UNIPOL
PIANO TRIENNALE DI SOSTENIBILITÀ 2013-2015

Unipol
GRUPPO

PREMESSA

Il Gruppo Unipol attribuisce all'attività assicurativa un ruolo sociale, in quanto contribuisce a tutelare la sicurezza delle persone e dei loro beni, a proteggere il risparmio e a promuovere uno sviluppo sostenibile ed equilibrato per il territorio. Per questo interpreta l'impegno per la sostenibilità come un elemento strutturale al posizionamento aziendale ed ha sviluppato negli anni appositi strumenti di pianificazione e rendicontazione.
Attraverso il Bilancio di Sostenibilità, da vent'anni Unipol racconta e rendiconta la propria attività verso tutti gli stakeholder, cercando ogni anno di introdurre sempre nuovi ambiti di analisi ed indicatori di performance. Dal 2010 ha adottato un Piano triennale di Sostenibilità per definire ed esprimere la visione a cui tendere, corredato da un sistema di obiettivi quali-quantitativi monitorati periodicamente per verificare il rispetto del Piano ma anche la sua attualità ed efficacia. Dal 2011 gli obiettivi di Piano vengono declinati in un Preventivo di Sostenibilità gestionale interno con impegni concreti ed azioni puntuali, che viene redatto contestualmente al budget economico, grazie al coinvolgimento di tutti i Direttori, oltre che dei referenti sostenibilità per ciascuna area.

Dalla scorsa programmazione strategica (2010-12) la sostenibilità è diventata infatti uno degli assi della strategia d'impresa, e questo impegno si riconferma in ogni fase del processo di pianificazione, controllo e rendicontazione, per le quali nel Consiglio d'Amministrazione i documenti di Sostenibilità e quelli economico- finanziari vengono discussi ed approvati contestualmente.
Anche in questo caso il Piano triennale di sostenibilità del Gruppo costituisce parte integrante del Piano Industriale, che ha al centro il processo di integrazione con le società ex-Gruppo Fondiaria Sai e il consolidamento del nuovo Gruppo Unipol sul mercato sulla base del proprio impianto valoriale e delle strategie definite. Questo Piano recepisce e sviluppa così la nuova sfida, che la complessità del Nuovo Gruppo comporta: l'integrazione, i nuovi business, i nuovi mercati, operando per mettere a sintesi il meglio di ognuno.
Le linee direttrici individuate per il potenziamento della sostenibilità nel Nuovo Gruppo sono il ruolo sociale dell'assicurazione e l'impegno per l'innovazione. La prima rappresenta l'aggiornamento dell'attenzione alle esigenze della società, caratterizzante Unipol fin dalla sua nascita, la seconda è fondamentale per costruire futuro.

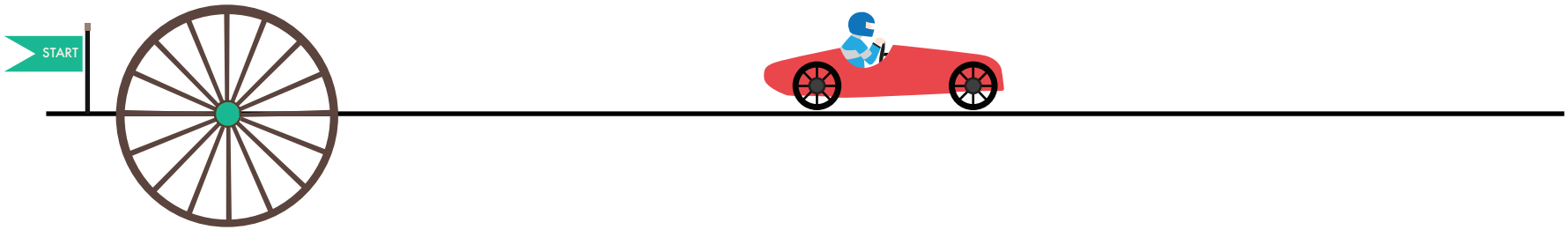
OBIETTIVI E METODOLOGIA DEL PIANO

Il Piano di Sostenibilità è lo strumento con cui Il Gruppo Unipol definisce le proprie politiche in relazione agli aspetti economici, sociali e ambientali, ed è redatto in connessione e in modo integrato con il Piano Industriale del Gruppo. Questo Piano è il frutto di un lungo e complesso processo di coinvolgimento e partecipazione: le dieci Politiche sono state identificate nel corso dei cantieri per il Piano di Integrazione 2013-15 che si sono svolti nell'autunno-inverno 2012/13, discusse e sviluppate con l'Alta Direzione ed il Comitato per la Sostenibilità del Consiglio d'Amministrazione.
Per ciascuna politica, nel processo di elaborazione che ha coinvolto tutti i Direttori e i Dirigenti responsabili di funzioni "material" per la sostenibilità del Gruppo, è stato identificato un indicatore con un target quantitativo, quando possibile, da raggiungere a fine triennio. Inoltre per ciascuna politica sono stati definiti specifici obiettivi. Contestualmente, a partire dai Piani di Cantiere con il supporto dei Direttori e dei loro referenti sostenibilità, sono state individuate le attività più significative per rispondere in modo innovativo ed efficace alle Politiche individuate, che sono state a loro volta condivise con l'Alta Direzione ed il Comitato per la Sostenibilità.
Il risultato di questo percorso è un Piano Triennale con 10 Politiche alle quali corrispondono 10 indicatori target, 25 obiettivi e 49 attività.
Al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi, il Gruppo Unipol si è dotato di un sistema di monitoraggio di 100 indicatori interni che saranno rilevati semestralmente. L'avanzamento annuale sugli obiettivi sarà rendicontato pubblicamente sulla pagina internet della Sostenibilità del sito del Gruppo Unipol (http://sostenibilita.unipol.it/).
La funzione Sostenibilità armonizza le informazioni raccolte e supporta gli interlocutori aziendali nella selezione dei temi e delle azioni che hanno impatto sulla sostenibilità dell'organizzazione.

Al fine di rendere più comprensibile e trasparente il documento è stato introdotto apposito Glossario.

Il Piano di Sostenibilità è stato presentato e approvato nel Consiglio d'Amministrazione del 15 maggio 2014.

Per restare informati sull'avanzamento del Piano: http://sostenibilita.unipol.it/



SOLIDITÀ REDDITIVITÀ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

GESTIRE L'IMPRESA IN MODO DA GARANTIRNE LA SOLIDITÀ PATRIMONIALE E L'EQUA REDDITIVITÀ

	❶	❷	❸
OBIETTIVO	Gestire in modo da garantire l'opportuna dotazione di capitale.	Continuare ad innovare per garantire la massima trasparenza nella governance.	Accrescere il grado di trasparenza nella gestione.
AZIONE	Mantenimento di un buon indice di solvibilità, rispetto ai rischi in cui si può potenzialmente incorrere (risk appetite). Miglioramento del profilo rischio-rendimento del portafoglio in ottica di mitigazione del rischio patrimoniale.	Miglioramento dei processi di comunicazione con gli azionisti, definendo una procedura formalizzata. Aggiornamento del Codice di Corporate Governance inserendo il Codice Etico come allegato.	Redazione del Report Integrato.
STAKEHOLDER	Azionisti	Azionisti	Azionisti

RAGGIUNGERE UN COEFFICIENTE DI SOLVIBILITÀ PATRIMONIALE (INDICE DI SOLVENCY) PARI A 1,8 x

TRASPARENZA

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ASSICURARE IL MASSIMO CONTROLLO DELL'OPERATO DELL'IMPRESA NEI CONFRONTI DI TUTTI I SUOI STAKEHOLDER

	❶	❷	❸
OBIETTIVO	Estendere approccio di controllo alle società dell'ex-Gruppo Fondiaria Sai.	Misurare e monitorare nel tempo mediante un approccio quali-quantitativo il rischio reputazionale ed emergente.	Diffondere e consolidare le politiche di sostenibilità.
AZIONE	Presidio dei processi attraverso il continuo rafforzamento delle sinergie dei controlli di secondo e di terzo livello.	Adozione di un Osservatorio Rischi Emergenti e Reputazionali.	Valutazione dell'introduzione di tematiche di sostenibilità anche nel sistema incentivante dei dirigenti.
STAKEHOLDER	Azionisti Dipendenti Clienti Agenti Comunità	Azionisti Dipendenti Clienti Agenti Fornitori Comunità	Azionisti Dipendenti Comunità

REALIZZARE ED ADOTTARE UN INDICE DI CAPITALE REPUTAZIONALE E LE OPPORTUNE PROCEDURE DI GESTIONE E MIGLIORAMENTO

SOSTEGNO AL LAVORO

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

CONSOLIDARE IL RUOLO DI RIFERIMENTO PER L'INTERO MONDO DEL LAVORO, SUPPORTANDO LA PERDITA DI POTERE D'ACQUISTO DELLE PERSONE, REALE O POTENZIALE, E OFFRENDO SOSTEGNO ALLE ESIGENZE DELLE IMPRESE NEI PROCESSI DI RIORGANIZZAZIONE

❶

OBIETTIVO

Consolidare il ruolo sociale di Unipol come "impresa paese".

AZIONE

Promozione della ricerca e sviluppo per l'innovazione dei prodotti assicurativi e delle garanzie offerte.

Innovazione dei prodotti bancari.

Riqualificazione e nuova destinazione ad uso abitativo a valenza sociale del patrimonio immobiliare.

STAKEHOLDER

Azionisti
Clienti
Comunità

INCREMENTARE DEL 25% SUL TOTALE LE POLIZZE RATEIZZATE DI NUOVA PRODUZIONE

PROMOZIONE WELFARE

1 2 3 **4** 5 6 7 8 9 10

PROMUOVERE MODELLI E SERVIZI INNOVATIVI DI WELFARE

	❶	❷	❸
OBIETTIVO	Accrescere la fiducia dei clienti.	Consolidare e diffondere i prodotti che rispondono a nuovi bisogni sociali.	Costruire una piattaforma di discussione permanente sul tema del welfare in Italia che ne analizzi le caratteristiche attuali e le prospettive future.
AZIONE	Applicazione e verifica da parte di Bureau Veritas del "Manuale per la Qualificazione dei Prodotti Vita secondo i Valori Unipol" nella costruzione e gestione di tutti i prodotti di nuova emissione. Estensione della pertinenza del Manuale e della verifica di applicazione da parte di Bureau Veritas alla fase di vendita del Prodotto Vita.	Promozione del prodotto assicurativo vita su due teste "Risparmi bimbo UnipolSai", per garantire la tutela a tutte le coppie, indipendentemente dal loro stato giuridico. Sviluppo e promozione di garanzie individuali da parte di UniSalute per permettere anche a chi non dispone di fondi negoziali di accedere a prestazioni sanitarie integrative. Estensione della sperimentazione del progetto "welfare territoriale" su più regioni, per consentire l'accesso a fondi sociosanitari integrativi a prescindere dalla categoria d'appartenenza.	Sviluppo di nuove attività di ricerca e diffusione di "Welfare Italia-laboratorio di nuove politiche sociali".
STAKEHOLDER	Agenti Clienti Comunità	Clienti Comunità	Azionisti Comunità

INCREMENTARE DEL 5% GLI ASSICURATI CON PRODOTTI VITA E SALUTE

LAVORO E GIOVANI

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

PROMUOVERE L'INGRESSO NEL MONDO DEL LAVORO DEI GIOVANI, VALORIZZANDONE IL TALENTO E LO SPIRITO IMPRENDITORIALE

	❶	❷	❸
OBIETTIVO	Supportare l'occupazione giovanile.	Innovare il rapporto con il mondo del lavoro.	Offrire opportunità di sviluppo e qualificazione.
AZIONE	Realizzazione di percorsi di *talent management* per neolaureati, selezionati con processi strutturati ed oggettivi.	Avviamento di un programma di accelerazione di start up "Unipol Ideas". Supporto sul territorio ai processi di crescita culturale e promozione dell'imprenditorialità giovanile. Sviluppo di spazi di *co-working* e *temporary working*.	Sviluppo della Unipol Corporate University per qualificare l'offerta formativa. Supporto alla formazione e all'autonomia delle persone nei percorsi di qualificazione professionale.
STAKEHOLDER	Azionisti Dipendenti Comunità	Azionisti Dipendenti Comunità	Azionisti Dipendenti Comunità

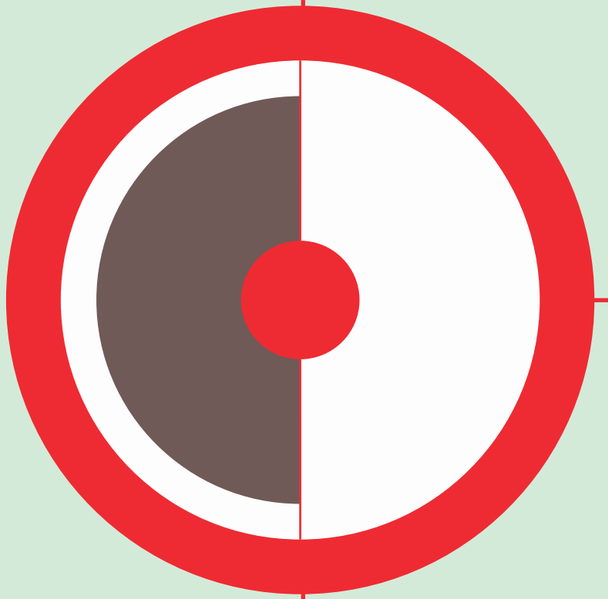
AVERE IL 35% DI MANAGEMENT INTERMEDIO UNDER 45

CLIMATE CHANGE

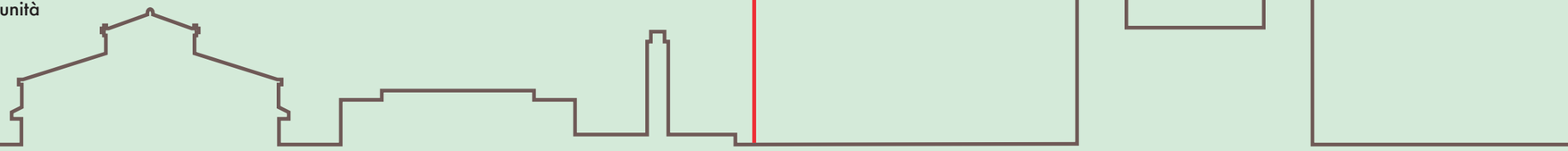
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

CONCORRERE ALLA RIDUZIONE, PREVENZIONE E GESTIONE DEI "CAMBIAMENTI CLIMATICI" E DELLE CATASTROFI NATURALI

	❶	❷
OBIETTIVO	Ridurre le emissioni dirette.	Connotare UnipolSai come "Assicurazione verde".
AZIONE	Adozione di criteri di edilizia orientata all'eco-efficienza (Green building) nelle ristrutturazioni degli immobili a patrimonio. Sviluppo delle attività di monitoraggio e riduzione dei consumi energetici sul nuovo patrimonio. Promozione della mobilità sostenibile tra i dipendenti. Incremento dei processi di dematerializzazione delle attività, con l'introduzione di nuove tecnologie e nuovi sistemi informativi.	Promozione della cultura della tutela ambientale e dell'ecoefficienza presso i propri fornitori. Definizione ed implementazione di una politica in grado di affrontare le conseguenze del cambiamento climatico in essere. Definizione di una partnership con associazione ambientalista per lo sviluppo di azioni positive per la tutela del territorio.
STAKEHOLDER	Azionisti Dipendenti Agenti Comunità	Clienti Fornitori Comunità



RIDURRE LE EMISSIONI DIRETTE DEL 10% (SCOPE 1), QUELLE DERIVANTI DALL'ACQUISTO DI ENERGIA ELETTRICA (SCOPE2) DEL 5%

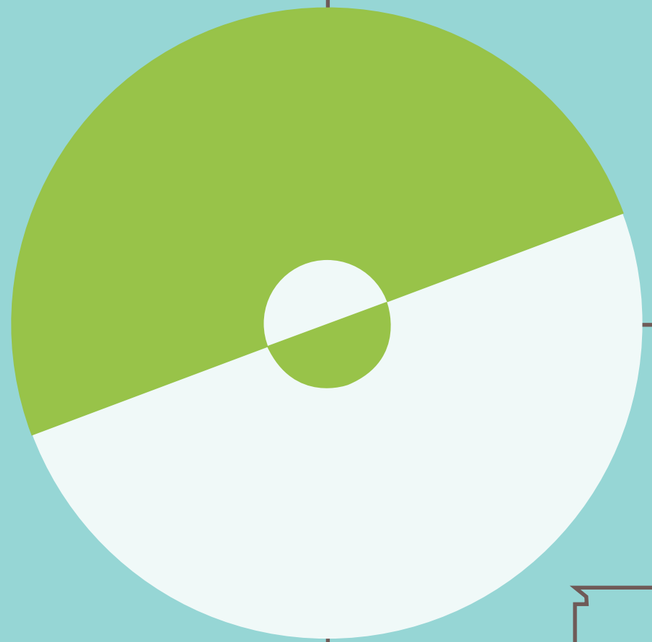


CLIENTE AL CENTRO

INNOVARE E MIGLIORARE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE, ATTRAVERSO:

Il potenziamento della relazione diretta ● Lo sviluppo e il consolidamento di una maggior cultura della centralità dei clienti nell'organizzazione ● L'adozione di un modello organizzativo gestionale distribuito sul territorio

	❶	❷
OBIETTIVO	Migliorare la qualità dei servizi.	Sviluppare la multicanalità.
AZIONE	Riorganizzazione del presidio territoriale commerciale per supportare meglio l'agente. Riorganizzazione del Ramo Danni per segmento di clientela per rispondere in modo più efficace ai diversi bisogni. Formazione alla "consulenza" per gli intermediari. Adozione di nuovi strumenti per la comunicazione con i clienti e con gli agenti.	Attivazione e promozione dei canali web (*e-insurance*, MyUnipolBanca). Attivazione delle nuove applicazioni tecnologiche (App). Valutazione dello sviluppo della presenza sui *social network*.
STAKEHOLDER	Dipendenti Clienti Agenti	Clienti Agenti



ALLINEARSI ALLO STANDARD DI MERCATO NELLA PERCENTUALE DI CLIENTI PROMOTORI SU QUELLI DETRATTORI (NPS)

SERVIZI INNOVATIVI

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

INNOVARE LA COMPONENTE DI SERVIZIO AI CLIENTI SIA NEI CONTENUTI CHE NELLA MODALITÀ DI FRUIZIONE

	1	2
OBIETTIVO	Ridurre i reclami e l'incidenza del contenzioso.	Aumentare il grado di soddisfazione dei clienti.
AZIONE	Strutturazione dei processi di liquidazione dei sinistri con l'introduzione di centri di servizio che supportino i clienti.	Ridefinizione degli orari del servizio bancario.
STAKEHOLDER	Clienti Agenti	Clienti Comunità

INCREMENTARE DEL 10%
I CLIENTI CON RISARCIMENTO
IN FORMA SPECIFICA

MERCATO EQUO

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ESSERE PROTAGONISTI DI UN MERCATO PIÙ RESPONSABILE ED EQUO

	1	2	3
OBIETTIVO	Diventare leader nel campo degli Investimenti Socialmente Responsabili (SRI) nell'universo dei non specializzati.	Accrescere la presenza negli indici di sostenibilità.	Consolidare il ruolo sociale del Gruppo.
AZIONE	Inserimento nella Politica di Investimento di criteri ESG (ambientali, sociali e di governance). Inserimento nella Politica di Credito di criteri ESG (ambientali, sociali e di governance).	Ottenimento di un rating SRI positivo *sollicited*. Formalizzazione del processo di raccolta dati per rating *unsollicited*.	Promozione e rilancio di "30 giorni per la sostenibilità". Verifica di fattibilità di fideiussioni e finanziamenti alle imprese confiscate alle mafie.
STAKEHOLDER	Azionisti Clienti Comunità	Azionisti Clienti Comunità	Fornitori Clienti Comunità

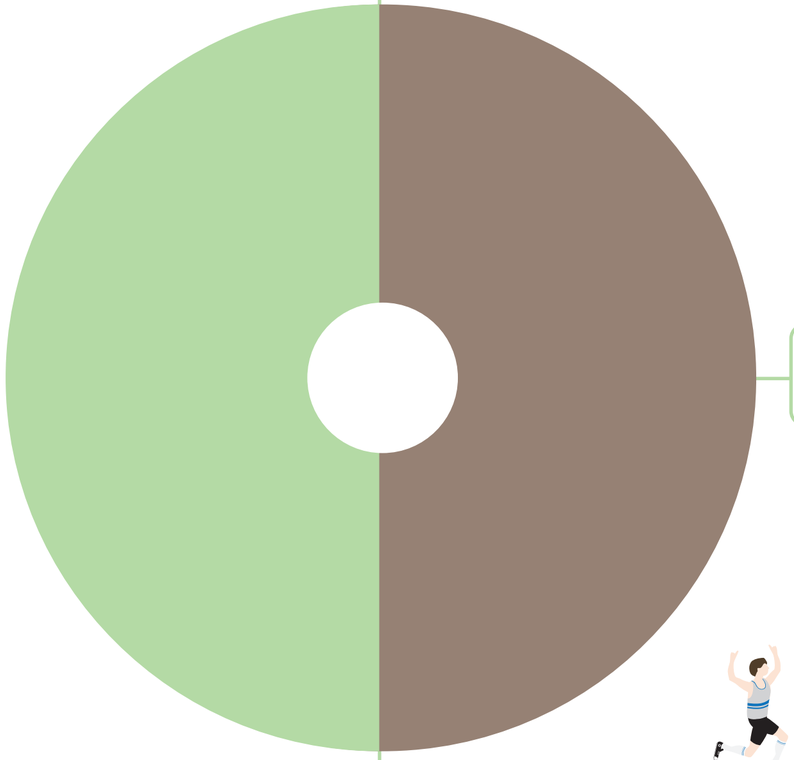
RADDOPPIARE LA PRESENZA DEL TITOLO UNIPOLSAI NEGLI INDICI DI SOSTENIBILITÀ

INNOVAZIONE SOCIALE

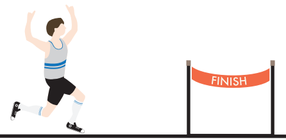
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

OFFRIRE SUPPORTO AL TERRITORIO, IN PARTNERSHIP CON GLI ALTRI ATTORI SOCIALI, PER SPERIMENTARE E CONSOLIDARE PROCESSI D'INNOVAZIONE AD ALTO VALORE SOCIALE

	❶	❷
OBIETTIVO	Esercitare il proprio ruolo sociale nelle comunità a livello nazionale e territoriale.	Diffondere e consolidare le politiche di sostenibilità.
AZIONE	Organizzazione di maggiore presenza sociale e culturale nei territori, con particolare attenzione a quelli dove è presente una sede direzionale. Sviluppo di un progetto di sensibilizzazione con il "Movimento No Slot" sulla problematica del gioco d'azzardo. Sviluppo di un percorso di informazione e formazione finanziaria rivolto ad adulti e ragazzi.	Incremento delle opportunità e dei partecipanti alle attività di Volontariato aziendale.
STAKEHOLDER	Dipendenti Comunità	Dipendenti Comunità



INCREMENTARE DEL 10% I BENEFICIARI DELLE ATTIVITÀ RIVOLTE ALLA COMUNITÀ



Unipol GRUPPO

RESPONSABILITÀ ETICA E SOCIALE
RESPONSABILE
WALTER DONDI

GRUPPO DI LAVORO
WALTER DONDI
MARISA PARMIGIANI
ANDREA SALEMME
NICOLETTA TRANQUILLO

ALL'ELABORAZIONE DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ
HANNO CONTRIBUITO TUTTE LE DIREZIONI,
LE STRUTTURE E LE SOCIETÀ DEL GRUPPO

PROGETTO GRAFICO
LUCIA PRINCIPE, LAURA GARGALLO
SEIPERDUE.ORG

STAMPA
CASMA SRL, BOLOGNA

UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO
È SOCIO DI

Impronta Etica

Forum per la Finanza Sostenibile

CSR EUROPE

Chi vuole comunicare opinioni
e suggerimenti
può scrivere all'indirizzo e-mail
sostenibilita@unipol.it

GLOSSARIO

GREEN BUILDING Il termine green building indica, a livello internazionale, un edificio progettato, costruito e gestito in maniera sostenibile ed efficiente, nonché certificato come tale da un ente terzo indipendente.

INDICE DI CAPITALE REPUTAZIONALE Il Capitale Reputazionale indica quell'insieme di valori e comportamenti sociali che influenzano il potere contrattuale di un'impresa rispetto ai suoi principali stakeholders. Vi sono diverse modalità di misurare tale capitale costruendone un indice, nessuna ufficialmente riconosciuta come universalmente valida ed affidabile. Il Gruppo Unipol sta sviluppando il proprio indice internamente a partire dalle best practices di riferimento.

INDICE DI SOLVENCY Il coefficiente di solvibilità (solvency ratio) è una misura sintetica del grado di patrimonializzazione di un intermediario bancario o finanziario. È calcolato come rapporto percentuale tra il "patrimonio di vigilanza" dell' intermediario e il totale delle "attività ponderate per il rischio" che si trovano nel bilancio dell'intermediario stesso.

INVESTIMENTI SOCIALMENTE RESPONSABILI (SRI) Investire in modo socialmente responsabile significa allargare il tradizionale perimetro di analisi e valutazione di Stati ed Imprese utilizzando nei processi di selezione e di gestione dei portafogli finanziari criteri di carattere sociale, etico ed ambientale in presenza di una precisa e responsabile politica di esercizio dei diritti connessi alla proprietà dei titoli.

NPS Il "Net Promoter Score" è uno strumento di misurazione della fedeltà dei clienti nei confronti di un'impresa, che si basa sul rapporto tra i clienti soddisfatti che consiglierebbero l'impresa ad altri e quelli insoddisfatti che la sconglierebbero.

RATING Il rating di sostenibilità di un'impresa è dato da una società di rating attraverso appositi criteri di valutazione che vengono esplicitati. Può essere, come per il rating ordinario, unsollicited, cioè fatto dalle società di rating indipendentemente dall'impresa esclusivamente su informazione pubblica, sollicited, cioè richiesto e pagato dall'impresa, ed elaborato attraverso un processo di verifica ispettiva interna su criteri esplicitati e noti.

REPORT INTEGRATO Il Report Integrato è un unico documento dell'impresa in cui vengono rendicontati risultati finanziari, ambientali, sociali e di governance. Ha l'obiettivo di semplificare ancora maggiormente la comunicazione dell'organizzazione, evidenziando le connessioni tra strategia, politiche, impieghi e risultati.

RISARCIMENTO IN FORMA SPECIFICA Si intende per risarcimento in forma specifica il ripristino del bene allo stato in cui si trovava precedentemente al sinistro, con la presa in carico del processo di riparazione.

RISK APPETITE O PROPENSIONE AL RISCHIO Per le singole imprese, il risk appetite determina il possibile impatto negativo, determinato dall'insieme dei rischi assunti, che l'organizzazione è disposta a sopportare in via residuale, una volta predisposti presidi adeguati di prevenzione e controllo dei singoli rischi rilevanti.

SCOPE La classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol, in scope 1, scope 2 e scope 3, prevista dalla Direttiva UE/86 del 2003, rispecchia il grado di controllo che l'organizzazione ha sulle proprie emissioni. Rientrano nello scope 1 tutte le emissioni dirette e puntuali di gas serra prodotte da fonti di proprietà dell'azienda. Nello scope 2 sono raggruppate le emissioni che derivano dall'acquisto di elettricità.

SISTEMI DI CONTROLLI INTERNI Si identificano come sistemi di controllo di secondo livello (ex-ante) il risk managment (per il monitoraggio e controllo dei rischi quantificabili), la compliance (per la verifica di conformità alla normativa) e il dirigente preposto (per il controllo dei dati contabili e della comunicazione finanziaria); la verifica (ex post) di efficienza ed efficacia di tali sistemi è invece in capo all'Audit, detto struttura di controllo di terzo livello.