiente in qualità di co-lead manager del Consorzio di Garanzia e Collocamento Istituzionale, nell'ambito della quotazione della società sul mercato Expandi;
- assistenza a Italia Salumi S.p.A. al fine di individuare opportunità di sviluppo nel mercato cinese;
- assistenza a BNL Vita per la vendita a RB Vita (Gruppo RAS) di un ramo d'azienda relativo al portafoglio Vita collocato dai promotori finanziari della ex-BNL Investimenti;
- assistenza a Mutuelles du Mans Assurances per la cessione delle compagnie assicurative MMI Danni S.p.A., MMI Assicurazioni S.p.A. e MMI Vita S.p.A.;
- assistenza a IGD (Immobiliare Grande Distribuzione) in qualità di Co-Global Coordinator e Co-Sponsor della quotazione alla Borsa Valori di Milano (primo giorno di quotazione 11 Febbraio 2005);
- assistenza a Beta Immobiliare nella trattativa con il ceto bancario per la ristrutturazione/estinzione del debito.

Il buon esito dell'operazione di acquisizione effettuata da Hera e il successo del Collocamento IGD, ampiamente riportati dalla stampa, hanno rappresentato per Unipol Merchant - e, dunque, per il Gruppo di appartenenza - ulteriori occasioni di visibilità.
Il 2004, primo anno di piena operatività della banca nel settore del medio credito che ha integrato - come detto - la tradizionale attività nel campo del merchant banking, vede un risultato netto più che raddoppiato rispetto al 2003 (+121,34%), a cui sicuramente contribuisce un notevole incremento del margine finanziario (+99,12%).
Il dividendo assegnato agli azionisti è pari a 0,035 Euro per azione, con un pay-out (il rapporto tra dividendi e utile, ovvero quanta parte dell'utile viene distribuito sotto forma di dividendi agli azionisti) pari all'83,03%.
Nel corso del 2004 si è, inoltre, proseguito il processo di rafforzamento della struttura organizzativa: l'organico al 31/12/2004 è composto da 44 unità (+10% rispetto al 31/12/2003).

Unipol Fondi Ltd

Unipol Fondi Ltd, la società di diritto irlandese per la gestione di fondi comuni mobiliari controllata da Unipol Banca, ha raggiunto a fine 2004 una massa gestita di 589,02 milioni di Euro, con un incremento di 59,82 milioni rispetto al dato di fine 2003. La crescita registrata (+11%) è dovuta principalmente alle azioni di raccolta operate dalla rete commerciale di Unipol Banca. L'utile netto 2004 ammonta a 1,76 milioni di Euro (834 mila a fine 2003).
Dal 1° Aprile 2004 la gestione dei fondi di investimento è stata delegata a Unipol S.G.R., società controllata dal Gruppo Bancario Unipol Banca.

Contatto

Numero verde: 800 112 114
www.unipolbanca.it

UNIPOL FONDI

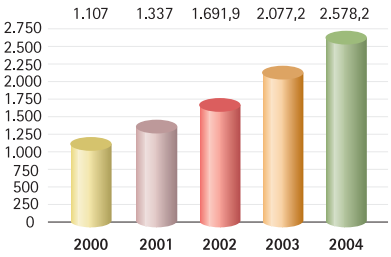
Unipol SGR

Nel corso dell'esercizio Unipol Banca, ottenute le prescritte autorizzazioni, sia da parte della Banca d'Italia che da parte dell'Organo di Vigilanza irlandese, ha acquisito l'intero capitale sociale di Unipol SGR S.p.A., riattivandone, dal 1 Aprile 2004, l'operatività con l'attività di gestione in delega dei dieci comparti della Unipol Fondi Ltd.
Nel corso del 2005 Unipol SGR sarà coinvolta nella gestione di Fondi immobiliari e mobiliari chiusi in corso di progettazione.

UNIPOL SGR

BNL Vita

BNL Vita - Premi Incassati



Importi in milioni di Euro

BNL Vita S.p.A., con un capitale sociale pari a 110 milioni di Euro, é controllata "pariteticamente" da UNIPOL e da BNL S.p.A.

Anche nel 2004 la produzione di BNL Vita registra una crescita superiore al mercato: infatti, mentre il mercato assicurativo Vita per il 2004 cresce del 7%, BNL Vita, con un incremento del 26,8%, raggiunge i 2.442 milioni di nuova produzione.

Il risultato è ancor più soddisfacente se si considera la netta contrazione dell'apporto produttivo della ex-Banca BNL Investimenti, a seguito della cessione a RB Vita del ramo d'azienda relativo alla clientela acquisita tramite detta Banca.

La cessione, effettiva dal primo Novembre 2004, ha originato una plusvalenza di 37,2 milioni di Euro, al netto dei relativi oneri. La distribuzione dei premi per ramo, è variata rispetto al 2003: mentre lo scorso anno sono stati prevalenti i prodotti tradizionali, nel 2004 lo sono stati i prodotti di Ramo III e, in particolare, le Index, con 938,8 milioni di Euro di premi contabilizzati.

Più ampiamente, la ripartizione dei premi per ramo è la seguente:

	2003		2004	
	premi	comp.	premi	comp.
Ramo I	1.437,3	69,2%	908,7	35,2%
Ramo III	583,4	28,1%	1.267,0	49,1%
Ramo V	56,5	2,7%	402,5	15,6%
Totale	**2.077,2**	**100%**	**2.578,2**	**100%**

Importi in milioni di Euro

Le spese di gestione - che comprendono le spese di acquisizione, di incasso e di amministrazione - hanno un'incidenza sui premi pari al 3,3% e si attestano sugli 85,4 milioni di Euro.

Gli investimenti complessivi ammontano a 7.904,7 milioni di Euro (+244,9 milioni) a fronte di riserve tecniche pari a 7.800,2 milioni (+235,7 milioni).

Prosegue l'attenzione particolare dedicata all'area della formazione e alla valorizzazione del "patrimonio umano" aziendale: nel corso dell'anno è stata costituita un'apposita unità che si occupa di Formazione e Sviluppo delle Risorse Interne.

Il rinnovo del contratto Integrativo Aziendale ha privilegiato gli aspetti a valenza "sociale", quali l'assistenza sanitaria, la previdenza complementare e l'introduzione - per la prima volta - del *part-time*.

L'esercizio chiude con un utile lordo di 102,5 milioni di Euro e un utile netto di 66,6 milioni dopo le imposte sul reddito di esercizio.

Sintesi BNL Vita

Valori a fine esercizio	2002	2003	2004
Azionarato			
UNIPOL	50%	50%	50%
BNL	50%	50%	50%

Rete distributiva

	2002	2003	2004
Sportelli bancari (ca)	700	700	700
Promotori (ca)	1.170	960	0
Contratti portafoglio	459.152	561.973	567.644
Nr. assicurati	752.070	765.003	699.891

Contatto

Tel. 02 724271
www.unipolonline.it/
A-Gruppo_Unipol/bnlvita.html

BNL Vita

Quadrifoglio Vita

Quadrifoglio Vita è la società, controllata pariteticamente da Unipol Assicurazioni e Banca Agricola Mantovana, che opera dal 1998 collocando le polizze Vita attraverso i 289 sportelli della stessa banca.
Al 31/12/2004 la raccolta premi di Quadrifoglio Vita ha raggiunto 813,2 milioni di Euro (-8,3% sul 2003), cui hanno corrisposto riserve tecniche per un ammontare di 3.115 milioni di Euro (+27,8% sul 2003) e investimenti per 3.197 milioni (+28,3% sul 2003).
La nuova produzione realizzata è stata pari a 802,5 milioni di Euro (-8,4% sul 2003), a fronte di 18.426 contratti emessi.
Anche per Quadrifoglio Vita, come per il resto del mercato, il 2004 sul versante della raccolta ha rappresentato un anno con alcune complessità derivanti sia da una diversa stagionalità della raccolta, maggiormente distribuita in tutto l'arco dell'anno, sia da un rilevante incremento delle liquidazioni erogate, una parte delle quali determinate da motivazioni straordinarie, che hanno richiesto la messa in opera di alcune iniziative specifiche per contenerle.
Come nell'anno precedente, in un contesto ancora caratterizzato da una diffusa richiesta di sicurezza da parte della clientela, la società ha concentrato la raccolta nei prodotti tradizionali di Ramo I e V che privilegiano la tutela del capitale assicurato ed il consolidamento dei rendimenti conseguiti.
Ha inoltre articolato ulteriormente la gamma dei prodotti in catalogo, in relazione ai diversi segmenti di mercato, mettendo così a disposizione della Banca collocatrice una serie di strumenti che hanno permesso alla stessa di migliorare il già solido rapporto con la propria clientela.

Nel 2004 i costi complessivi di gestione ammontano a 16,6 milioni di Euro (20,1 milioni nel 2003) con una incidenza sui premi del 2% (2,3% nel 2003); tale dato permette alla società di mantenersi altamente competitiva rispetto ai ratios medi di mercato.
A fine esercizio la struttura organizzativa della Società era composta da 19 dipendenti, di cui 1 dirigente.
Il rapporto premi emessi per dipendente risulta pari a 42,8 milioni di Euro (44,3 milioni nel 2003) e il rapporto attività gestite per dipendente ammonta a 164 milioni di Euro (124,6 milioni nel 2003).
Con l'avvio dell'anno 2005 la Società ha proseguito nella politica di continuo aggiornamento del catalogo con prodotti le cui caratteristiche rispondono meglio alle esigenze attuali della clientela orientate a ricercare sicurezza di risultato e consolidamento delle prestazioni.
La Società, inoltre, presta particolare attenzione ai clienti sottoscrittori delle Unit Linked, sia di quelle classiche senza alcuna forma di protezione, sia di quelle con garanzia di risultato:

- ai primi è stata dedicata l'iniziativa "*Quadrifoglio Bonus*" che prevede, da Gennaio 2005, la restituzione delle commissioni di gestione;
- ai secondi sono state proposte soluzioni alternative che ampliano le garanzie offerte senza costi aggiuntivi.

Il successo di questi primi anni di attività ha portato Quadrifoglio Vita a gestire una parte importante degli investimenti della clientela di Banca Agricola Mantovana.
Le riserve tecniche, al 30/6/2004 ammontano a 2.807,2 milioni di Euro, suddivise tra prodotti "tradizionali", Index Linked e Unit Linked.

Al 31 Dicembre 2004 la Società ha chiuso il Bilancio di esercizio con un utile netto pari a 13.440.297 Euro (7.300.412 Euro nel 2003) che verrà così suddiviso:

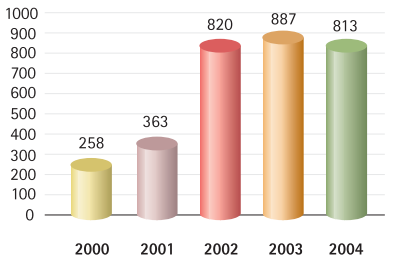
- Riserva legale € 1.344.030
- Riserva Straordinaria € 296.267
- Dividendo € 11.800.000

Per tre anni consecutivi (2002, 2003 e 2004) Quadrifoglio Vita si è classificata nei primi quattro posti assoluti nel *Superindice Lombard*, che misura performance di gestione, redditività, efficacia ed efficienza.

Rete distributiva

	2002	2003	2004
nr sportelli	283	289	289
nr contratti in portafoglio	62.272	73.600	84.810

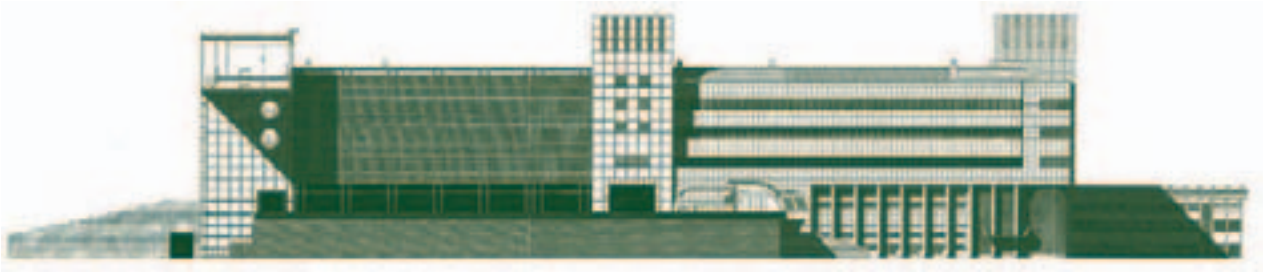
Quadrifoglio Vita - Premi Incassati



Importi in milioni di Euro

Contatto

Tel. 051 6313165
www.quadrifogliovita.it



Midi

Midi è proprietaria di terreni edificabili a Bologna in zona Fiera, inseriti in un Piano Particolareggiato del Comune di Bologna approvato nel 1995, dove si prevede la realizzazione di un complesso polifunzionale e dove sono appena conclusi i lavori per la costruzione di un parcheggio pluripiano.
Per la realizzazione delle opere di urbanizzazione primaria del Piano Particolareggiato è stato costituito un consorzio di proprietari immobiliari denominato "Consorzio Zis Fiera 2", di cui Midi è socio maggioritario.
Le imprese partecipanti al Consorzio hanno scelto il nome *Città Domani* per indicare l'intero complesso delle iniziative immobiliari che si svilupperà su un'area urbana, quella della Fiera, comprendente Via della Repubblica, Via Aldo Moro, Via Stalingrado e Via della Liberazione.
Città Domani è un intervento di urbanizzazione nato per riqualificare in modo profondo una fascia di prima periferia caratterizzata da zone di degradata marginalità e nello stesso tempo gravata da problemi di congestione viaria nei periodi delle Fiere. *Città Domani* è, quindi, un intervento radicale che comprende il completo rifacimento di tutte le reti di servizi, la realizzazione di ampie zone di verde pubblico, di parcheggi, di un percorso ciclo-pedonale "sicuro" che, scavalcando tutte le principali arterie di traffico, permetterà di collegare con continuità due quartieri della città.
Il risultato della elaborazione progettuale è un insediamento caratterizzato da una forte autonomia dai grandi assi di scorrimento, mentre il collegamento fra i due quartieri, Bolognina e San Donato, è basato su percorsi pedonali, ciclabili o carrabili di tipo locale. Tali percorsi costituiscono la struttura di un disegno urbano finalizzato alla creazione di un ambiente ricco di potenzialità quale quello del centro storico, ma dotato anche di spazi verdi e privo di fattori di inquinamento e di degrado, idoneo alla creazione di una città policentrica.
La stretta integrazione delle diverse funzioni, da quella abitativa al terziario per i servizi e terziario commerciale diffusivo oggetto dell'intervento, in presenza di funzioni terziarie a forte carico urbanistico già esistenti nel comprensorio, ha lo scopo quindi di garantire la nascita di un'area con carattere di centralità, eliminando al contempo l'emarginazione attuale di questo polo monofunzionale.
Midi ha sviluppato sui propri terreni la progettazione di un nuovo complesso edilizio che, posto sulla Via Stalingrado fra le Vie Aldo Moro e Piazza della Costituzione, si inserisce su un percorso di vie pedonali che dal quartiere San Donato giunge al quartiere Bolognina. Tale percorso in corrispondenza della Via Stalingrado si trova a quota +7,00 metri rispetto a tale strada.
Il complesso, posto sui due lati della strada, ha quindi accessi carrai e pedonali a quota +0,00 ed accessi pedonali alla quota +7,00 e prevede la realizza-

Principali Caratteristiche del Complesso Midi

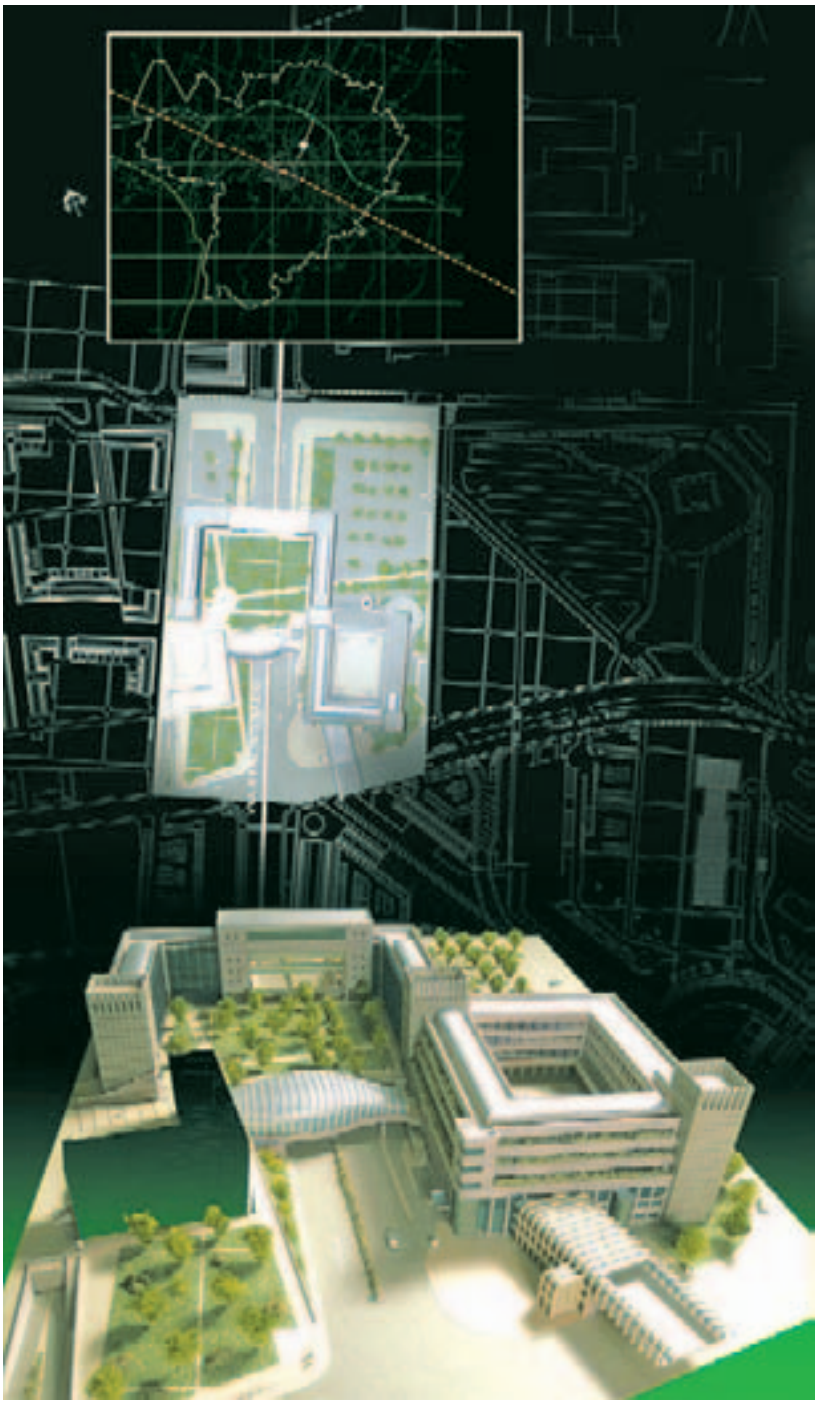
Per consentire un'ampia flessibilità nella destinazione dei diversi corpi di fabbrica, l'edificio è dotato di tre accessi indipendenti.
Pur nel rispetto delle compartimentazioni funzionali e di sicurezza, le molteplici attività presenti nel complesso sono integrate tra di loro attraverso una ampia accessibilità.
Per ottenere un migliore isolamento acustico verso le strade di maggior traffico, Via Aldo Moro e Via Stalingrado, si è provveduto all'arretramento delle facciate a gradoni dotate di schermature vegetali. Gli impianti, le canalizzazioni verticali, la distribuzione verticale e i servizi concentrati nelle Torri permettono una libera disponibilità degli spazi nei corpi di fabbrica. Il piano uffici, senza ingombri strutturali permette la distribuzione degli ambienti su maglia modulare di 120 cm od open space.

Città Domani

- 52.000 mq di nuovi alloggi;
- 8.000 mq di edifici ad uso pubblico;
- 23.000 mq di parcheggi pubblici;
- 36.000 mq di edifici ad uso terziario;
- 70.000 mq di parchi e verde pubblico;

cittàDomani

zione di edifici ad uso uffici e negozi, con ampi spazi commerciali e con relativi parcheggi su più piani. Questo progetto assume enorme importanza strategica per la sua posizione baricentrica nella zona fieristica della città, di cui determinerà l'immagine urbana e costituirà di fatto la nuova porta di accesso al centro città. Infatti l'intervento è fortemente caratterizzato da un edificio a ponte sulla Via Stalingrado che, rappresentando una nuova edizione dell'accesso Nord, esalta l'ingresso in città. Questo complesso edilizio, per i suoi caratteri e la sua collocazione, assolve quindi a due funzioni della massima importanza nel nuovo assetto del settore Nord della città: costituire l'elemento caratterizzante della riqualificazione dei quartieri della prima cerchia al di fuori delle mura, dando a questi una continuità ricca di punti forti e riconoscibili; definire il punto di accesso alla nuova città, non indifferenziata espansione della città storica ma ricca di suoi caratteri e qualità. La scelta da parte del Gruppo Unipol di collocare in tale contesto importanti funzioni direzionali è certamente un contributo essenziale per la creazione di quella città policentrica sempre auspicata, ma che può realizzarsi solo con l'attento impegno degli operatori. Attualmente sono iniziati i lavori per la realizzazione del complesso, la cui fine è prevista per il 2007. Sempre nell'ambito del progetto *Città Domani* sono invece ultimati i lavori per la realizzazione di un parcheggio pluripiano all'interno del lotto di terreno di proprietà posto lungo Via Stalingrado, di fronte alla sede Unipol, che ha reso disponibili oltre 400 posti auto.



Sintesi del Progetto MIDI

- Uffici, per circa 12.800 mq di superficie utile;
- Una sala convegni, per circa 800 mq di superficie utile, con circa 400 posti;
- Due ristoranti di circa 800 e 500 mq di superficie utile;
- Un bar di circa 400 mq di superficie utile;
- Esercizi commerciali per circa 700 mq di superficie utile;
- Autorimesse per circa 23.500 mq, pari a circa 720 posti auto.

Unifimm

Unifimm possiede dall'inizio degli anni '90 dei terreni nella periferia Est di Bologna, a ridosso della Tangenziale, in prossimità dell'uscita San Vitale, in Via del Terrapieno ed in Via Larga, adiacenti l'area occupata dal centro commerciale Leclerc-Via Larga.
Se originariamente la destinazione della capacità edificatoria era stata pensata in funzione dell'attività caratteristica della Compagnia, alcuni anni dopo si ritenne molto più opportuno intraprendere la strada di uno sviluppo immobiliare diversificato, ispirato ad una delibera del Comune mirante alla riqualificazione urbana.
Il progetto prevede la realizzazione di una torre uffici, un albergo, un cinema multiplex, una piastra di piccole unità commerciali, pubblici esercizi e servizi e un centro fitness; il tutto per complessivi 31.268 mq di superficie utile.
Fanno inoltre parte integrante del progetto la realizzazione di un'area a verde attrezzato di circa 30.000 mq esterna al comparto, posta in Via del Terrapieno e la risistemazione viaria di tutta l'area circostante al comparto.
In particolare il progetto della viabilità mira a regolare i flussi in entrata e in uscita dai principali centri attrattori (Multisala, Centro commerciale, Uffici) e si basa principalmente sui seguenti interventi: realizzazione di una nuova rampa di svincolo della tangenziale in direzione Ovest; realizzazione di una rotonda su Via Larga; realizzazione di una nuova rotatoria di fronte al Centro Commerciale Via Larga; restringimento della Via Scandellara con la creazione di una fascia di parcheggi pubblici; interramento in trincea del tratto di ferrovia suburbana che incrocia Via Larga con eliminazione del passaggio a livello; collegamento stradale fra le due rotonde attraverso lo scavalcamento della ferrovia tramite ponte pedonale/carrabile, realizzazione di collegamenti pedonali e rampe con la nuova stazione della ferrovia suburbana in trincea.
Questa soluzione, attraverso la destinazione degli spazi ad usi complementari e quelli del limitrofo Centro commerciale, contribuirà alla creazione di un interessante polo di attrazione cittadino.
Si propongono, infatti, spazi per la ristorazione nelle sue varie formule, per l'intrattenimento familiare, per i servizi alla persona come il fitness center, o per piccole unità commerciali di vicinato, necessarie al buon funzionamento di un centro terziario integrato di queste dimensioni.
Nel 2000 è iniziato l'iter urbanistico per l'approvazione della Variante di Piano; il Piano Particolareggiato è stato approvato nel 2004 e attualmente si è in attesa del rilascio delle concessioni: entro il 2005 potranno iniziare i lavori per la realizzazione del complesso.
Con l'obiettivo di ottenere un risultato di equilibrio complessivo tra le componenti architettonica, strutturale ed impiantistica, il percorso progettuale si è sviluppato in modo organico ed unitario.
Il tema del risparmio energetico ha rappresentato la base per l'impostazione dell'orientamento degli edifici e la cura dell'involucro, che riduce al minimo le dispersioni termiche e ne ottimizza il recupero, sfruttando l'integrazione con l'impiantistica a pompa di calore ed i carichi energetici interni (persone, illuminazione, macchine e computer).

Sintesi del Progetto UNIFIMM

- Torre uffici di 30 piani fuori terra per circa 13.500 m² S.U., alta 122.5 metri con pianta triangolare di circa 515 m² S.U. a piano, dotata di 5 ascensori + montacarichi e un'impiantistica integrata al sistema delle facciate che rende indipendente ogni singolo piano.
- Cinema Multiplex per circa 7.400 m² S.U. con 14 sale cinematografiche per una capienza complessiva di 3.100 persone.
- Albergo per circa 6.000 m² S.U. sviluppato in due corpi edilizi a differenti altezze che si articolano intorno ad una cerniera centrale.
- Piastra per circa 2.800 m² S.U. di piccole unità commerciali, pubblici esercizi e servizi.
- Centro fitness per circa 2.000 m² S.U.
- Parcheggi interrati e fuori terra per oltre 30.000 m² S.U.

Principali caratteristiche della Torre Uffici

- Utilizzo di vetrate con vetri neutri chiari che non falsano la percezione dei colori;
- Utilizzo di frangisole nell'intercapedine protetti e regolabili per un controllo totale della luminosità senza problemi di manutenzione;
- Sfruttamento dell'intercapedine di aria per migliorare il meccanismo di scambio energetico fra interno ed esterno, con controllo e gestione dei flussi d'aria interni, per il recupero dell'energia accumulata per effetto serra o per la dissipazione dell'energia interna con lo scambio notturno;
- Innalzamento in inverno e diminuzione in estate della temperatura superficiale della pelle interna con conseguente aumento del comfort interno e diminuzione dello scambio per irraggiamento tra persone ed ambiente;
- Possibilità di un'apertura manuale degli infissi senza problemi di sicurezza;
- Utilizzo di una tipologia che assicura una maggior sicurezza antincendio sezionando orizzontalmente i vari piani.

La *torre uffici* in particolare può essere considerata un "edificio passivo": la gestione dei consumi permette di allineare il Bilancio di esercizio alla sostenibilità ecologica, caratteristica che permetterà, attraverso la formulazione della "scheda dell'edificio", di ottenere agevolazioni economiche anche sui costi di costruzione. Il tema del comfort interno, inteso come maggior apporto di luce naturale, trasparenza verso l'esterno, condizioni termoigrometriche ottimali in tutte le stagioni e protezione acustica dai rumori esterni, ha orientato la ricerca per le soluzioni di facciata della torre uffici.
Il progetto ha sviluppato una tipologia di involucro a doppia pelle dotato di "intercapedine dinamica discontinua a corridoi orizzontali e frangisole a lamelle orientabili"; i contenuti tecnologici teorici di tale soluzione sono stati trasferiti "sul campo" attraverso la realizzazione di un campione in scala 1:1, che si presta ad essere monitorato dal punto di vista prestazionale.

Appendice

Ipotesi di miglioramento

Il Bilancio Sociale 2005 di Unipol Assicurazioni è per la seconda volta certificato AA1000, a dimostrazione di un impegno aziendale consolidato nel tempo, che ha visto strategia ed esperienze di rendicontazione sociale, etica ed ambientale coinvolgere tutte le strutture aziendali e i principali stakeholder di Unipol, con una continuità più che decennale.

Nel processo di rendicontazione e di confronto con gli stakeholder, si sta progressivamente passando da un approccio stellare ad un approccio dialogico, un modello di relazione a rete tra i diversi stakeholder e l'impresa, che superi le asimmetrie informative o rendite di posizione sviluppando, invece, un processo partecipativo pieno e concreto, pur in presenza di confronti e di conflitti fisiologicamente inevitabili, da ricondurre e ricomporre in una logica cooperativa coerente al contratto sociale d'impresa e alla responsabilità dei ruoli.

Il processo di sviluppo della RSI in impresa non sempre è risultato lineare o rispondente alle nostre aspirazioni, non sempre si è dimostrato pianificabile secondo le prassi aziendali, poiché il progressivo coinvolgimento degli stakeholder e le esperienze partecipative che si delineavano ci imponevano, di volta in volta, di cogliere nuove sensibilità, livelli di consapevolezza, motivazioni, logiche di coinvolgimento diverse, su cui costruire le basi dello sviluppo del processo di inclusione e di partecipazione degli stakeholder. D'altronde è evidente la diversità di valori, cultura, interessi in gioco e di una consapevolezza di approcci verso la Responsabilità Sociale d'Impresa dei vari stakeholder.

Un'esperienza sempre impegnativa ma fortemente innovativa e gratificante.

Nel merito delle tappe previste lo scorso anno, occorre avanzare le seguenti riflessioni: la Capogruppo Unipol Assicurazioni ribadisce il suo impegno sulla RSI e ne traccia le linee di riferimento per l'intero Gruppo, consolidando una realtà di impegno sociale in forte sviluppo. Occorre verificare l'opportunità di un Bilancio Sociale consolidato di Gruppo, così come l'esplicitazione graduale di una specifica strategia di RSI da parte di ciascuna società del Gruppo nei prossimi anni.

Con questo Bilancio Sociale si riafferma l'ampio impianto valoriale di Unipol Assicurazioni che ben delinea l'identità aziendale e il suo contratto sociale, unitamente alle strategie di RSI per il futuro.

Sono stati centrati e si stanno consolidando gli obiettivi con cui si prefiggeva di coinvolgere le istanze locali sulle strategie di Responsabilità Sociale d'Impresa.

Le Agenzie hanno risposto positivamente sia riguardo al loro coinvolgimento diretto sulla elaborazione del Bilancio Sociale sia nel predisporre, di concerto con Unipol e con Cittadinanzattiva, uno specifico progetto che estende la pratica della RSI alla filiera delle Agenzie.

È stato perseguito, inoltre, l'obiettivo di coinvolgere le istanze territoriali delle Organizzazioni Socie; una diffusione maggiore del Bilancio Sociale e della strategia sociale d'impresa sarà possibile potendo contare su strutture e prassi partecipative consolidate del mondo Unipol.

Il Bilancio Sociale è diventato progressivamente lo strumento di inclusione del punto di vista degli stakeholder, oltre che di specifica rendicontazione delle performance di impresa legate ai loro interessi: in questo modo il Bilancio è divenuto uno strumento di contaminazione reciproca fra l'impresa e i suoi pubblici

di riferimento, rendendo possibile la costruzione di una visione comune della Responsabilità Sociale d'Impresa, non confinata alle sole azioni aziendali.
Il processo di dialogo e di partecipazione della stessa rendicontazione sociale si è ampliato e consolidato; con il coinvolgimento di tutte le strutture aziendali, con metodo costante, si tenta di tradurre in progettualità i suggerimenti, gli input, le stesse aspettative degli stakeholder.
Il processo di inclusione degli stakeholder sta portando ad una fase di co-progettazione Impresa-Stakeholder: si promuovono, tra impresa e Associazioni dei Consumatori, progetti su tematiche specifiche, con un coinvolgimento rilevante delle stesse strutture tecniche.
Per quanto riguarda il personale, si è registrato un forte aumento di sensibilità ed entusiasmo da parte dei dipendenti partecipanti al panel, che potrà costituire la base di futuri interventi per il coinvolgimento diretto dei dipendenti sui progetti di RSI, mentre purtroppo si registra ancora un atteggiamento non omogeneo nei vari livelli delle rappresentanze sindacali aziendali.
Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, si è reimpostata e notevolmente ampliata la parte relativa agli indicatori ambientali e nello specifico i consumi, la gestione dei rifiuti e le politiche ambientali verso i principali fornitori. Per quest'ultimi si è proceduto a una formalizzazione degli orientamenti dell'impresa e si è effettuata una specifica analisi sullo stato delle loro certificazioni ambientali e di qualità, creando le premesse per un loro coinvolgimento in futuro.
Sempre quest'anno si è notevolmente sviluppata le sezione riguardante i rami Vita e i Fondi Pensione, aree di sviluppo dell'impresa, la cui rilevanza sociale è sempre più ribadita da utenti consumatori e da Organizzazioni Socie.
Si è ampliata, inoltre, la gamma degli indicatori economici e finanziari, al fine di facilitare la comprensione, da parte del lettore, degli elementi riguardanti lo sviluppo dell'impresa e del mercato.
Per il futuro, gli obiettivi previsti sono:
- verificare la possibilità di redigere un Bilancio Sociale consolidato di Gruppo, al fine anche di estendere l'esperienza della rendicontazione sociale, con gradualità, alle altre Società del Gruppo;
- continuare l'implementazione del processo di rendicontazione, per adeguarlo alle esigenze emergenti, estenderlo ai nuovi settori dell'impresa e assicurare una corrispondenza reale ai bisogni di informazione dei nostri principali stakeholder;
- consolidare il confronto con i nostri stakeholder principali per l'implementazione, la legittimazione e la selezione degli indicatori e delle informazioni da fornire;
- sviluppare ulteriormente il processo di coinvolgimento e di inclusione avviato verso i fornitori, in funzione di una maggiore sostenibilità ambientale;
- assicurare continuità e sviluppo ai progetti di collaborazione congiunta con i diversi stakeholder, ampliando il dialogo con i principali portatori di interesse interni ed esterni, al fine di rafforzare ulteriormente gli aspetti partecipativi delle relazioni in essere con tutte le controparti, in coerenza al contratto sociale d'impresa già esplicitato nelle precedenti edizioni del Bilancio Sociale;
- valorizzare e trasferire, alle diverse istanze dell'impresa, il feedback che tali collaborazioni sviluppano ai fini sia della programmazione d'impresa sia della stessa ridefinizione della strategia sociale.

Indice Indicatori Bilancio Sociale 2005

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S. 2005	Codice GRI	Codice CSR-SC
IDENTITÀ					
Rappresentazione degli stakeholder			20	■	■
	descrizione e numero		20	■	■
	identificazione e dialogo con i principali stakeholder	descrizione	28-51	■	■
Attività internazionale del Gruppo	descrizione delle principali attività	descrizione	55		
Composizione partner storici	iscritti per Organizzazione Socia	numero	58		
Assetto proprietario	struttura dell'azionariato	%	59	■	■
Elementi di governance			60	■	■
	composizione Consiglio di Amministrazione	descrizione	60	■	■
	consiglieri di amministrazione non esecutivi e indipendenti	numero	60	■	■
Sistema di controllo interno	compiti, poteri e responsabilità delle divisioni e dei comitati previsti per il controllo	descrizione	68	■	■
Situazione del mercato assicurativo			71		
	quadro macroeconomico mondiale	numero	71		
	suddivisione del mercato in rami d'attività	numero	75		
Strategia del Gruppo			76		
	strategia di crescita nel settore assicurativo 1999-2004	descrizione	77		
	quota di mercato Gruppo	valore e %	76		
	benchmarking con altri gruppi assicurativi	numero	76		
Raccolta premi			78	■	
	ammontare della raccolta premi per tipologia di rami e incidenze relative sul totale	valore	79-95	■	
	ammontare della raccolta premi per comparto e incidenze relative sul totale	valore	78	■	
	ammontare raccolta premi da reti proprie, compagnie multiramo e specializzate e incidenze relative	valore	96	■	
	incidenza % del tot premi compagnie multiramo		96		
	andamento risultati tecnici (combined ratio rami danni)	%	78		
Comparto bancario e merchant banking			80		
	struttura rete distributiva	numero	81		
	ammontare raccolta e risparmio gestito	valore	80		
Performance rami Danni			82		
	ammontare e variazione premi lavoro diretto e indiretto	valore e %	82		
	dati su denunce, sinistri liquidati e ammontare riserve premi	valore e numero	82		
	velocità liquidazione sinistri per tipologia di rami danni (generazioni corrente e precedenti)	%	82		
Performance rami Vita					
	ammontare e variazione premi per tipologia di rami	valore e %	84		
Fondi Pensione					
	descrizione fondi aperti, principali vecchi fondi	descrizione	88-90		
	dati sull'ammontare del patrimonio e numero aderenti per tipologia di fondi	numero e valore	89-90		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S. 2005	Codice GRI	Codice CSR-SC
PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO					
Dati di sintesi del Bilancio consolidato di Gruppo			94		
	gestione tecnica	valore	94		
	gestione patrimoniale e finanziaria	valore	94		
	gestione assicurativa	valore	95-96		
Dati di sintesi del Bilancio della Capogruppo			98		
	gestione tecnica	valore	98		
	gestione patrimoniale e finanziaria	valore	100		
	gestione assicurativa	valore	100-101		
Produzione del valore aggiunto			103		
	ricavi della gestione caratteristica	valore	103	■	
	costi della gestione caratteristica	valore	103		
	componenti accessorie e straordinarie	valore	103		
	valore aggiunto globale netto	valore	103		
Distribuzione del valore aggiunto	remunerazione per stakeholder	valore	104-105	■	■

RELAZIONE SOCIALE					
I CONSUMATORI E I CLIENTI					
Offerta ai clienti					
	prodotti specifici della Linea Persone e Linea Aziende	descrizione	111-115		■
	segmentazione per categoria e tasso di cross selling	numero	108-109		
Convenzioni attivate					
	totale premi	valore	116		■
	ripartizione premi e contratti per sottoscrittori	valore e numero	117		■
	strategia di rinnovo delle convenzioni	descrizione	118		■
Sinistri (RC Auto)					
	descrizione strutture di Liquidazione	descrizione	119		
	centri di liquidazione di gruppo	numero	119		
	sinistri aperti	numero	119		
	sinistri liquidati da Unipol	numero	119		
	sinistri liquidati per struttura di liquidazione	numero	119		
	dislocazione Centri Servizio di Liquidazione	numero	119		
	frequenza e costo medio dei sinistri RCA in Italia (confronto intertemporale)	numero e %	120		
	frequenza e costo medio dei sinistri RCA in Italia (distribuzione provinciale)	numero e %	123		
	velocità di liquidazione sinistri Unipol vs Mercato	%	121		
	tempi medi di liquidazione CID Unipol vs Mercato	numero	121		
	dati del laboratorio sul danno materiale	descrizione e numero	121		
	incidenza del danno a persona sul totale denunce RCA	%	123		
	sinistri liquidati con danni a persone	numero	124		
	quota di sinistri con danni alle persone e quota colpi di frusta -situazione del mercato	%	124		
	% danni con invalidità permanente per il mercato assicurativo	%	124		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S. 2005	Codice GRI	Codice CSR-SC
Sinistri (RC Auto) segue					
	cause RCA pendenti alla chiusura dell'esercizio	numero	125		
	furti auto per regione Unipol vs Mercato	numero e %	125		
	CID lesioni	descrizione	122		
Servizio Sertel					
	% di risposta per denuncia	%	127		
	% canalizzazione	%	127		
	sinistri aperti	numero	127		
	sinistri liquidati	numero	127		
	% sinistri Unipol liquidati direttamente da Sertel	%	127		
	velocità di liquidazione Sertel	%	127		
Fornitori di servizi	descrizione e consistenza della rete di fornitori	descrizione	128	■	■
Frodi assicurative					
	incidenza del numero delle frodi sul totale dei sinistri in Italia	%	130		
	descrizione attività Unità Antifrode	descrizione	130		
	segnalazioni e querele per tipologia e area geografica di provenienza	numero	132		
	principi del nuovo codice della privacy	descrizione	133		
Tariffa RC Auto					
	principali elementi della nuova tariffa	descrizione	134		
	frequenza sinistri RCA per sesso ed età del proprietario	%	135		
	frequenza sinistri RCA per sesso ed anzianità del conducente	%	135		
Soluzioni innovative					
	unibox strada sicura	descrizione	136		
	franchigia fruttuosa	descrizione	137		
Unipol Risponde	reclami per tipologia, ambito e area geografica di provenienza e sanzioni ISVAP	numero	138	■	■
Rimborsi RCA e contenzioso	posizione di Unipol rispetto alle richieste di rimborso e al contenzioso		140	■	■
Informazione/comunicazione					
	fonti informative a disposizione del lettore, sponsorizzazioni e innovazioni nella comunicazione	descrizione	141-143	■	■
	nuova campagna di comunicazione 2005	descrizione	143	■	■
Conciliazione	caratteristiche della procedura di conciliazione e associazioni aderenti	descrizione	144		

AZIONISTI, INVESTOR RELATIONS E AMMINISTRAZIONE STATALE

Azionisti					
	dividendi sulle diverse categorie di azioni	valore	146	■	■
	composizione e ammontare del capitale sociale	valore	146	■	■
Investor Relations	descrizione rapporti con intermediari	descrizione e numero	148		■
Amministrazione statale	descrizione norme dedicate al settore assicurativo	descrizione	150		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S. 2005	Codice GRI	Codice CSR-SC
GLI AGENTI E IL PERSONALE					
Struttura rete di vendita Agenzie private	evoluzione della rete di vendita per numero di agenzie ed incassi medi	numero e valori	152 156		
Struttura rete di vendita Agenzie societarie					
	rete di vendita per numero di agenzie, incassi, localizzazione geografica	numero e valore	156		
	composizione del personale della rete	numero e valore	157		
Personale dipendente			159	■	■
	composizione dipendenti del Gruppo per compagnia, sesso e tipo di impiego	numero	159	■	■
	composizione personale di Unipol per fascia d'età, titolo di studio, livello, area geografica, anzianità aziendale, tipologia di contratto	numero	162	■	■
Relazioni industriali			160	■	■
	descrizione dello stato delle relazioni industriali	descrizione	160	■	■
	attività sindacale (permessi sindacali, scioperi)	numero	164	■	■
Sistema incentivante	risultati e premi	numero	164	■	■
Tutela sociale sul lavoro			164	■	■
	totale ore di congedo e persone che ne hanno usufruito	numero	164	■	■
	"dipendenti che hanno beneficiato dei permessi previsti dalla legge 104/92"	numero	164	■	■
	dipendenti previsti dalla legge 68/99	% e numero	164	■	■
Formazione	azioni formative verso i dipendenti e la rete esterna	descrizione e numero	165	■	■
Previdenza	ammontare contributi versati ed adesioni al Fondo Pensione e alla Cassa Assistenza	valore e numero	166		
Salute e sicurezza	attività del servizio di prevenzione e protezione di Unipol	descrizione	167	■	■
Attività del circolo aziendale	attività del circolo e iscritti	descrizione e numero	169		
LA COLLETTIVITÁ					
Consigli Regionali Unipol (CRU)	attività dei consigli	descrizione	170		
Fondazione Cesar	sintesi delle attività	descrizione	171		
Unipol e il mondo della scuola	stage e relative assunzioni	descrizione	174		■
Impegno per ambiente e sostenibilità			175	■	■
	consumi energetici	descrizione e numero	175	■	■
	consumi di calore	numero	176	■	■
	consumi di acqua	numero	176	■	■
	ammontare spese mobilità suddivisi per mezzi di trasporto	valore in euro	177	■	■
	gestione dei rifiuti	descrizione	177	■	■
	impatto ambientale dei fornitori	descrizione	179	■	■
Responsabilità Sociale di Unipol	partnership	descrizione	181		■
SOCIETÁ DEL GRUPPO					
Società del Gruppo	descrizione delle principali attività per singola società	descrizione e numero	192		
Progetti Immobiliari	descrizione dei principali progetti	descrizione e numero	208		

Indice Indicatori GRI

Riferimento GRI	Argomento	Riferimento B.S. 2005
	Visione e strategia	
1.1	Visione e strategia per lo sviluppo sostenibile	18-76-81
1.2	Dichiarazione dell'Amministratore Delegato	4
	Profilo	
2.1 - 2.9	Profilo organizzativo	20-21, 52-54, 60-67, 76-81
2.10 - 2.16	Ampiezza del report	copertina, ultima pagina
2.17 - 2.22	Profilo del report	10-12, 141-143, 227-230
	Struttura di governo e sistemi di gestione	
3.1 - 3.8	Struttura e governo	60-67
3.9 - 3.12	Coinvolgimento degli Stakeholder	24-51
3.13 - 3.20	Politiche direzionali e sistemi di gestione	60-70
	Indicatori di performance economica	
EC1 - EC2	Clienti	100-109, 116-119
EC3 - EC4, EC11	Fornitori	104, 128
EC5	Dipendenti	104
EC6 - EC7	Fornitori di capitale	104
EC8 - EC10, EC12	Settore pubblico	104
EC13	Impatti economici indiretti	104
	Indicatori di performance ambientale	
EN1 - EN2	Materie prime	175-180
EN3 - EN4, EN17 - EN19	Energia	175-180
EN5, EN20 - EN22	Acqua	175-180
EN6 - EN7, EN23 - EN29	Biodiversità	Dato non presente
EN8 - EN13, EN30 - EN32	Emissioni, effluenti e rifiuti	175-180
EN33	Fornitori	179-180
EN14 - EN16	Prodotti e servizi	Dato non presente
EN34	Trasporti	Dato non presente
EN35	Generale	Dato non presente
	Indicatori di performance sociale	
LA1 - LA2, LA12	Impiego	159-163
LA3 - LA4, LA13	Relazioni industriali	160
LA5 - LA8, LA14 - LA15	Sicurezza e salute dei lavoratori	167
LA9, LA16 - LA17	Formazione e addestramento	165
LA10 - LA11	Diversità e pari opportunità	164
HR1 - HR14	Diritti umani	Dato non presente
SO1, SO4	Comunità	Dato non presente
SO2	Corruzione	Dato non presente
SO3, SO5	Contributi politici	Dato non presente
SO6-SO7	Concorrenza e prezzi	140, 134-137
PR1, PR4 - PR6	Sicurezza e salute dei consumatori	Dato non presente
PR2, PR7 - PR8	Prodotti e servizi	110-115, 116-118, 126-127
PR9 - PR10	Pubblicità	Dato non presente
PR3 - PR11	Rispetto della privacy	Dato non presente

Indice Indicatori Ministero del Welfare

Riferimento Progetto CSR-SC	Argomento	Riferimento B.S. 2005
	Risorse umane	
1.1	Composizione del personale	159-164
1.2	Turnover	163
1.3	Pari opportunità	164
1.4	Formazione	165
1.5	Orari di lavoro per categoria	159
1.6	Modalità retributive	164
1.7	Assenze	159-164
1.8	Agevolazioni per i dipendenti	Dato non presente
1.9	Relazioni industriali	160-164
1.10	Comunicazione interna	160-164
1.11	Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro	167
1.12	Soddisfazione del personale	Dato non presente
1.13	Tutela dei diritti dei lavoratori	Dato non presente
1.14	Provvedimenti disciplinari e contenziosi	Dato non presente
	Soci/Azionisti e Comunità finanziaria	
2.1	Composizione del capitale sociale	59
2.2	Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari)	104
2.3	Andamento quotazioni	146
2.4	Rating	147
2.5	Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze	63-67
2.6	Agevolazioni e servizi per i soci	116
2.7	Investor relation	148
	Clienti	
3.1	Caratteristiche della clientela	108-109
3.2	Sviluppo del mercato	110-115
3.3	Customer satisfaction e customer loyalty	138-139
3.4	Informazioni ed etichettature di prodotto/servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)	110-115, 126-127, 138-139, 141-143
3.5	Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio ad alta utilità sociale)	110-115
3.6	Politiche promozionali (rispetto codici di autodisciplina)	Dato non presente
3.7	Tutela della Privacy	133
	Fornitori	
4.1	Politica di gestione dei fornitori	128-129, 179-180
4.2	Condizioni negoziali	Dato non presente

Riferimento Progetto CSR-SC	Argomento	Riferimento Bilancio Sociale
	Partner finanziari	
5.1	Rapporti con le banche	Dato non presente
5.2	Rapporti con le compagnie assicurative	Dato non presente
5.3	Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio società di leasing)	Dato non presente
	Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione	
6.1	Imposte, tributi e tasse	104, 150-151
6.2	Rapporti con gli enti locali	104, 170-173
6.3	Norme e codici etici per il rispetto della legge	68-70, 138
6.4	Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati	Dato non presente
	Comunità	
7.1	Corporate giving	104, 170-187
7.2	Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento	104, 170-187
7.3	Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)	24-51
7.4	Relazioni con i mezzi di comunicazione	Dato non presente
7.5	Comunità virtuale	48-51, 141-142, 148-149
7.6	Prevenzione della corruzione	68-70
	Ambiente	
8.1	Consumi di energia, materiali ed emissioni	175-180
8.2	Strategia ambientale e relazioni con la comunità	170-187

Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa

La gestione della Responsabilità Sociale

Il nostro approccio è basato su un programma integrato di Responsabilità Sociale d'Impresa che fornisce a Unipol gli strumenti per identificare gli impatti sociali, etici ed ambientali significativi, per misurare e gestire le relative performance e per monitorarne l'attuazione in coerenza ai requisiti dell'AA1000.
Tale programma è stato costruito sull'esperienza di rendicontazione sociale periodica sviluppata da Unipol con continuità da oltre un decennio, con il suo Bilancio Sociale e grazie a strutture aziendali di partecipazione e di impegno sociale come i CRU e la Fondazione Cesar.

Coerenza all'AA1000

La missione di AccountAbility, importante istituto professionale internazionale, è quella di promuovere la rendicontazione per lo sviluppo sostenibile. AccountAbility, attraverso la serie di linee guida AA1000, fornisce un efficace strumento di gestione dei processi di rendicontazione e di verifica esterna.
Nel 2003, AccountAbility ha emesso i primi principi di verifica relativi all'area della gestione e della rendicontazione sulla sostenibilità. Si tratta di un processo standard basato su una serie di principi quali **significatività, completezza e rispondenza.**
Unipol è impegnata nell'utilizzo delle linee guida AA1000 come base per comprendere e sviluppare le migliori pratiche in materia di rendicontazione sociale, etica ed ambientale, in coerenza a una cultura d'impresa che si richiama ai valori dell'Economia Sociale e del movimento cooperativo italiano ed internazionale. Abbiamo richiesto alla società di revisione incaricata di svolgere le procedure di verifica sul nostro Bilancio Sociale di avvalersi, nello svolgimento del proprio incarico, delle linee guida *"AA1000S standard per la verifica esterna"*.

Allineamento all'AA1000

Nel nostro Bilancio Sociale definiamo i nostri valori principali, declinandoli all'interno delle politiche ed evidenziando le loro applicazioni nei processi gestionali.
I nostri valori si concretizzano in un contratto sociale d'impresa, esplicitato più volte, dove gli interessi dei pubblici di riferimento devono trovare il giusto bilanciamento nella scelta di chi gestisce consapevolmente e responsabilmente l'impresa, mentre a tutti gli stakeholder sono assicurate forme di partecipazione, di dialogo, di coinvolgimento e consultazione. Per questo nel nostro Bilancio Sociale viene dedicato ampio spazio alla "voce degli stakeholder".
Di conseguenza il processo di dialogo e di partecipazione, che fa parte della stessa rendicontazione sociale, si amplia e si consolida: con il coinvolgimento di tutte le strutture aziendali si tenta di tradurre in progettualità i suggerimenti e le aspettative degli stakeholder.

Il Bilancio Sociale diventa sempre più uno strumento di inclusione del punto di vista degli stakeholder, oltre che di specifica rendicontazione delle performance dell'impresa. Per Unipol è ormai uno strumento di contaminazione reciproca fra l'azienda e i suoi pubblici di riferimento, per costruire insieme una visione di Responsabilità Sociale d'Impresa non confinata alle sole azioni aziendali, ma in grado di coinvolgere tutte le parti in gioco. In questo modo, il Bilancio Sociale diviene non solo un momento di verifica della funzione sociale dell'impresa, ma anche un fattore specifico di miglioramento sia del processo produttivo sia della stessa reputazione aziendale.

Significatività

Ogni anno cerchiamo di fornire le informazioni più significative ai vari stakeholder per permettere loro di poter giudicare con cognizione la coerenza tra singole performance, comportamenti aziendali e dichiarazioni valoriali.
In questi anni di esperienza si è messo a punto un sistema di contabilità sociale che coinvolge tutte le aree aziendali consentendoci di fornire agli stakeholder una corretta ed esaustiva rappresentazione delle azioni aziendali in campo etico, sociale e ambientale.
Certo ci rendiamo conto che è necessario un impegno continuo nell'implementazione del processo, per adeguarlo alle esigenze emergenti, per estenderlo ai nuovi settori di espansione dell'impresa, per fornire ulteriori indicatori e informazioni in ambito finanziario e ambientale, un ulteriore impegno per assicurare una corrispondenza reale ai bisogni di informazione dei nostri principali stakeholder.
Per il futuro ci impegniamo:

- a incrementare le occasioni di dialogo con i nostri stakeholder principali per la definizione e condivisione degli indicatori e delle informazioni da fornire, capitalizzando il confronto già realizzato con alcuni importanti stakeholder. Quest'anno, ad esempio, si è notevolmente ampliata la sezione e gli indicatori relativi alla Vita e ai Fondi, aree in forte espansione in Unipol; inoltre, è stata arricchita la sezione sulla sostenibilità aziendale con nuovi indicatori.
- con questo Bilancio Sociale si procederà a ritarare il piano di comunicazione, rivedendone le modalità di diffusione, elaborando nuove versioni più snelle e rivolte in particolar modo ai consumatori. Inoltre, sarà ampliata ulteriormente l'area del sito internet dedicata alla Responsabilità Sociale, fornendo informazioni sulla strategie di RSI della Compagnia, su progetti ed esperienze da sviluppare e rendendo possibile forme di dialogo interattive con i nostri lettori e visitatori del sito.

Completezza

In questo Bilancio Sociale abbiamo fornito tutte le informazioni riguardanti le principali attività di Unipol Assicurazioni S.p.A., anche se numerosi sono i riferimenti al Gruppo, soprattutto nelle descrizioni della strategia e dei risultati economici; richiami inevitabili se consideriamo che Unipol svolge il duplice ruolo di Compagnia assicurativa e di holding, detenendo direttamente il controllo delle principali aziende del Gruppo.

I riferimenti al Gruppo sono indispensabili per comprendere lo sviluppo registrato negli ultimi anni da Unipol: ad esempio, la crescita delle compagnie di settore, le acquisizioni di Meie e Winterthur e la nascita di Aurora Assicurazioni, l'affermazione nel settore bancario di Unipol Banca, hanno accresciuto il peso e il ruolo di Unipol, non solo nel settore assicurativo italiano.
Abbiamo, inoltre, rendicontato fedelmente e in modo esaustivo il processo di inclusione degli stakeholder, le loro proposte, le critiche, i loro incoraggiamenti rilevandone i diversi livelli di consapevolezza nella partecipazione al processo di dialogo.
Occorre, infatti, graduare sistematicamente il processo di inclusione ai diversi atteggiamenti tenuti da ogni singolo stakeholder, che variano da un vero e proprio antagonismo di alcuni, alla conflittualità di altri, alla cooperazione e partnership di altri ancora. Spesso tali comportamenti si rilevano anche ai diversi livelli di rappresentanza di ogni singolo stakeholder ed è evidente, quindi, la gradualità e i tempi necessari perché il confronto possa esplicarsi senza rischi e con positività.
Abbiamo, inoltre, rilevato punti di forza nel processo di inclusione, come nel caso degli agenti, con lo sviluppo del progetto di estensione della RSI alla filiera delle singole agenzie sul territorio.
Abbiamo cercato di illustrare sinteticamente una selezione di prodotti a maggiore valenza sociale conciliandola con la necessità di leggibilità del documento.
Abbiamo, infine, ampliato la sezione del Bilancio dedicata alla sostenibilità ambientale rendicontando i consumi, la gestione dei rifiuti aziendali e le politiche ambientali intraprese verso i nostri fornitori.
Le linee di miglioramento individuate per i prossimo anno continueranno a muoversi verso:

- l'incremento della copertura del sistema di contabilità sociale grazie anche al supporto e all'esperienza dell'Internal Auditing: si cercheranno, in particolare, di formalizzare ulteriormente le procedure interne di contabilità sociale e di elaborazione del Bilancio Sociale;
- incrementare e arricchire le analisi e i benchmark in riferimento al mercato e ai principali competitors;
- sviluppare ulteriormente il processo avviato verso i fornitori in funzione sia di una maggiore sostenibilità ambientale, oltre che una loro maggiore partecipazione al processo di elaborazione del Bilancio Sociale.

Rispondenza

Con il Bilancio Sociale si è progressivamente rafforzato il processo di coinvolgimento e di partecipazione degli stakeholder. Si è passati da una modalità stellare a un approccio dialogico, che mette in rete i diversi stakeholder in un processo che vede affinare un metodo nel contempo di partecipazione al Bilancio Sociale e di ridefinizione del contratto sociale d'impresa.
Le dinamiche di relazione che ne risultano, come già accennato, sono in continua evoluzione: infatti, sono direttamente legate ai diversi valori, culture di riferimento, interessi in gioco e gradi di consapevolezza dei diversi stakeholder. La sintesi delle aspettative deriva oltre che dal contratto sociale dell'im-

presa, dalla cooperazione che si realizza, la quale richiede capacità di dialogo, comprensione reciproca tra imprese e suoi stakeholder. I contenuti sono sempre più stringenti e concreti, le competenze e la continuità di pressione che le rappresentanze degli stakeholder (Associazioni dei Consumatori, Agenti, Organizzazioni Socie, Dipendenti) mettono in campo, fanno sì che l'impresa non possa in alcun modo sottrarsi al ruolo - che valori aziendali e impegno dichiarato sulla RSI le impongono - di fornire risposte chiare, precise e nel merito del confronto attivato con i vari stakeholder, sempre nel rispetto delle reciproche autonomie, ruoli e responsabilità.
Il processo di inclusione degli stakeholder sta portando ad una fase di co-progettazione anche con il coinvolgimento delle stesse strutture tecniche.
Per quanto riguarda il personale, si registra un atteggiamento non omogeneo nei vari livelli delle rappresentanze sindacali sul terreno della RSI, mentre il personale coinvolto nei panel ha manifestato un forte entusiasmo verso la tematica.
Con il consenso convinto della Direzione Commerciale e della AAU (Associazione Agenti Unipol) è stato confermato il lancio del progetto di estensione della RSI alla filiera delle agenzie "Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa – Obiettivo Barriere e Imparare Sicuri".
Le linee da confermare per il futuro sono:

- assicurare continuità e sviluppo ai progetti di collaborazione congiunta con i diversi stakeholder ed estenderne la diffusione e la partecipazione;
- dovrà essere nostra costante preoccupazione raccogliere, valorizzare e trasferire alle diverse istanze dell'impresa, il feedback che tali collaborazioni sviluppano ai fini sia della programmazione d'impresa sia della stessa ridefinizione della strategia sociale.

KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Andrea Costa, 180
40134 BOLOGNA BO

Telefono 051 4383511
Telefax 051 4383566
e-mail it-fmaudit@kpmg.it

Relazione della società di revisione sul bilancio sociale
Attestazione di conformità

Al Presidente del Consiglio di Amministrazione della
Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.

1 Abbiamo svolto le verifiche di conformità sul bilancio sociale al 31 dicembre 2004 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., descritte nel paragrafo 2 della presente relazione. Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare l'affermazione riportata nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio sociale al 31 dicembre 2004 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità alle linee guida definite dal GRI - *Global Reporting Initiative* - e alle linee guida definite dal GBS - Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale. La responsabilità della predisposizione del bilancio sociale in accordo con i menzionati principi compete alla Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.

2 Allo scopo di poter valutare l'affermazione riportata nel paragrafo "Nota metodologica", sopra richiamata, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, come previsto dal principio di revisione *International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information* statuito a livello internazionale dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* ("IAASB") e dal Documento di Ricerca n° 1 - Linee guida per la revisione del Bilancio Sociale - del Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale ("GBS"):

- verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel bilancio sociale ai dati e alle informazioni presenti nel bilancio d'esercizio della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2004, approvato dall'Assemblea dei soci, su cui è stata da noi emessa la relativa relazione di revisione contabile, datata 11 aprile 2005;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio sociale. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
  - interviste e discussioni con i delegati della Direzione e il personale della Società, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del bilancio sociale e di rilevare i processi, le procedure ed il sistema di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni dalle singole aree operative e uffici della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio sociale;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sociale, al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso le interviste e dell'efficacia dei processi in atto, della loro adeguatezza in relazione agli obiettivi descritti e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni.

KPMG S.p.A., an Italian limited liability share capital company, is a member firm of KPMG International, a Swiss cooperative.

KPMG

Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.
Relazione della società di revisione
sul bilancio sociale
31 dicembre 2004

- analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida di riferimento sopra evidenziate;
- analisi dei verbali riassuntivi degli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stakeholder rispetto a quanto riportato nel bilancio sociale;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., sull'attendibilità e completezza del bilancio sociale e delle informazioni e dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.

Per le risultanze relative al bilancio sociale precedente, i cui dati ed informazioni sono presentati ai fini comparativi secondo quanto previsto dalle linee guida e dai principi di riferimento, si rimanda all'attestazione di conformità da noi emessa in data 8 ottobre 2004.

3 Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il bilancio sociale al 31 dicembre 2004 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. sia conforme alle linee guida e ai principi, con riferimento ai quali esso è stato predisposto, riportati nel paragrafo 1 della presente relazione. Inoltre, i dati e le informazioni di carattere economico – finanziario del bilancio sociale corrispondono ai dati e alle informazioni del bilancio d'esercizio della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. e gli altri dati e informazioni sono coerenti con la documentazione fornitaci e rispondenti ai contenuti richiesti dalle linee guida e dai principi in conformità ai quali il bilancio sociale stesso è stato predisposto.

4 Nel seguito, esponiamo i seguenti richiami all'informativa riportata nel paragrafo "Ipotesi di miglioramento" del bilancio sociale al 31 dicembre 2004 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.:

- il bilancio sociale, rispetto all'esercizio precedente, presenta un maggior numero di indicatori di performance sociale ed ambientale, che sono riepilogati in appendice, ai fini di facilitare la lettura e la verifica, da parte di tutte le categorie di stakeholder, della completezza delle informazioni fornite. La Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. si propone peraltro di arricchire il bilancio sociale con ulteriori informazioni ed indicatori sociali ed ambientali, anche progressivamente estesi alle altre società del Gruppo Unipol.
- la Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. ha consolidato le attività di dialogo con gli stakeholder uniformandosi ai principi di riferimento per la redazione del bilancio sociale riportati nel paragrafo "Nota metodologica". Peraltro, la Società si propone di consolidare ed estendere le attività di dialogo realizzate con i principali portatori di interesse interni ed esterni.

Bologna, 8 luglio 2005

KPMG S.p.A.

Massimo Tamburini
Socio

KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Andrea Costa, 160
40134 BOLOGNA BO

Telefono 051 4392511
Telefax 051 4392599
e-mail it-fmauditaly@kpmg.it

Relazione indipendente sulla conformità all'AA 1000 – AccountAbility 1000 del bilancio sociale al 31 dicembre 2004

Al Presidente del Consiglio di Amministrazione della
Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.

Introduzione

Siamo stati incaricati dalla Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. di svolgere le procedure di verifica sul bilancio sociale al 31 dicembre 2004 della stessa Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. descritte nel paragrafo "Procedure svolte" della presente relazione. Il bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2004 è stato oggetto di una apposita attestazione di conformità alle linee guida definite dal GRI – *Global Reporting Initiative* – ed alle linee guida definite dal GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale –, da noi emessa in data 26 settembre 2005.

Responsabilità degli amministratori e dei revisori

La responsabilità della predisposizione del bilancio sociale, delle informazioni e affermazioni in esso contenute, della definizione degli obiettivi in relazione alle performance di Responsabilità Sociale, della predisposizione e del mantenimento di un'adeguata gestione delle performance e dei sistemi di controllo interno da cui le informazioni fornite derivano compete agli amministratori della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.

E' nostra la responsabilità di formulare delle conclusioni relativamente all'attendibilità delle affermazioni della Società riportate nel paragrafo "Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa" da pagina 223 a pagina 226 del bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2004. Le nostre conclusioni inoltre includono, se applicabili e significative, considerazioni relativamente alla:

- incoerenza delle informazioni incluse nel bilancio sociale con le risultanze del nostro lavoro;
- incompletezza delle informazioni e delle spiegazioni ricevute ai fini dello svolgimento del nostro incarico;
- conoscenza di ulteriori o differenti informazioni e/o omissioni nelle affermazioni del Consiglio di Amministrazione o nel processo di raccolta e predisposizione delle informazioni incluse nel presente bilancio sociale.

Principi di revisione di riferimento

Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati dal principio di revisione *International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information*, statuito a livello internazionale dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* ("IAASB") e secondo i principi guida dell'*AccountAbility 1000 Assurance Standard*, statuito a livello internazionale da *AccountAbility*. I suddetti principi di revisione di riferimento richiedono lo svolgimento di procedure di verifica sull'organizzazione e sui processi di raccolta delle informazioni relative alle prestazioni dell'azienda nell'ambito della responsabilità sociale e riportate nel bilancio sociale. L'incarico è stato svolto da un gruppo multidisciplinare di nostri esperti nelle tecniche di responsabilità socio-ambientale e di revisione contabile.

Oggetto della verifica

Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare l'attendibilità delle affermazioni della Società, riportate nel paragrafo "Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa" da pagina 223 a pagina 226 del bilancio sociale al 31 dicembre 2004 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità ai principi *AccountAbility 1000* (AA1000) emanati da

KPMG S.p.A., an Italian limited liability share capital company, is a member firm of KPMG International, a Swiss cooperative.

AccountAbility, in particolare secondo quanto richiesto in termini di rilevanza, completezza, periodicità dell'informazione e tempestività nella risposta agli stakeholder.

Procedure svolte

Abbiamo pianificato e svolto le nostre procedure di verifica al fine di ottenere le informazioni e spiegazioni considerate necessarie per le finalità dell'incarico conferitoci.

Le procedure di verifica da noi svolte sono state le seguenti:

- interviste con la Direzione della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. responsabile per l'attuazione delle politiche di responsabilità sociale, al fine di ottenere e comprendere:
  - la metodologia di raccolta delle informazioni alla base della predisposizione del bilancio sociale e del relativo processo di responsabilità sociale;
  - la loro opinione sullo stato di attuazione del processo di responsabilità sociale all'interno delle diverse attività aziendali;
  - le affermazioni della Direzione incluse nel bilancio sociale relativamente al programma previsto per lo sviluppo della responsabilità sociale;
- interviste con il Dipartimento di *Internal Audit* per analizzare le verifiche da questo effettuate relativamente ai processi interni aziendali rilevanti ai fini del nostro incarico;
- verifica del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti mediante l'analisi dei verbali riassuntivi degli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi rispetto a quanto riportato nel bilancio sociale;
- ottenimento della lettera di attestazione sottoscritta dal legale rappresentante della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., sull'attendibilità e completezza del bilancio sociale e delle informazioni in esso contenute, con specifico riferimento alla conformità all'AA 1000.

Tali procedure costituiscono una revisione limitata secondo quanto previsto dai principi di revisione di riferimento. La revisione limitata è consistita, infatti, principalmente nella raccolta di informazioni tramite colloqui con la Società ed ha escluso altre procedure di revisione quali sondaggi di conformità od altre procedure di validità ed ha comportato un'estensione significativamente inferiore a quella di una revisione completa. Di conseguenza non esprimiamo un giudizio professionale di revisione.

Conclusioni

Sulla base delle procedure di verifica sopra riportate, nulla è emerso alla nostra attenzione che ci induca a ritenere che non siano attendibili le affermazioni della Società, riportate nel paragrafo "Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa" da pagina 223 a pagina 226 del bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2004, secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità ai principi AA1000 emanati da *AccountAbility*.

Bologna, 8 luglio 2005

KPMG S.p.A.

Massimo Tamburini
Socio

Modulo di valutazione Bilancio Sociale 2005

Il bilancio sociale 2005 ha bisogno del tuo contributo. Leggendo avrai sicuramente individuato degli aspetti critici e dei punti da migliorare. Ti chiederemmo di dedicarci qualche minuto per compilare il seguente questionario. Le osservazioni che farai diverranno un punto di partenza per innovare il bilancio sociale di Unipol 2005. Una sintesi delle schede pervenute sarà pubblicata sul prossimo bilancio sociale per rendere note le opinioni del lettore.

A quale categoria di stakeholder appartieni?

- ☐ Organizzazioni socie
- ☐ Dipendenti
- ☐ Agenti
- ☐ Associazioni dei consumatori
- ☐ Stampa
- ☐ Clienti
- ☐ Fornitori
- ☐ Studenti
- ☐ Altro (specificare _____

SEZIONE 1: UNIPOL E LA RESPONSABILITA' SOCIALE

Domanda	Molto	Abbastanza	Sufficientemente	Insufficientemente
D. 1 – Unipol è un'impresa trasparente in merito alle sue politiche imprenditoriali ed ai suoi risultati?	☐	☐	☐	☐
D. 2 – Unipol è un'azienda attenta nella gestione delle risorse umane? Rispettosa della loro dignità e dei loro bisogni?	☐	☐	☐	☐
D. 3 – Unipol gestisce in modo corretto e propositivo la relazione con le parti sociali?	☐	☐	☐	☐
D. 4 – Unipol è corretta nel rapporto con i clienti in termini di informazione fornita e di servizi erogati?	☐	☐	☐	☐
D. 5 – Unipol gestisce positivamente il dialogo con le rappresentanze delle organizzazioni socie e dei consumatori?	☐	☐	☐	☐
D. 6 – Unipol è attenta a soddisfare i bisogni delle nuove tipologie di clienti (lavoratori atipici, liberi professionisti, immigrati,...)?	☐	☐	☐	☐
D. 7 – Nella relazione con le Comunità locali emerge il ruolo propositivo di Unipol?	☐	☐	☐	☐
D. 8 – Unipol è un testimonial importante nella diffusione della responsabilità sociale d'impresa?	☐	☐	☐	☐

SEZIONE 2: UNIPOL E IL BILANCIO SOCIALE

Domanda	Molto	Abbastanza	Sufficientemente	Insufficientemente
D. 9 – Il bilancio sociale di Unipol è stato utile per conoscere l'impresa?	☐	☐	☐	☐
D. 10 – I contenuti del bilancio sociale sono esaustivi rispetto ai suoi bisogni informativi?	☐	☐	☐	☐
D. 11 – La modalità di diffusione del documento è efficace per raggiungere un buon livello di trasparenza?	☐	☐	☐	☐
D. 12 – Il bilancio sociale di Unipol rappresenta un contributo importante alla diffusione e al miglioramento degli strumenti di responsabilità sociale?	☐	☐	☐	☐

SEZIONE 2: UNIPOL E IL BILANCIO SOCIALE (segue)

Domanda	Molto	Abbastanza	Sufficientemente	Insufficientemente
D. 13 – Il bilancio sociale di Unipol è uno strumento importante per meglio capire le logiche e i meccanismi di funzionamento del mercato assicurativo?	☐	☐	☐	☐
D. 14 – Il bilancio sociale di Unipol ha contribuito a rafforzare l'immagine sociale dell'impresa?	☐	☐	☐	☐

Domanda	
D. 15 – Quali ulteriori strumenti di Responsabilità Sociale (oltre al Bilancio sociale) ritieni che Unipol debba adottare?	
1. Codice Etico	☐
2. Comitato Etico, Audit Etico, Ethics Officer	☐
3. Formazione etica	☐
4. Certificazione di qualità ISO 9000	☐
5. Certificazione etica SA 8000	☐
6. Certificazione ambientale EMAS - ISO14000	☐

SEZIONE 3: UNIPOL E IL MERCATO

Domanda	Molto	Abbastanza	Per nulla
D. 16 – Come percepisce Unipol nel mercato assicurativo italiano?			
1. leader	☐	☐	☐
2. innovativa	☐	☐	☐
3. affidabile	☐	☐	☐
4. solida	☐	☐	☐
5. equa	☐	☐	☐
6. trasparente	☐	☐	☐
Domanda	**Preferibile**	**Uguale**	**Peggio**
D. 17 – Come valuta Unipol rispetto ai suoi diretti competitor?			
1. trasparenza	☐	☐	☐
2. equità	☐	☐	☐
3. solidarietà	☐	☐	☐
Domanda	**Migliore**	**Uguale**	**Peggiore**
D. 18 – Come valuta l'immagine sociale di Unipol rispetto ai suoi diretti competitor?	☐	☐	☐

Il Gruppo di lavoro

Responsabile Unità Bilancio Sociale ..... Franco Malagrinò

Staff Unità Bilancio Sociale ..... Chiara Caselli, Marisa Francione

Direzione Affari Generali e Legale Societario ..... Roberto Giay

Condir. Generale Finanza/Immob./Partec./Contr. Di Gruppo ..... Adriano Donati, Filiberto Borghi, Stefania Trucca, Francesco Fronzoni

Staff Presidente ..... Donato Deganutti

Direzione Centrale Tecnica ..... Federico Corradini, Martina Cito

Direzione Centrale Liquidazione di Gruppo ..... Stefano Scavo, Paolo Contini, Nicoletta Focaccia, Sergio Ginocchietti

Direzione Centrale Liquidazione di Gruppo (Sertel) ..... Fabio Saracco, Eleonora Celiberti

Legale, Antifrode, Privacy e Reclami ..... Walter Visani, Roberto Casalino, Angelo Candeloro

Fondi Pensione ..... Paolo Malfaccini, Domenico Siciliano

Divisione Acquisti e Logistica di Gruppo ..... Emilio Spinardi, Claudio Nobili, Luca Tomasini

Marketing ..... Francesco Zambello, Francesca Rondelli

Direzione Vita e Previdenza Integrativa ..... Fabrizio Tei, Pier Luigi Cantelli

Dir. Centrale Personale Organizz.ne e Servizi Ausiliari ..... Orio Serra

Dir. Centrale Commerciale e Marketing – Agenzie Societarie ..... Domenico Brighi

Convenzioni e Relazioni Organizzazioni Socie ..... Marco Bruscolini, Lamberto Manservisi, Tiziano Ferranti

Condir. Generale Amm.ne e Bilancio e Consolidato di Gruppo ..... Laura Colombini, Anna Guidi

Staff Progetti Speciali Immobiliari ..... Elisabetta Lanzoni

Divisione Auditing Interno e Revisione Esterna ..... Ezio Francia, Elena Ballerini,
Associazione Agenti Unipol ..... Antonio Novielli

Unisalute ..... Stefano Lega

Unipol Banca ..... Maurizio Castellina

Linear Assicurazioni ..... Giuseppe Guerrini, Silvia Ogier

Quadrifoglio Vita ..... Luciano Fiordalisi

Navale Assicurazioni ..... Enrico San Pietro

Aurora Assicurazioni ..... Romano Sabatini

BNL Vita ..... Roberta Cabrini

Unipol Fondi ..... Attilio Selleri, Matilde Cova

Unipol Merchant ..... Claudio Bassini

Colophon

Bilancio Sociale – edizione 2004

Direzione Centrale Relazioni Esterne e CRU
Direttore - Giancarlo Brunello

Unità Bilancio Sociale
Responsabile - Franco Malagrinò

Gruppo di Redazione
Franco Malagrinò,
Chiara Caselli, Marisa Francione, Alessandra Checconi

In collaborazione con
SCS AzionInnova - Bologna

Progetto grafico e impaginazione
Wells srl - Bologna

Stampa
COPTIP Industrie Grafiche - Modena

Chiuso in redazione il 30 giugno 2005
Finito di stampare nel mese di ottobre 2005

Stampato su carta Symbol Freelife Fedrigoni - Carta Patinata riciclata ed ecologica composta da:
- 50% pura cellulosa E.C.F.
- 40% carta riciclata pre-consumer wood free
- 10% carta riciclata post-consumer deinchiostrata

Al Bilancio Sociale è allegato un questionario che invitiamo a compilare e spedirci allo scopo di accogliere le opinioni dei nostri lettori.

Se avete ulteriori suggerimenti o volete commentare il nostro approccio alla RSI, il nostro metodo di lavoro e di rendicontazione, potete contattare l'Unità Bilancio Sociale alla seguente e-mail: **f.malagrino@unipol.it**

GRUPPO UNIPOL

Il Bilancio Sociale ha creato l'occasione per ridefinire e ribadire, verso tutti gli Stakeholder, i valori base di Unipol: la qualità del servizio, il rapporto con i clienti, la trasparenza, la collaborazione con le Organizzazioni Socie e la comunità di riferimento, l'importanza dell'apporto della persona, del dipendente nel processo lavorativo. Tutti questi valori sono contenuti nella missione aziendale, che non a caso apre ogni edizione del Bilancio Sociale: sono i valori che costituiscono il presupposto essenziale della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Negli ultimi cinque anni il Gruppo Unipol ha quintuplicato la sua dimensione, dopo le acquisizioni di Meie, Winterthur Italia e Navale. Il combined ratio (indice di efficienza operativa) del Gruppo è sceso di dodici punti ed è sotto la media di mercato.

Oggi siamo il 3° Gruppo assicurativo del Paese e stiamo costruendo il primo conglomerato finanziario italiano di origine assicurativa.

In questi anni abbiamo creato valore ed efficienza per l'impresa, abbiamo distribuito dividendi per i nostri azionisti, creato occupazione e stabilità per i nostri dipendenti, così come si è data sicurezza e continuità ai nostri fornitori; per i nostri clienti abbiamo erogato un servizio sempre più efficiente, di qualità, rendicontato con trasparenza in ogni Bilancio Sociale, abbiamo creato occasioni di sviluppo e limitato l'impatto in ciascuna comunità dove si trovano i nostri insediamenti, e allo Stato abbiamo pagato le tasse dovute.

Con tutti i nostri stakeholder il confronto è stato continuo e costruttivo, e continuerà ad esserlo al di là delle diversità di opinioni riscontrate; da sempre siamo abituati a rispondere delle nostre scelte a tutte le componenti d'impresa. È un comportamento dovuto: Unipol, infatti, è cresciuta grazie alle loro motivazioni, al loro senso di appartenenza, alle loro capacità; esse hanno fatto in modo che il progetto d'impresa di Unipol si concretizzasse come obiettivo tangibile, ma fedele sempre a una diversità ancorata ai valori dell'Economia Sociale e del mondo del lavoro.

UNIPOL
ASSICURAZIONI

I vostri valori sono i nostri valori.