Unipol Assicurazioni

Bilancio sociale 2004

Informacru numero 6.2004 – speciale Bilancio sociale 2004
sped. abb. post. Art.2 comma 20/B Legge 662/96 Tariffa regime libero
Poste Italiane Spa sped. abb. postale 70% DCB Filiale di Bologna

Unipol Assicurazioni
Bilancio Sociale 2004
Basato sui dati di bilancio dell'anno 2003

"less is more"

Ludwig Mies van der Rohe

"less is more"
"nella semplicità c'è qualcosa in più"

Ludwig Mies van der Rohe
Architetto (1886-1969)
considerato uno dei padri dell'architettura moderna

Introduzione

L'edizione di quest'anno è l'undicesima del Bilancio Sociale pubblicato dalla Compagnia Assicurativa Unipol S.p.A. (di seguito Unipol Assicurazioni); essa contiene numerosi riferimenti all'attività del Gruppo, soprattutto nelle descrizioni della strategia e dei risultati economici, riferimenti inevitabili se consideriamo che Unipol svolge il duplice ruolo di Compagnia assicurativa e di holding, detenendo direttamente il controllo delle principali aziende del Gruppo, fornendo ad esse inoltre attività e servizi comuni nei settori della finanza, dell'immobiliare, dei sistemi informativi e della liquidazione sinistri.

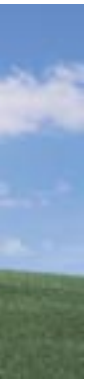
I riferimenti al Gruppo sono indispensabili per comprendere lo sviluppo registrato negli ultimi anni da Unipol: per esempio, la crescita delle compagnie di settore, le acquisizioni di Meie e Winterthur, l'affermazione nel settore bancario di Unipol Banca, che hanno accresciuto il peso ed il ruolo di Unipol, non solo nel settore assicurativo italiano.

Come negli anni scorsi, si è cercato di descrivere l'originalità di un percorso aziendale nel perseguire una rendicontazione sociale che vuole rifuggire da mode, scorciatoie o semplicistiche riletture di strumenti di marketing, per ancorarsi invece, pur con le difficoltà e le contraddizioni di un percorso innovativo e con forti caratteristiche sperimentali, all'attuazione pratica dei valori di riferimento d'impresa.

Tali 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".

Nel contempo il processo di dialogo e di partecipazione 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, gli imput, le stesse aspettative degli stakeholder.



Il Bilancio Sociale quindi diventa sempre più strumento di inclusione del punto di vista degli stakeholder, oltre che di specifica rendicontazione delle *performance*s di impresa legate ai loro interessi; diventa così strumento di contaminazione reciproca fra l'impresa e i suoi pubblici di riferimento, per costruire una visione di Responsabilità Sociale d'Impresa non confinata alle sole azioni aziendali, ma in grado di coinvolgere i comportamenti e le attività di tutte le parti in gioco.

L'adesione convinta, e lo specifico progetto degli Agenti, sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, condiviso tra la Direzione Commerciale e la Giunta Agenti Unipol (AAU), la realizzazione di accordi e di gruppi di lavoro con le Associazioni dei Consumatori, l'estensione del dialogo alle componenti dei sindacati dei lavoratori sono solo un esempio di una prassi destinata ad allargarsi e a costituire quella "certificazione sociale" di un'impresa che oltre a voler essere efficace ed efficiente aspira ad essere "equa".

Infine questo Bilancio contiene l'attestazione delle società di revisione di conformità agli standard di riferimento riconosciuti sia di processo che di performance e di seguito riportati.
Siamo stati in Italia tra i primi ad introdurre gli standard dell'AA 1000, del GRI e ad adeguarci al GBS, riconoscendone la validità metodologica in un periodo di carenza di riferimenti, ma anche sottolineando i limiti di un loro uso convenzionale e/o asettico rispetto alle dinamiche di ogni specifica impresa e del suo contesto sociale, e in riferimento alla mancata descrizione delle performance aziendali significative legate al core business.

In questi anni abbiamo gradualmente e costantemente migliorato le nostre strategie e i nostri comportamenti in materia di CSR, ed è migliorato il processo di elaborazione del nostro Bilancio sociale, raggiungendo così un importante obiettivo: per la prima volta in Italia al nostro Bilancio sociale viene allegata anche l'attestazione di conformità, rilasciata da KPMG S.p.A., dell'applicazione dei principi di AA 1000, al 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 all'interno delle linee guida previste dallo standard di riferimento.

Questa edizione del Bilancio Sociale di Unipol contiene in appendice l'elenco degli indicatori di performance riportati, e la loro comparazione con gli indicatori previsti dal GRI e dal CSR-SC, lanciato dall'Università Bocconi e dal Ministero del Welfare.

Un contributo per chi volesse verificare la corrispondenza di questo lavoro agli standard riconosciuti, ma anche per riflettere sui loro limiti, sulle difficoltà di una strada che le imprese con consapevolezza devono percorrere, anche in autonomia, insieme alle loro componenti di riferimento.

In ultimo corre obbligo chiarire che le testimonianze che introducono la lettura del Bilancio Sociale non sono minimamente coinvolte nella responsabilità di quanto rendicontato. Sono invece la libera espressione di chi autorevolmente in questi anni ha seguito il nostro lavoro.

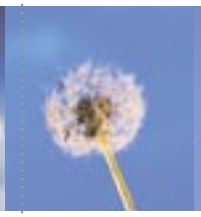
Le loro opinioni, oltre che costituire un'ideale testimonianza in rappresentanza dei stakeholder di riferimento, sono per noi una attenzione preziosa a cui assolutamente dare ascolto e seguito.

Indice

prima sezione

INTRODUZIONE

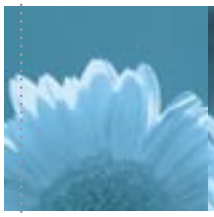
Presentazione 6



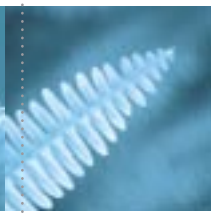
Nota metodologica 8

Testimonianze 10

L'IDENTITA'



I valori e la missione sociale 15



La mappa degli stakeholder 16

La voce degli stakeholder 18

Unipol: la storia e le strategie economiche 41

Indice

77

seconda sezione

VALORE AGGIUNTO

Produzione e distribuzione del valore aggiunto 79

93

terza sezione

RELAZIONE SOCIALE

I Consumatori e i Clienti 95

Gli azionisti, Investor Relation, l'amministrazione statale 135

Gli Agenti e il personale 145

La collettività 167

187

quarta sezione

SOCIETA' DEL GRUPPO

Le società del Gruppo Unipol 189

APPENDICE

Appendice 217

Presentazione

Il Bilancio Sociale di Unipol costituisce un tradizionale appuntamento di verifica delle politiche aziendali, delle sue strategie e dello stato delle relazioni tra l'Impresa e i suoi stakeholder.

Il 2003 è stato un anno di sfide per il comparto assicurativo e per Unipol. Negli ultimi 4-5 anni Unipol è cresciuta e si è diversificata in modo significativo mediante lo sviluppo interno, le acquisizioni e con il varo di nuovi progetti imprenditoriali.
Il nostro Gruppo è ora tra i più importanti del Paese, ben posizionato sul mercato interno, con imprese che forniscono prodotti e servizi ben apprezzati dai consumatori, dai risparmiatori e dalle nostre Organizzazioni Socie.

La nostra rete di imprese comprende organizzazioni importanti e persone con cui condividiamo gli stessi valori e obiettivi comuni.
Si lavora per costruire un Gruppo assicurativo e bancario sempre più forte e radicato nel Paese, per essere una forza di sviluppo e di progresso umano nel rispetto dei valori dell'economia sociale e nell'interesse dei nostri risparmiatori-azionisti, dei nostri clienti e degli stakeholder di riferimento.

Siamo convinti che per essere veramente responsabili (oggi va di moda dire anche "sostenibili") una compagnia non possa vivere isolata nel proprio universo, ma debba essere consapevole dell'impatto, del contributo e relazione con la società.
Per questo, in termini pratici, nel Bilancio Sociale presentiamo annualmente i nostri valori principali, inquadrandoli nell'ambito delle politiche aziendali, con il valore reale generato nella realizzazione dei processi di gestione.

In questo decennio il Bilancio Sociale di Unipol ha modificato gradualmente la sua funzione e fisionomia: da mera attività di comunicazione si è passati ad una finalità di ascolto e di dialogo con gli stakeholder, fino a giungere all'attuale fase caratterizzata da un Bilancio Sociale divenuto strumento di controllo continuo, di inclusione e partecipazione graduale dei nostri interlocutori di riferimento anche su specifici progetti aziendali. Come, ad esempio, il progetto che coinvolge la rete delle Agenzie "Dalla sensibilità sociale alla responsabilità sociale di impresa – Obiettivo Barriere", che prevede l'adesione ai principi e alle prassi della responsabilità sociale dell'impresa (ovvero Corporate Social Responsability) applicata anche alle Agenzie: una rete di 485 piccole e medie imprese che operano nel territorio di loro pertinenza.

I punti chiave del nostro Bilancio Sociale sono:

- L'esplicitazione del contratto sociale di Unipol.
- L'enfasi sul processo di ascolto di tutte le realtà del nostro Gruppo.
- L'avvio di un processo circolare di dialogo tra gli stakeholder e l'Impresa per la costruzione di una nuova rete di partecipazione e dialogo che dovrà innovare la rete esistente e le stesse strategie sociali.
- La ricchezza di indicatori che per numero e qualità meglio rappresentano le relazioni esistenti tra l'azienda e i suoi pubblici di riferimento.
- Un piano di comunicazione che prevede la diffusione capillare del Bilancio Sociale alle categorie di riferimento attraverso diverse edizioni e formati, dal cartaceo, al CR-Rom, alla versione on-line.

Il Bilancio Sociale è comunque solo un tassello della responsabilità sociale d'impresa, la realtà in cui opera l'azienda è più complessa e variegata.
Non crediamo ai facili ottimismi o alla tendenza dominante di chi descrive in termini solo positivi "tutti rose e fiori" le imprese che praticano le tecniche e le strategie dedicate alla responsabilità sociale dell'impresa (Bilancio Sociale, Bilancio Ambientale, Certificazioni Etiche, ecc..), dando l'illusione di un mondo ideale in cui i codici etici o le strategie di marketing sociale e di comunicazione agiscono come dei "rigeneratori" del mercato e dei comportamenti aziendali, che invece, nonostante i nostri sforzi, restano lungi dall'essere perfetti.

La realtà è che ciò che fa davvero la differenza non è l'adeguarsi alle tecniche né all'astrattezza delle teorie, o al solo miglioramento della comunicazione aziendale secondo tali tecniche e teorie, ma nel modo in cui esse sono interiorizzate in forma riflessiva e responsabile dalla cultura e dall'agire dell'impresa.
Non crediamo che un'impresa possa essere definita responsabile solo affidando ad una funzione aziendale (ad esempio, le relazioni esterne, la comunicazione o il marketing) la gestione della responsabilità sociale.

Siamo convinti invece che la responsabilità sociale d'impresa in concreto è parte dei contesti e dei processi aziendali e con essi va gestita.

Per questo Unipol, con gradualità, grazie al codice genetico che le deriva dall'essere impresa dell'economia sociale, con il confronto e il consenso dei suoi stakeholder, persegue un suo originale percorso, aggiungendo con pazienza e costanza nuovi tasselli nell'integrazione della responsabilità sociale alle proprie strategie ed all'attività quotidiana: coniugando sempre l'efficienza aziendale con l'attenzione al mondo del lavoro ed ai suoi valori, con i problemi dello sviluppo e della globalizzazione, con le tematiche emergenti del mondo dei consumatori e dell'ambiente. Si tratta, di coinvolgere i nostri stakeholder nel processo di rendicontazione, con processi di inclusione che sono essi stessi vettori di sviluppo e gestione aziendale e con una Governance attenta alla trasparenza decisionale.

Vorrei ringraziare chi ha voluto testimoniare la sua attenzione al percorso fin qui seguito da Unipol, le loro osservazioni, i loro consigli sono per noi apporti preziosi per fare meglio.

Un ringraziamento particolare va ai rappresentanti degli stakeholder coinvolti nel processo di rendicontazione, rappresentanti delle Organizzazioni Socie, Sindacati, Associazioni dei Consumatori, dipendenti di Unipol. La loro partecipazione ai panel è una dimostrazione di fiducia che non potremo deludere, le proposte emerse sono un impegno da realizzare insieme.

Infine un ringraziamento specifico va a tutti coloro che lavorano nel nostro Gruppo, il nostro Capitale Umano: dirigenti, quadri, lavoratori tutti, grazie alla loro dedizione, al loro apporto motivato abbiamo potuto raggiungere i traguardi odierni e guardare al futuro con fiducia.

Giovanni Consorte

Presidente e Amministratore Delegato
di Unipol Assicurazioni

Nota metodologica

Questa breve nota raccoglie le indicazioni metodologiche relative al processo di "costruzione" del bilancio e all'articolazione dei contenuti, ponendo in luce le innovazioni che caratterizzano questa edizione.
Il processo di redazione del Bilancio sociale ha riconfermato l'articolazione in due momenti principali: la costruzione del documento che ha coinvolto un gruppo di lavoro interfunzionale di tecnici ed il dialogo con gli stakeholder che ha visto la partecipazione attiva dei Dirigenti dell'Impresa confrontarsi con qualificate rappresentanze dei vari gruppi di interesse.
L'intero percorso è stato coordinato dall'Unità Bilancio Sociale con il supporto di SCS Azioninnova Consulting ed ha coinvolto circa 30 dipendenti di Unipol di aree e ruoli organizzativi molto diversi; oltre 70 invece i rappresentanti degli stakeholder che hanno partecipato al processo di elaborazione del Bilancio Sociale.
I partecipanti al gruppo di lavoro si sono riuniti in fase di impostazione e di raccolta dati, per poi sviluppare all'interno della propria struttura organizzativa gli ambiti affidati, e redigere la relativa nota; l'Unità Bilancio Sociale ha garantito il coordinamento e la revisione sul piano comunicativo, assistendo le varie strutture nella ricerca e individuazione dei dati e nella stesura dei testi. Questa modalità di conduzione del processo facilita all'interno delle strutture aziendali la diffusione di conoscenze e sensibilità sulla rendicontazione sociale, ponendo le basi per una cultura organizzativa improntata alla responsabilità sociale.

Si è proseguito quest'anno il percorso di coinvolgimento degli stakeholder con l'obiettivo di passare dalla fase di dialogo a quella di vera e propria inclusione attraverso meccanismi di co-progettazione. I risultati degli incontri dell'anno scorso sono stati valutati e discussi dalle Direzioni coinvolte che hanno identificato alcune idee progettuali sulle quali lavorare. L'idea di un approccio stellare nella relazione con gli stakeholder, in cui tutti gli attori partecipano alla costruzione di un processo di rendicontazione più socialmente responsabile, ha dovuto tenere conto della diversa sensibilità e conoscenza di questi temi da parte delle varie componenti di stakeholder nel nostro Paese. Questo porterà l'Impresa nei prossimi anni ad adeguare il processo di inclusione degli stakeholder, adattandolo gradualmente alla loro reale capacità di contribuire allo sviluppo dei lavori attraverso l'attivazione di gruppi di confronto più omogenei. Rilevante è risultato il coinvolgimento dei diversi stakeholder e delle stesse strutture tecniche, nel promuovere il dialogo e specifici momenti di collaborazione, e nell'estendere la prassi della Responsabilità Sociale d'Impresa. Per quanto riguarda invece lo specifico del personale i progetti di confronto sono appena abbozzati.

AA 1000 - Revisione e capacità di risposta

Nel riferirci allo standard AA 1000, quest'anno abbiamo voluto ribadire e uniformare ulteriormente il nostro allineamento con i principi fondamentali di AA 1000 - significatività, completezza e capacità di risposta. Abbiamo inoltre verificato e definito i nostri progressi nei confronti degli indicatori del processo e la loro capacità di produrre dati completi e precisi sugli impatti dell'attività aziendale.
La maggior parte delle nostre strutture aziendali ha processi in grado di gestire le varie relazioni con gli stakeholder, individuate come significative, anche se emergono aree di miglioramento continuo nel sistema di gestione della responsabilità d'impresa; in molti casi sono richiesti ulteriori investimenti, sviluppi e nuovi progetti specifici.
In questo Bilancio sociale abbiamo definito il nostro approccio alla responsabilità d'impresa, le nostre strategie di sviluppo imprenditoriale, gli obiettivi sociali, etici, ambientali. Abbiamo relazionato sui nostri rapporti con i clienti, gli azionisti, gli agenti, i dipendenti, la comunità, tutti fortemente influenzati dallo specifico DNA di Unipol, mettendo in luce gli aspetti positivi, come i diversi punti critici, ma anche le modalità con cui li affrontiamo.
Da quest'anno Unipol ha voluto affidare a KPMG la verifica esterna del processo di elaborazione del Bilancio sociale al fine di verificarne la rispondenza allo standard AA 1000.

Proprio per allineare la conoscenza in materia di responsabilità sociale degli stakeholder interni, gli incontri sono stati aperti con un momento di approfondimento teorico che permettesse a tutti di affrontare la discussione con consapevolezza. Il nuovo approccio che costituiva un mix tra formazione ed ascolto è risultato efficace per l'Impresa e gradito ai partecipanti.
Per rafforzare il passaggio dalla sensibilità sociale alla responsabilità sociale, per la prima volta quest'anno Unipol ha lanciato un progetto di RSI che coinvolge sia l'Azienda che la rete delle Agenzie. "Obiettivo barriere" rappresenta infatti un caso esemplare ed innovativo di coinvolgimento di una rete di PMI sul territorio in un'attività di sensibilizzazione rivolta a tutti, il cui processo di definizione ha costituito inoltre un elemento importante di riflessione sui contenuti di valori e Missione.
Un'attenta valutazione dei risultati dello scorso anno ha portato a revisionare i contenuti, riclassificando alcuni argomenti e soprattutto introducendo parti corpose di approfondimenti sia in ambito organizzativo che legislativo. Da un lato infatti l'Azienda, a fronte della continua crescita, ha avuto consistenti modifiche organizzative che si è ritenuto opportuno descrivere in parte per permettere al lettore una migliore interpretazione dei risultati; dall'altro è stato ritenuto importante inserire l'inquadramento giuridico-normativo per esplicitare vincoli e condizioni di contesto.
Il Bilancio sociale di Unipol ha in questo modo assunto ancora una volta quella funzione formativa-informativa che lo aveva caratterizzato nei primi anni.
Inoltre si è ampliata, con il consenso convinto della Direzione Commerciale e della Giunta Agenti, la parte relativa agli Agenti. Per questi importanti stakeholder si sono rivisti gli indicatori economici e di performance, ma soprattutto si è rendicontata la loro relazione sociale nei territori in cui operano con una specifica rilevazione, ed illustrato il loro progetto di estensione della Responsabilità Sociale d'Impresa da Unipol alla filiera delle sue Agenzie.
Come ogni anno sono stati introdotti ulteriori indicatori nelle sezioni pre-esistenti, al fine di aumentare ulteriormente le potenzialità di rendicontazione delle performance e delle esternalità prodotte. In particolare è stata estesa la sezione relativa alla Governance, per garantire una maggiore trasparenza e sono stati introdotti nuovi indicatori sull'RCAuto, settore critico in Italia. La performance ambientale è stata strutturata ed ampliata ma soprattutto ha portato ad estendere la relazione sui fornitori, coinvolgendoli in un'analisi sul campo per capire il loro livello di attenzione e di conformità alle tematiche socio-ambientali. Si tratta del primo passo di un percorso che, anche in questo caso, è finalizzato a portare la responsabilità sociale al di fuori dell'Impresa.
Anche questa edizione, coerentemente con le precedenti, segue i principi e le indicazioni previsti dagli standard sulla rendicontazione sociale e di sostenibilità accreditati a livello nazionale, come il GBS - Gruppo Bilancio Sociale, e internazionale, e AA1000 e GRI- Global Reporting Iniziative.
Nell'elaborazione del Bilancio sociale abbiamo cercato di far percepire alle varie componenti aziendali e agli stakeholder l'importanza del processo con cui l'Impresa attiva il suo impegno di responsabilità sociale, per un processo di miglioramento continuo di inclusione e di dialogo con i suoi stakeholder; in questo lo standard di processo AA 1000 è stato un riferimento prezioso, che trova nella certificazione specifica, che la società di revisione KPMG S.p.A. ha rilasciato quest'anno al nostro Bilancio sociale, la prima in Italia, un riconoscimento della bontà del lavoro svolto in questi anni.
Quest'anno al fine di migliorare la leggibilità di tale conformità, la lista degli indicatori presenti è stata incrociata con quanto previsto dagli standard GRI e dal CSR-SC.
L'indice generale, già proposto l'anno scorso, rappresenta un'immagine fedele degli indicatori del Bilancio sociale di Unipol; rispetto all'anno scorso sono state inserite due colonne che mostrano quali indicatori sono previsti dagli standard GRI e CSR-SC. Si può così avere un'idea della ricchezza qualitativa e quantitativa della rendicontazione del Bilancio sociale Unipol in merito alla propria attività caratteristica.
All'indice generale sono stati aggiunti due indici specifici ricavati dalla suddivisione in macro-aree degli standard GRI e CSR-SC. Questi indici facilitano la lettura del Bilancio sociale ed evidenziano l'aderenza del Bilancio sociale Unipol alle richieste informative degli standard riconosciuti.
Entrambi gli standard hanno fornito un'utile guida di riferimento per migliorare la ricchezza della rendicontazione e la chiarezza espositiva.
Esperienze di comparazione con degli standard sono in corso in altre imprese; questo ci fornirà nuove indicazioni per migliorare in futuro l'implementazione di nuove metodologie e migliorare così la rendicontazione dei Bilanci sociali.

Testimonianze

Tore Andersson

Amministratore Delegato del Gruppo Folksam

Folksam ed Unipol lavorano assieme da molto tempo. Entrambe le nostre compagnie hanno contribuito molto allo sviluppo dell'Economia Sociale nei rispettivi Paesi, grazie al fatto che condividiamo i valori del Mutualismo e della Solidarietà. Questo sviluppo, inoltre, è stato per i nostri gruppi un fattore molto importante di successo nei rispettivi mercati.
Il Bilancio Sociale di Unipol è ben noto nel settore ed anche noi alla Folksam, sul punto di presentare il nostro primo Bilancio Sociale alla nostra prossima Assemblea Generale, abbiamo imparato molto dall'Unipol.
L'Europa sta crescendo e cresce il bisogno di un ulteriore sviluppo dell'Economia Sociale. Siamo quindi orgogliosi di lavorare con Unipol nell'ambito di Euresa in vari progetti connessi con il nuovo mercato paneuropeo.

Vasco Errani

Presidente Regione Emilia-Romagna

Una società complessa e dinamica come quella dell'Emilia-Romagna deve darsi priorità di sviluppo attentamente selezionate.
Il criterio è la qualità. Il contributo che viene in termini di valore aggiunto e di coesione sociale, ossia i requisiti necessari per dare futuro ad una comunità.
Perciò è importante l'esperienza dei Bilanci Sociali, esperienza che in questa Regione ha grande spazio perché sappiamo quanto etica ed economia possano reciprocamente promuoversi.
Ebbene, l'Unipol è alla testa di questa esperienza, oggi con l'undicesimo Bilancio Sociale. E dimostra una volta di più la propria sensibilità di fronte ai temi della qualità, della persona, dell'economia sociale.

Mario Mazzoleni

Docente di economia aziendale e di economia delle imprese cooperative
Università degli studi di Brescia.
Direttore MBA- SDA Bocconi Milano

Unipol Assicurazioni ha nel proprio DNA i valori che portano l'impresa a coniugare la spinta verso obiettivi di economicità con quelli orientati alla creazione e diffusione di valore aggiunto sociale.
Per questo il Bilancio Sociale 2004 rappresenta in modo diretto e immediato l'essenza dei valori che guidano la società nel presidiare con attenzione il proprio ambito di mercato e nel ricercare con grande volontà interventi orientati a soddisfare le diverse esigenze dei propri Stakeholder.
Il documento diviene, così, non solo strumento di rappresentazione degli impegni assunti e dei risultati ottenuti da Unipol, ma anche grande occasione per riflettere sulla coerenza del proprio agire e sulla capacità di adeguarsi, anno dopo anno, alle esigenze e ai bisogni espressi dai diversi portatori di interessi che ad essa fanno riferimento.
In una fase storica che vede la responsabilità sociale come una sorta di "moda" alla quale doversi adeguare per esigenze prettamente "commerciali" e che porta alla predisposizione di Bilanci Sociali secondo schemi e procedure che evidenziano il valore "formale" e non sostanziale che si da a questo documento, è importante sottolineare la volontà di Unipol di mantenere alto il valore informativo e di autoverifica assegnato al processo di predisposizione e a quello di diffusione del Bilancio Sociale.

don Andrea La Regina

Presidente Forum della Finanza Sostenibile e
Presidente Fondazione antiusura "NASHAK" di Teggiano (Salerno)

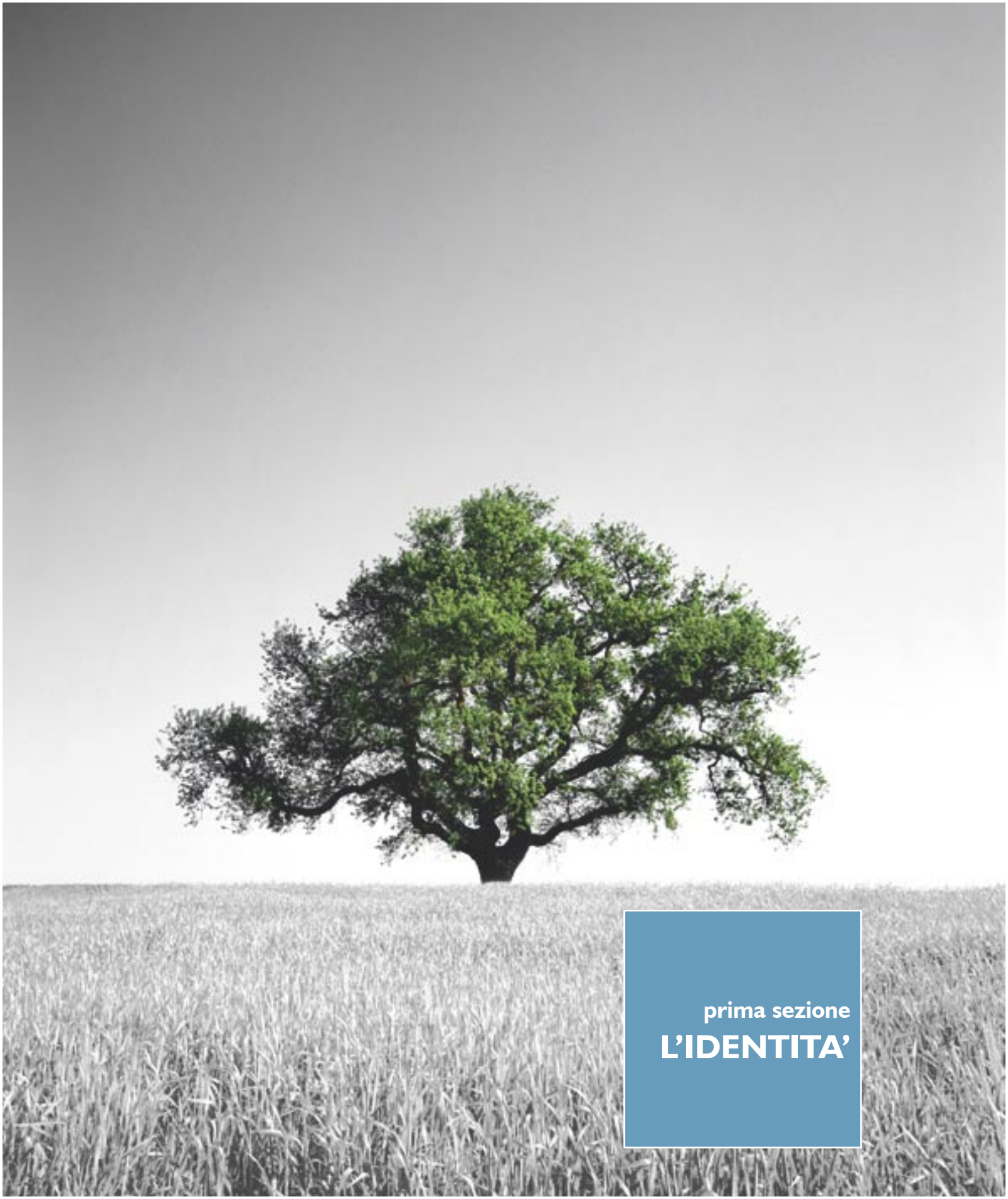
In questi anni l'elaborazione e la pubblicazione del Bilancio Sociale ha fatto conoscere al grande pubblico l'impegno di Unipol e la messa in pratica concreta di questa visione d'impresa, che ci ha fatto uscire dalla logica del solo profitto e ci fa entrare non nella logica assistenziale delle buone azioni, ma nella logica dell'economia solidale. Possiamo affermare che il prossimo futuro comporterà che gli interessi dei consumatori diventeranno valore da inserire nella Mission dell'impresa in forma strutturale e permanente e che il confronto con le associazioni dei consumatori porterà l'azienda a farsi carico della sostenibilità economica ed umana di ogni scelta fatta dall'impresa, a favore dei consumatori.
La scommessa che tutti abbiamo di fronte è: si può stare a pieno titolo nel mercato e produrre profitto e nello stesso tempo produrre valore aggiunto per la società?

E' possibile agire nel rispetto dei vincoli economici tenendo in conto le obbligazioni sociali? La commistione tra riferimenti etici e obiettivi economici è tutt'altro che semplice e pacifica. E' da verificare nella concretezza e anche in Italia le esperienze di natura etica sono state importanti, ma occorre farle uscire dalle nicchie e non considerarle situazioni residuali.
L'esperienza del Forum della Finanza Sostenibile ci rassicura sulla possibilità di confronto e di dialogo fra tutti i tipi di stakeholder e le iniziative di partner-ship da mettere in cantiere, sul versante della lotta all'esclusione di categorie ritenute "non assicurabili" e i progetti di micro-assicurazioni, come si fa nel micro credito, alla finanza locale e globale e nel campo degli investimenti socialmente responsabili coniugando insieme etica ed economia, etica e finanza.

Giovanni Moro

Presidente della Fondazione per la cittadinanza attiva

Tra le molte altre considerazioni che si potrebbero fare sul Bilancio Sociale di Unipol, quella che a me sta più a cuore è che esso testimonia la volontà di mettersi in gioco da parte di una impresa che, per la sua identità e le sue origini, potrebbe essere tentata da quello che mi è capitato di definire "complesso di superiorità". Si tratta di un complesso che talvolta si riscontra nel mondo della cooperazione e della mutualità e che consiste nel ritenere che le imprese nate e sviluppatesi non per finalità di profitto ma per esigenze di mutuo aiuto e solidarietà tra individui appartenenti alle classi subalterne, proprio in forza di questo differente codice genetico siano in sé immuni dai rischi di irresponsabilità sociale che sono all'ordine del giorno nel mondo delle imprese, su scala nazionale e globale. Personalmente sono convinto del contrario, e cioè che la sfida della responsabilità sociale investa anche e in un certo senso maggiormente le imprese di cooperazione e mutualità, proprio in ragione della loro storia e dei loro successi attuali. Per questa ragione ritengo particolarmente positiva la pubblicazione del Bilancio Sociale di Unipol, ossia di uno strumento pensato per rendere conto alla comunità e ai propri interlocutori dell'impatto che la sua attività ha avuto in termini sociali e ambientali. Mi auguro, nello stesso tempo, che la elaborazione del bilancio sociale sia l'occasione per sviluppare sempre più forti rapporti di collaborazione operativa della Unipol con i suoi interlocutori, prime fra tutte le organizzazioni di consumatori, sin dalla fase di progettazione dei programmi di responsabilità sociale. E' questa, credo, la nuova frontiera verso cui spingono Bilanci Sociali presi sul serio.



prima sezione

L'IDENTITA'

I valori e la missione sociale

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

02 Contribuire a qualificare l'assicurazione come moderno strumento sociale per la sicurezza e la previdenza delle persone e delle aziende.

03 Operare con correttezza e coerenza nell'assunzione dei rischi e nella liquidazione dei danni.

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

05 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.

06 Collaborare con le Organizzazioni Socie (Sindacati, Associazioni di Categoria) per lo sviluppo e per la qualificazione delle loro politiche nel campo dei servizi.

07 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.

08 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.

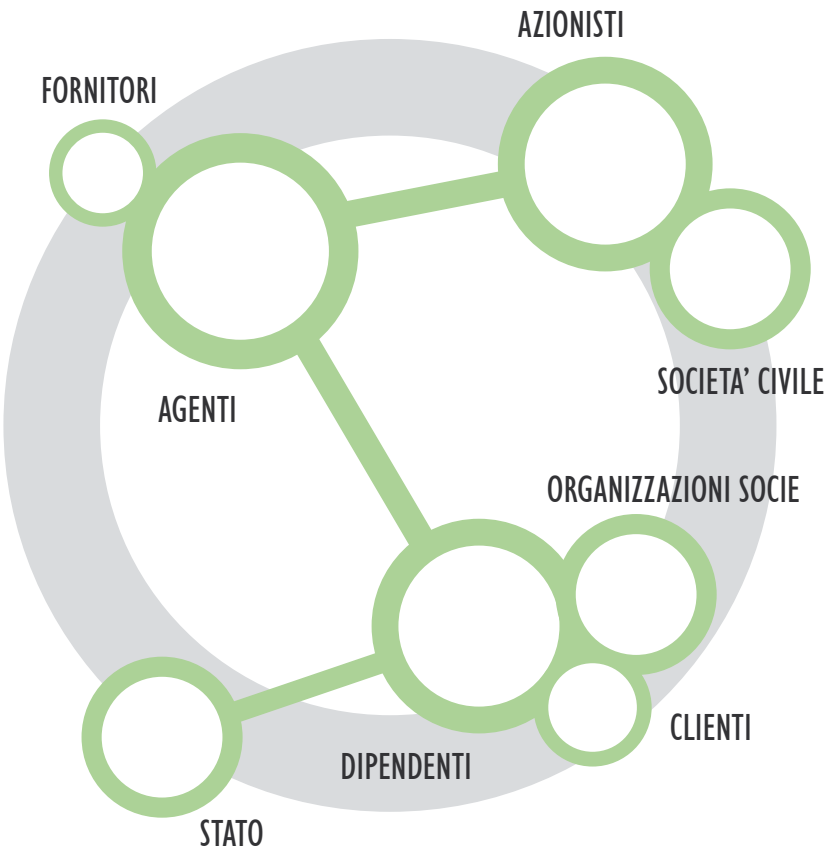
09 Contribuire, attraverso investimenti finalizzati, alla creazione di nuova occupazione.

10 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 nell'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 corrispondente 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 ed agenti) e, tra quelli esterni, ai clienti e alle Organizzazioni Socie, che hanno un rapporto diretto con il core business dell'azienda.
Unipol è quotata in Borsa dal 1986, parlare di **azionisti** significa non solo riferirsi ai principali, ma vuol dire anche rivolgersi all'azionariato diffuso, che rappresenta 31.265 azionisti, tra i quali sono presenti le Organizzazioni Sindacali di riferimento e una componente di fondi esteri ed italiani. Questi possono dal Bilancio Sociale approfondire la propria conoscenza sulle modalità di organizzazione e gestione dell'Impresa, nonché su principi e valori. In particolare si descrive la relazione tra Unipol e i suoi azionisti a pagina 137.

I **dipendenti** del Gruppo Unipol sono cresciuti in modo consistente nel 2003 in seguito all'acquisizione di Winterthur Italia, raggiungendo quota 4.512 per il gruppo assicurativo, a cui si aggiungono le 1.149 unità di Unipol Banca, sostanzialmente costanti invece sono i dipendenti della capogruppo Unipol Assicurazioni, 1.440. Le informazioni sui dipendenti si trovano a pagina 156.

Gli **agenti** rappresentano la struttura operativa di Unipol, che si articola in Agenzie Private e Agenzie Societarie (Assicoop). La descrizione delle attività da questi svolte e dei risultati ottenuti è reperibile a pagina 147. Il Bilancio di quest'anno riporta il processo di inclusione di tali importanti stakeholder, con le informazioni relative alle attività sociali delle agenzie e al loro processo di responsabilità sociale, che estende tale prassi dall'azienda alla rete di vendita.

I **clienti** di Unipol sono ad oggi oltre 4 milioni, oltre 6,5 quelli del gruppo, costituiti in parte da aziende, in parte da privati, per i quali, come 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 interamente dedicato a consumatori e clienti.

Il rapporto tra Unipol e le **Organizzazioni Socie** è in primo luogo condizionato dalla sua stessa natura di assicurazione che nasce dal mondo delle cooperative e delle organizzazioni del lavoro; maggiori informazioni sono disponibili a pagina 48.

La **Fondazione Cesar** è lo strumento di Unipol per operare nel sociale, finalizzata a diffondere la cultura e i valori dell'economia sociale, l'educazione su sicurezza e legalità, oltre che impegnata ad approfondire tematiche assicurative e a realizzare progetti per la tutela ambientale e l'equità sociale. E' soprattutto tramite la Fondazione che Unipol collabora ed opera con le scuole, gli organismi locali e gli enti locali. Informazioni più precise sono disponibili a pagina 170.

I **fornitori** si dividono in fornitori di servizi e fornitori di beni. I primi sono periti, medici e legali che insieme ai carrozzieri sono collaboratori esterni, essi svolgono un ruolo importante nell'erogazione del servizio. Questi stakeholder (trattati a pagina 110), infatti, intervengono in una fase delicata del rapporto tra il Cliente e l'Azienda: la liquidazione dei sinistri; 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 sono stati introdotti nuove informazioni qualificanti i principali fornitori, soprattutto sul versante della sostenibilità, e sono illustrati a pagina 176.

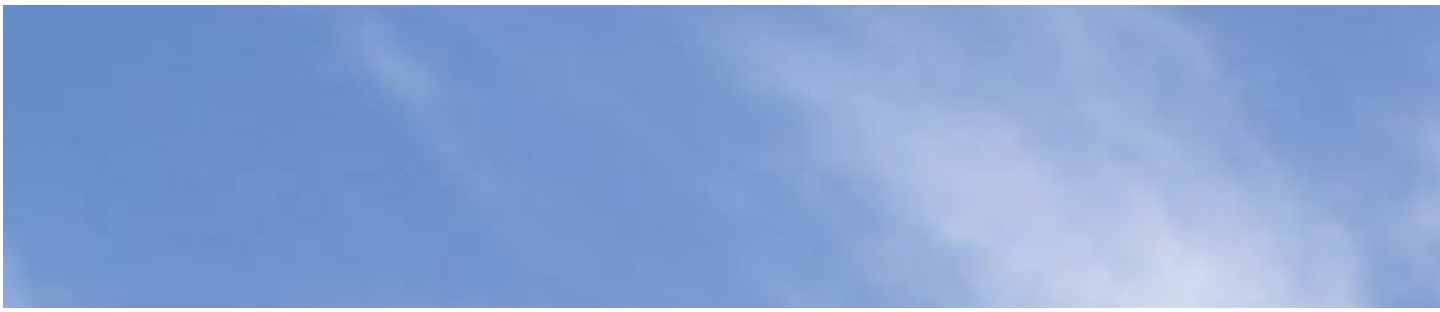
La relazione con lo **Stato**, di per sé obbligata, può essere interpretata e gestita in modo diverso a questo si riferiscono le informazioni reperibili a pagina 141.

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

Bilancio sociale 2004

La voce degli stakeholder

» La voce degli stakeholder 20
» Workshop multi-stakeholder 22
» Panel Agenti Unipol 29
» Panel dipendenti 32
» La valutazione dei lettori 35
» Considerazioni conclusive 40



La voce degli stakeholder

Quando sei anni fa Unipol introdusse la voce degli stakeholder si trattò in realtà di soggetti specifici, tecnici dedicati per professione allo studio della rendicontazione socio-ambientale, che furono chiamati, attraverso l'impiego di una metodologia altrettanto specifica – il QSF progenitore dell'attuale AA1000 – a valutare il Bilancio Sociale.

Nel frattempo sono cambiate molte cose:

- Sono stati identificati come stakeholder non gli esperti, ma i rappresentanti di categorie di attori sociali che interagiscono a diverso titolo con l'azienda;
- La definizione di Responsabilità Sociale si è ulteriormente focalizzata sulla correttezza dei comportamenti da parte delle imprese nelle attività caratteristiche, superando il concetto di "carità benevola" e di marketing sociale;
- E' evoluto il concetto di inclusione passando dalla semplice introduzione del punto di vista degli altri per ridurre il rischio di autoreferenzialità nel rendiconto al coinvolgimento degli stakeholder nei processi di pianificazione e gestione.

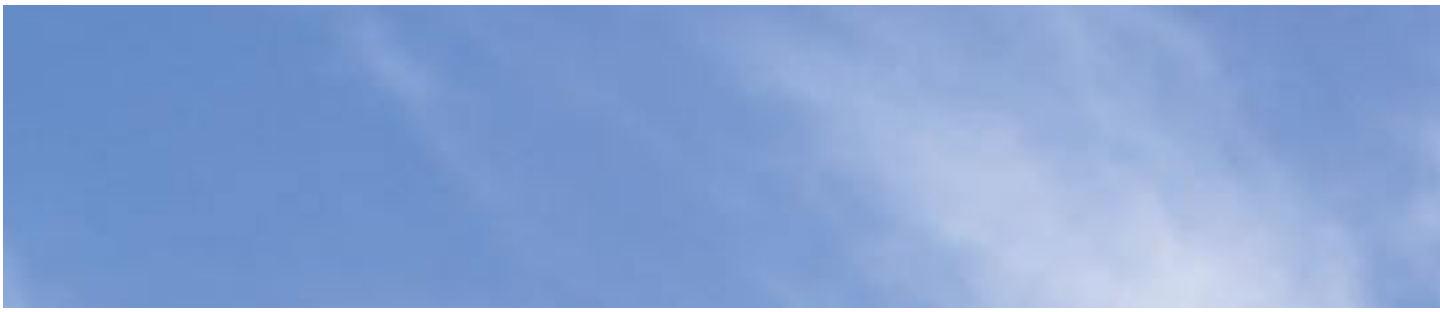
Unipol, forte di un rapporto consolidato con la società civile, grazie alla sua originale tradizione partecipativa con le Organizzazioni Socie del mondo del lavoro e dell'associazionismo, ha accolto questi cambiamenti di contesto facendosi promotore di un modo nuovo di coinvolgere gli stakeholder, trasformando l'ascolto in progettualità.
I risultati non si sono fatti attendere: la RSI si sta estendendo agli Agenti con l'adesione, quest'anno, ad uno specifico progetto "Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa – Obiettivo Barriere". E' una iniziativa di impegno sociale e di promozione di partnership nelle comunità locali, che mira attraverso l'affermazione del principio di sussidiarietà dei cittadini previsto dall'art. 118 della Costituzione, alla realizzazione del "progetto barriere", ovvero l'accessibilità dello sport per tutti, con il coinvolgimento dei giovani, delle famiglie, delle associazioni sportive, del volontariato e dell'intera collettività locale.
Il rapporto con le Associazioni dei Consumatori diventa sempre più intenso, costruttivo, sul merito delle problematiche assicurative. Un dialogo che non è più occasionale e legato ai momenti di conflitto, ma continuativo nel tempo per verificare non solo le modalità di applicazione degli accordi, ma per approfondire di comune accordo i temi legati al consumerismo, come la qualità del servizio, la comunicazione, le tematiche previdenziali e le campagne per la sicurezza stradale.

Il confronto con il personale, seppure partito in ritardo rispetto agli altri stakeholder, ha pur sempre anticipato il coinvolgimento e la sensibilizzazione delle Organizzazioni Sindacali Nazionali.
Il personale in questi anni ha riconosciuto i meriti aziendali nelle politiche occupazionali, ma ha ricordato anche la necessità di non dare tutto per scontato, di evitare l'affievolimento dei valori fondanti di Unipol. Nel Panel dello scorso anno alcuni dipendenti acutamente auspicavano che il Bilancio Sociale «in futuro dovesse sempre più diventare lo strumento per misurare le modalità di esercizio dei "diritti degli stakeholder", rendendoli consapevoli delle proprie legittime aspettative e stimolandoli ulteriormente alla partecipazione alla vita d'impresa».

Infine dai Panel con i dipendenti emergeva una sensibilità ambientale che ci ha spronato a verificare le nostre azioni in campo ambientale, che quest'anno abbiamo migliorato sia nella rendicontazione che nelle performance, coinvolgendo formalmente per la prima volta sul terreno della sostenibilità anche i principali nostri fornitori di beni.
Mentre il dibattito sulla RSI conquista sempre più spazio sui media, indicazioni importanti vengono anche dalle nostre Organizzazioni Socie, più volte sollecitate dai loro associati e dagli organi di stampa nelle loro attività istituzionali a misurarsi su questo tema. Con la loro presenza nei CRU (Consigli Regionali Unipol) dimostrano una sensibilità crescente al coinvolgimento in progetti comuni.
Certo tutto ciò si registra con soddisfazione ma l'avvio del processo è stato lento e difficile, il suo svolgersi coinvolgendo attori esterni all'impresa, oltre che le diverse strutture interne, è stato estremamente complesso; e sempre difficile è stato conquistarsi e mantenere la fiducia delle parti, farli partecipi delle difficoltà, senza cedere alle facili tentazioni conflittuali e di chisura.
Unipol nel 2002 dichiarò chiusa la fase del mero ascolto, in cui gli stakeholder sono chiamati ad esprimere valutazioni sulla performance dell'impresa, avendo considerato sia i propri manager che i propri interlocutori pronti a lavorare insieme in modo strutturato; si tratta di un approccio a rete che supera il metodo tradizionale del confronto unilaterale dell'impresa con ciascuno stakeholder.
Un obiettivo che sapevamo difficile, e da cogliere nel tempo con pazienza e costanza.
L'esperienza del dialogo in corso, dei panel svoltisi in questa occasione ci confermano la complessità dei processi e le difficoltà previste.
Dobbiamo constatare come non tutti gli stakeholder abbiano fin qui raggiunto analogo livello di consapevolezza e maturità di vedute sulla Responsabilità Sociale d'Impresa e sul valore da assegnare al dialogo sociale, che ne è alla base.

Sicuramente alcune associazioni dei consumatori mostrano un livello di consapevolezza alto, mentre altri stakeholder non riescono ad abbandonare il tradizionale ruolo conflittuale; lo stesso sindacato nelle sue diverse articolazioni mostra approcci diversi e in alcuni casi rischia di non cogliere le aspettative degli stessi lavoratori che hanno partecipato ai panel.
Non si vuole qui avanzare critiche specifiche ma solo condividere la consapevolezza di una difficoltà, che deve essere percepita da tutti; la Responsabilità Sociale d'Impresa impone non solo all'impresa ma a tutti gli attori in gioco un diverso atteggiamento, ed una comune base condivisa.

Per questo sarà necessario ridefinire i criteri e il metodo del coinvolgimento per quest'anno risultato molto allargato, viste le aspettative emerse e l'importanza di riconoscere il ruolo di ciascuno.
La volontà di tradurre infatti in progetti i risultati di questi incontri, porta alla necessità di anticipare i momenti di conflitto e di non confonderli assolutamente con gli altri tavoli di confronto istituzionali o di contrattazione.
Necessariamente quindi si individueranno gruppi di stakeholder più omogenei e meno estesi e modalità di confronto più pragmatiche, senza dover rinunciare a ribadire il nostro contratto sociale, la nostra natura di azienda che ricerca e promuove il dialogo.



Workshop multi-stakeholder

Partecipanti al Panel

Maurizio Angelone ..... **Segretario Uilca Roma**

Mimmo Arienzo ..... **Segreteria Fisac/CGIL nazionale**

Francesco Avallone..... **Federconsumatori nazionale**

Gloria Bertagna ..... **Presidente CRU Trento (Confesercenti)**

Piero Bonifazzi ..... **Presidente Ital-UIL**

Diego Calabrese..... **Federconsumatori Piemonte**

Patrizia De Luise..... **Presidente CRU Liguria (Confesercenti)**

Mariana De Rossi ..... **Ital-UIL**

Giancarlo Di Nunzio ..... **SicurMolise (CISL)**

Antonio Falotico ..... **Presidente CRU Basilicata (CISL)**

GuidoFerlenghi..... **Segreteria Fiba/CISL nazionale**

Antonio Ferronato..... **Adoc nazionale**

Marco Forlani ..... **Centro studi nazionale CISL**

Marco Fusciani..... **Vice Direttore Generale Ania**

Silvano Gattari..... **CRU Marche (CNA)**

Antonio Gaudioso ..... **Cittadinanzattiva**

Giuliano Giuliani ..... **Vice Presidente CRU Toscana (Legacoop)**

Cristiano Hoffmann..... **Fisac/CGIL nazionale**

Paolo Landi ..... **Adiconsum nazionale**

Paola Lanzarini ..... **Fondazione Nomisma**

Don Andrea La Regina ... **Forum Finanza Sostenibile**

Gino Mereu ..... **Presidente CRU Sardegna (UIL)**

Alessandro Mezzi ..... **CRU Lazio (CIA)**

Roberto Micheletti ..... **Presidente CRU Veneto (UIL)**

Antonio Novielli ..... **Giunta / Associazione Agenti Unipol**

Giancarlo Pezzanera..... **Segreteria Fiba/CISL**

Enzo Pierangioli ..... **Presidente CRU Toscana (CIA)**

Ferdinando Pignataro..... **Presidente CRU Calabria (CGIL)**

Carlo Pileri ..... **Presidente Adoc**

Maurizio Policastro ..... **Presidente CRU Lazio (CISL)**

Fabrizio Premuti ..... **Adiconsum nazionale**

Gabriele Ragazzini..... **Segreteria Nazionale Snfia**

Alessandro Ranaldi ..... **CRU Lazio (UIL)**

Michele Sabatino ..... **Presidente CRU Piemonte (CNA)**

Alberto Sera..... **Vice Presidente Ital-UIL**

Franco Simeoni ..... **CRU Lazio (CISL)**

Carmelo Travaglia ..... **Presidente CRU Sicilia (CIA)**

Enzo Vaccarella..... **Vice Presidente CRU Lazio (CNA)**

Unipol Assicurazioni

Giancarlo Brunello ..... **Direttore Centrale Relazioni Esterne e CRU**

Federico Corradini ..... **Direttore Centrale Area Tecnica**

Franco Malagrinò..... **Unità Bilancio Sociale Responsabile progetto BS**

Stefano Scavo ..... **Direttore Centrale Liquidazione di Gruppo**

OBIETTIVI

Il consolidamento del dialogo con gli stakeholder di riferimento sui temi chiave dell'attività caratteristica di Unipol Assicurazioni è stato al centro di questo panel. In particolare, la discussione è stata un momento significativo nel percorso che Unipol Assicurazioni sta perseguendo, volto a far sì che il coinvolgimento partecipato degli stakeholder diventi uno strumento di diffusione di conoscenza e produzione di innovazione nell'ambito dell'attività dell'impresa.

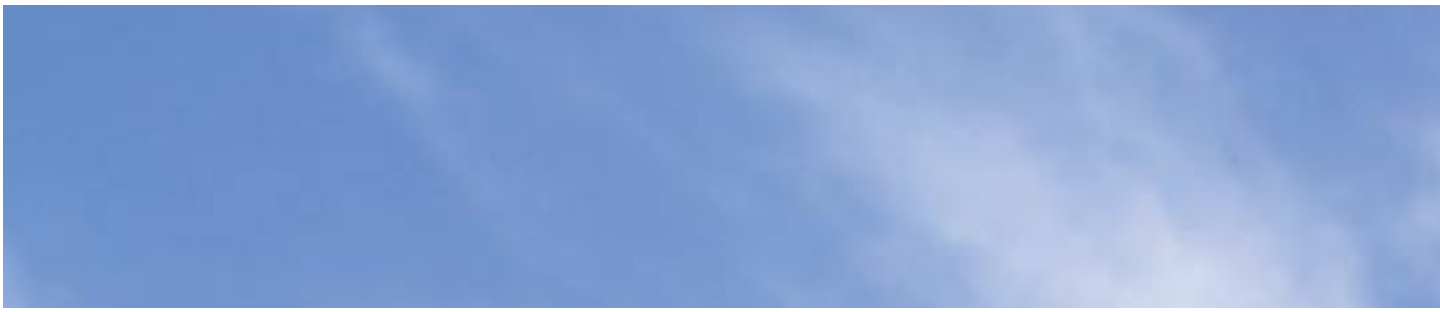
Per favorire un contributo consapevole e informato, sono state esposte da responsabili Unipol Assicurazioni due relazioni tecniche:

- *Azioni e programmi dell'area assuntiva*, Federico Corradini, Direttore Centrale Area Tecnica Unipol Assicurazioni;
- *Strategie e linee guida nella gestione dei sinistri*, Stefano Scavo, Direttore Centrale Liquidazioni del Gruppo Unipol Assicurazioni;

Il dibattito che ha seguito le presentazioni è stato volto a recepire stimoli e suggerimenti da parte dei partecipanti al panel.
Il secondo obiettivo dell'incontro è stato quello di aprire un dibattito intorno ad un'iniziativa che vede l'applicazione pratica dell'approccio di Unipol Assicurazioni alla Responsabilità Sociale, secondo il quale l'impresa è chiamata a promuovere il dialogo in rete fra i suoi diversi stakeholder. Antonio Novielli, membro della Giunta Agenti Unipol Assicurazioni, ha esposto le linee di intervento previste dal progetto *Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale,* che vede le Agenzie diventare attori attivi della responsabilità sociale insieme a Unipol Assicurazioni, ciascuna nel proprio territorio ed in collaborazione con altri interlocutori della società civile.

L'incontro, introdotto dal Direttore Centrale Relazioni Esterne e CRU di Unipol Assicurazioni Giancarlo Brunello, è stato presieduto da Franco Malagrinò, Responsabile Unità Bilancio Sociale di Unipol Assicurazioni e si è svolto con il supporto di SCS Azioninnova.

All'incontro hanno partecipato diverse categorie di interlocutori come i sindacati nazionali di categoria, alcune associazioni dei consumatori, associazioni della società civile, le diverse presidenze regionali dei CRU (Consigli Regionali Unipol), nonché diversi rappresentanti, in veste di osservatori, di alcune Organizzazioni Socie ed Enti che stanno per intraprendere un loro specifico impegno di RSI e perciò erano incuriositi dalla metodologia di coinvolgimento e confronto in uso in Unipol. All'incontro è stato presente inoltre il Vice Direttore Generale ANIA, dott. Marco Fusciani.



PRINCIPALI RISULTANZE

Il dibattito emerso a partire dalle relazioni tecniche ha permesso di individuare una serie di temi chiave su cui una società come Unipol Assicurazioni è chiamata a misurarsi. La maggior parte degli interventi si sono concentrati sull'area dell'assicurazione RC Auto, ma spunti interessanti sono emersi anche in altri ambiti, quali quelli della gestione del risparmio e della previdenza integrativa, su cui il mercato delle assicurazioni giocherà un ruolo sempre più importante nei prossimi anni.

La gestione dell'assicurazione RC Auto

» I partecipanti apprezzano l'impegno dichiarato da Unipol Assicurazioni di bloccare le tariffe per tutto il 2004, *"anche se alcuni di loro ritengono che sia giunto il momento per tutto il settore di pensare a una riduzione globale delle tariffe RCA"* e valutano positivamente le attività che l'Impresa conduce al fine di migliorare la propria efficienza interna, nella convinzione che queste abbiano un effetto positivo sull'inflazione tariffaria e in generale sulla qualità del servizio.

» E' necessario trovare un buon equilibrio fra il *"principio mutualistico"* su cui si basa il concetto stesso di compagnia di assicurazione e l'aspirazione del singolo assicurato a veder riconosciuto il proprio comportamento virtuoso. E' emerso un generale consenso sul principio che è importante riuscire a distinguere "i buoni" dai "cattivi" clienti.
L'Azienda e le Associazioni di Consumatori possono collaborare per definire criteri che medino le esigenze di mutualità e tutela dell'assicurato prudente e onesto.

» E' apprezzato il ruolo dell'Unità Antifrode di Unipol Assicurazioni e viene ribadita l'importanza che questa Unità continui a svolgere una funzione di prevenzione e di controllo per tutti gli elementi del processo liquidativo esterni all'azienda.

» In termini di capacità di miglioramento e di adattamento delle polizze alle specificità individuali degli assicurati, vengono apprezzate sia le iniziative promosse, e altre auspicate che potranno essere introdotte in futuro grazie alla futura tecnologia a disposizione. In particolare si notano gli aspetti positivi che deriverebbero da:
- Tariffe "modulari" collegate all'effettivo utilizzo del mezzo: sarebbero ipotizzabili secondo alcuni se tarate sull'effettivo chilometraggio percorso, rilevabile attraverso tecnologie GPS;
- Passaggio da una logica di tariffazione "sul proprietario" ad una "sul conducente" del veicolo;
- Possibilità per l'assicurato di vedere ridotta la propria tariffa a fronte dell'utilizzo di nuove procedure e di nuovi percorsi obbligati per giungere alla liquidazione (ad es. conciliazione).

» La certificazione ISO9001:2000 di Sertel è vista sicuramente come un elemento di garanzia di qualità del servizio fin qui erogato. Può costituire un punto di partenza per un ulteriore certificazione della filiera e nel contempo costituire la base per poter offrire ulteriori innovazioni e proposte di servizi all'assicurato.

» Lo snellimento delle procedure di liquidazione è riconosciuto come ambito di miglioramento continuo. In questo contesto viene vista positivamente l'estensione, a partire dal 1° giugno 2004, della procedura CID a sinistri in cui vi siano danni alle persone. All'interno di questo nuovo contesto normativo, la compagnia assicurativa è chiamata ancor più ad essere eroga-

trice di un servizio tempestivo ed efficiente nei confronti del proprio cliente. Inoltre si ipotizza da parte delle Associazioni dei Consumatori che la conseguente riduzione attesa del contenzioso e dei costi legali ad esso collegati potrà avere una ricaduta positiva sull'andamento del livello tariffario.

» Il tema della liquidazione legato alla introduzione del CID sul danno alle persone è occasione per ribadire la necessità che l'intero processo di liquidazione sia strutturato in modo da ridurre ed evitare le intermediazioni non necessarie nell'interesse dell'assicurato. Di fondamentale importanza sarà l'informazione e i conseguenti comportamenti che le parti adotteranno per far conoscere la nuova procedura liquidativa e le opportunità offerte.
I partecipanti individuano quindi una serie di fattori che vanno tenuti in considerazione per ottenere una gestione efficiente delle liquidazioni:
  - la liquidazione centralizzata è valutata positivamente per la sua capacità, in questo particolare momento, di razionalizzare le procedure di liquidazione legate anche ai sinistri semplici, grazie all'uso combinato di telefono e nuove tecnologie;
  - è sottolineata peraltro l'importanza di mantenere una forte presenza di strutture liquidative sul territorio;
  - i Centri di Liquidazione devono inoltre continuare a garantire flessibilità e un accesso agevole alla clientela, operando sull'organizzazione del lavoro e delle risorse umane.

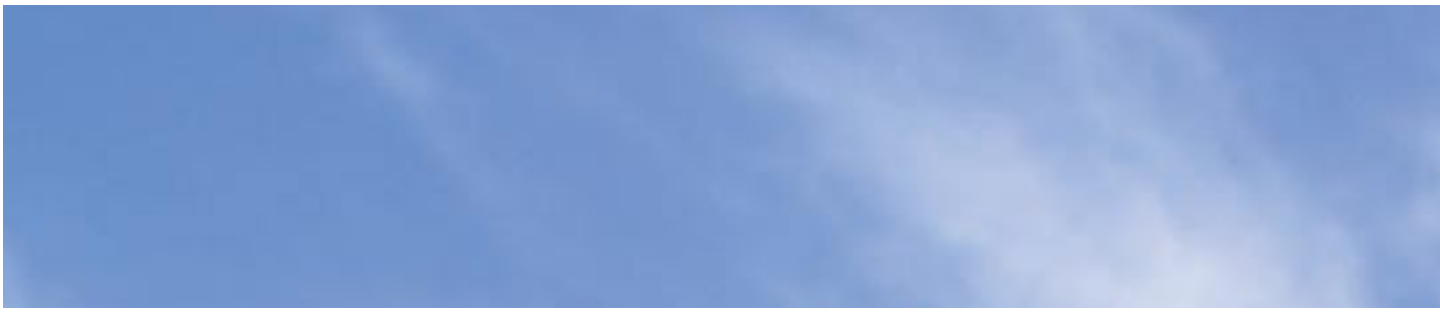
» L'altra innovazione che potrà migliorare la gestione dei sinistri è quella della conciliazione, tema sottolineato soprattutto dalle Associazioni dei Consumatori, in vigore da luglio 2004. In particolare viene evidenziato come questa procedura aumenterà la *trasparenza* nel rapporto fra assicurato e assicurazione, ridurrà i costi legali in capo a entrambe le parti e ridurrà i tempi di gestione delle procedure. In questo contesto sarà determinante il coinvolgimento attivo della nostra rete agenziale.

» Da più parti viene poi sottolineato come la conciliazione non deve essere vista come uno strumento isolato, ma dovrebbe segnare l'avvio di una effettiva collaborazione su più fronti fra le Associazioni dei Consumatori e le Compagnie di Assicurazione: *"La conciliazione non deve essere vista solo come gestione di problemi, ma deve essere intesa come un tavolo permanente di confronto"*. Proprio per questo suo potenziale valore di occasione di dialogo continuativo fra Impresa e Associazioni dei Consumatori, viene ribadito che è importante che tutte le parti si impegnino per il suo successo e si assicurino che la propria filiera sia informata e coinvolta: *"Noi (Associazioni di Consumatori) ci crediamo e stiamo investendo nella formazione di conciliatori. Le Assicurazioni devono fare lo stesso, impegnandosi a coinvolgere e formare i propri agenti e i propri liquidatori"*. E' fondamentale che le singole imprese si dotino delle strutture organizzative necessarie per l'effettiva applicazione della procedura di conciliazione: *"Se la procedura fatta con ANIA non è recepita dalle imprese è destinata a rimanere sulla carta"*; Unipol si è già dotata di strutture e procedure interne adeguate.

» I partecipanti, inoltre, indicano nuovi sviluppi auspicabili di collaborazione fra Impresa e Associazioni dei Consumatori: *"Apriamo tavoli su altri principali rami assicurativi, non solo quelli legati alla RCA"*.

L'informazione all'assicurato

Gli spunti su questo ambito sono emersi in particolare nell'ambito della RCA, ma le raccomandazioni fatte hanno un rilievo generale. Si ritiene infatti che l'efficacia di tutte le iniziative che Uni-



pol Assicurazioni possa intraprendere per migliorare il servizio offerto ai propri assicurati dipenda dalla capacità di mantenerli adeguatamente informati. Gli ambiti specifici di informazione che sono stati evidenziati riguardano:

- Che cosa fare in caso di sinistro, migliorando ulteriormente gli strumenti già disponibili e con particolare riferimento alle opportunità che le nuove procedure liquidative offrono (CID per danni a persone, conciliazione).
- Quali sono i vantaggi che possono derivare dall'utilizzo di particolari offerte di servizio: ad esempio il valore dell'utilizzo di carrozzerie convenzionate con Unipol Assicurazioni in termini di qualità delle riparazioni e di affidabilità del servizio.
- Quali sono ruoli e responsabilità dei diversi soggetti coinvolti nella procedura di liquidazione, soprattutto in considerazione del nuovo ruolo che stanno assumendo le Associazioni dei Consumatori.

La cura dell'informazione al cittadino può essere un altro ambito in cui la collaborazione fra Impresa e Associazioni dei Consumatori può dare buoni risultati: *"Non facciamo abbastanza, mettiamoci insieme per sviluppare progetti mirati di informazione al cittadino"*.
Si sottolinea che l'informazione all'assicurato deve ispirarsi sempre a principi di trasparenza: questo vale in primo luogo per le clausole contrattuali (RCA e contratti ramo vita vengono esplicitamente menzionati), ma anche per altri aspetti legati al rapporto fra impresa ed assicurato (es: cessazioni di agenzia).
Per una migliore informazione si propone la realizzazione congiunta Unipol Assicurazioni - Associazioni dei Consumatori di specifiche guide informative con caratteristiche evidenti di trasparenza e di legittimazione, e che non possono essere confusi con i tradizionali opuscoli commerciali unilaterali.

L'attenzione verso la società come strumento di innovazione

I partecipanti hanno indicato ulteriori ambiti dove l'attenzione a temi di rilevanza sociale potrebbe essere l'occasione per avvicinarsi ad una particolare categoria del mercato in modo da valorizzarne le esigenze con prodotti e processi innovativi.

- Si fa riferimento alla possibilità di sviluppare prodotti di "micro-assicurazione": così come esistono iniziative di "micro-credito", che sviluppano soluzioni per erogare credito a soggetti che non sono nelle condizioni di fornire le garanzie tipicamente richieste da una banca, allo stesso modo una compagnia di assicurazioni potrebbe capire le istanze dei soggetti comunemente ritenuti "non assicurabili".
  Unipol ha molto da insegnare al mercato con la sua storia ed esperienza di convenzioni con le organizzazioni del lavoro, con i sindacati dei pensionati e le associazioni del tempo libero e dell'impegno civile.

- Anche le cosiddette "categorie deboli" meritano attenzione. Si fa l'esempio dei giovani per quanto riguarda l'assicurazione RCA e degli anziani per le assicurazioni salute/infortuni, o ancora degli immigrati con il loro bisogno di credito e di sicurezza. Ciò che viene chiesto a Unipol Assicurazioni è *"un'apertura di credito"* verso queste categorie, nella consapevolezza che le azioni intraprese da Unipol Assicurazioni possono influenzare l'intero mercato assicurativo.

- L'azienda è invitata ad assumere un ruolo attivo nella valutazione della "debolezza" potenziale di ogni possibile assicurato, in particolare nell'offerta di prodotti di risparmio e ramo vita in modo da potere proporre offerte assicurative che siano adeguate realmente alle capacità e necessità di tali cittadini, e dare loro possibilità di integrazione e di emancipazione dalle loro condizioni di "debolezza sociale".

- Visto poi che la Responsabilità Sociale si esercita attraverso la propria intera rete, è importante che anche gli agenti e i promotori finanziari collegati si conformino a tali comportamenti anche attraverso opportuna formazione.

- Unipol Assicurazioni ha un vantaggio competitivo dal punto di vista della propria capacità di ascoltare il sociale e il territorio in cui opera e deve poterlo valorizzare.

- La struttura dei CRU (Consigli Regionali Unipol) deve essere vista infatti come un sensore delle esigenze degli assicurati e degli iscritti alle Organizzazioni Socie, soprattutto nel settore in espansione delle assicurazioni sulla vita e della pensione integrativa.

- Tutti i prodotti di Unipol Assicurazioni devono essere proposti come esempio di servizio di qualità ai quadri e dipendenti iscritti alle Organizzazioni Socie.

Il progetto di Responsabilità Sociale degli agenti Unipol

Il progetto "*Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale*" vede gli agenti impegnati insieme ad Unipol Assicurazioni nella partnership con Cittadinanzattiva per la realizzazione della campagna "Obiettivo Barriere". Il progetto mira ad estendere la pratica della responsabilità di impresa di Unipol Assicurazioni a tutta la sua rete di agenzie coniugando il principio della sussidiarietà previsto dall'art. 118 della nostra Costituzione all'impegno civile ed alla solidarietà dei vari soggetti della comunità in cui opera ciascuna agenzia.
La presentazione di questa iniziativa dà avvio ad un dibattito su come un'impresa come Unipol può manifestare la propria Responsabilità Sociale contaminando la stessa rete dei suoi stakeholder sul territorio, a partire dai suoi agenti.

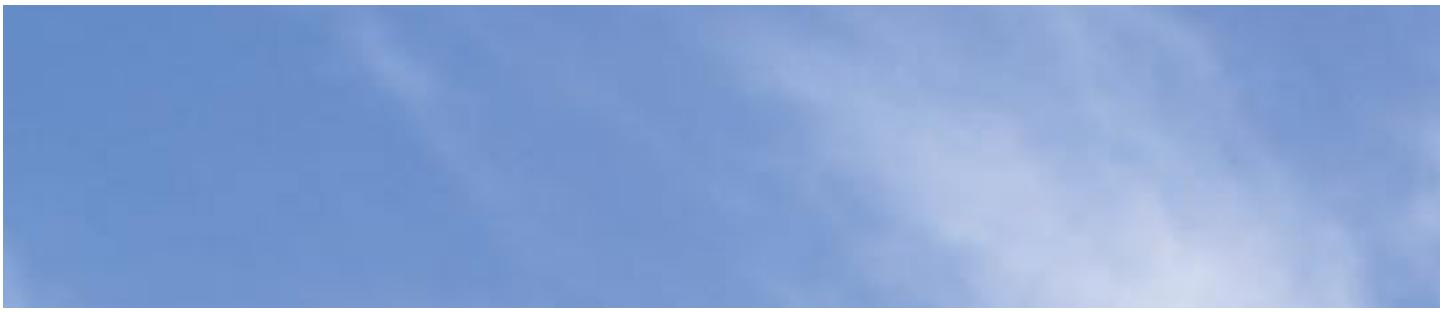
- Tutti i partecipanti concordano sull'importanza di coinvolgere gli agenti nella costruzione dell'impegno sociale di Unipol Assicurazioni, poiché sono loro che rappresentano l'immagine dell'azienda sul territorio: come un rappresentante degli agenti ha riassunto durante il panel con la Giunta Agenti nel Bilancio Sociale dello scorso anno, *"Siamo noi che alziamo ed abbassiamo ogni giorno la serranda del negozio con il marchio Unipol"*.

- Nel condurre attività sociali attraverso il canale degli agenti è importante *"lavorare in squadra"* attraverso il coinvolgimento attivo dei CRU, della Fondazione Cesar, di rappresentanti delle Organizzazioni Socie e delle strutture organizzative di Unipol Assicurazioni.

- Il concetto di *"lavoro di squadra"* vale anche per il coinvolgimento di soggetti esterni, quali le associazioni della società civile, la pubblica amministrazione e altre imprese. Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, viene rilevato che uno degli elementi qualificanti di questa iniziativa è proprio il fatto che essa vede al centro una rete di PMI (piccole e medie imprese), impegnate con altri nella realizzazione di interventi concreti e misurabili di solidarietà e di responsabilità di impresa.

- Viene sottolineata anche l'importanza di mantenere nel tempo l'attenzione su un tema di tale impatto sociale: in questo senso è valutato positivamente il forte valore del progetto che mantiene alta l'attenzione sui disabili, tema a cui era dedicato il 2003 "anno europeo delle persone con disabilità", e lo lega con il tema del 2004, dedicato dall'Unione Europea all'educazione attraverso lo sport.

- Nel sottolineare gli aspetti positivi di questo specifico progetto, vengono fatte due importanti osservazioni:



- è importante guardare a questa iniziativa sia per la sua capacità di dar vita a interventi concreti, ma anche per il suo potenziale più intangibile e altrettanto importante di *"patrimonializzare la cultura della partecipazione nel territorio";*
- è altrettanto importante che l'ambito delle attività di cittadinanza d'impresa svolte dalle agenzie Unipol Assicurazioni sia il più possibile collegato al loro *"core business":* in tal senso il legame che l'iniziativa presentata ha con i temi della *"qualità della vita"* è valutato positivamente.

Unipol Assicurazioni, il Bilancio Sociale e la Responsabilità Sociale d'Impresa

» Viene ribadita l'importanza dell'ascolto degli stakeholder nella redazione del Bilancio Sociale, nella convinzione che gli stakeholder devono sempre di più essere coinvolti nel merito degli obiettivi dell'azienda in riferimento al servizio erogato.

» In questo senso, viene evidenziato come il percorso storico recente della Responsabilità Sociale d'Impresa abbia visto le imprese al centro di un sistema spesso auto-referenziale in cui gli interlocutori sono stati invitati più come *"ascoltatori"* che come *"partner".* Unipol Assicurazioni deve continuare ad esercitare il suo ruolo di *"battistrada"* in un percorso che veda la società civile, le Associazioni dei Consumatori e il Sindacato co-operare con l'Impresa nella ricerca di soluzioni concertate e negoziate. In tal senso si valuta positivamente la disponibilità dell'Impresa a promuovere da subito tavoli di lavoro comuni:

1. per potenziare la comunicazione agli assicurati e la trasparenza del servizio sull'RC Auto;
2. per verificare condizioni contrattuali e migliorare la comunicazione all'utenza su specifici prodotti di rami diversi dall'RC Auto come Infortuni e Malattie.
3. per tenere vivo il confronto sull'area della liquidazione sinistri e sulle modalità di applicazione della nuova normativa e dei nuovi strumenti previsti che andranno in vigore.

» Sia da parte di rappresentanti di Unipol Assicurazioni che da parte di altri partecipanti al panel viene ribadito che i risultati di tali confronti potranno poi essere l'oggetto di specifica rendicontazione nel Bilancio Sociale del prossimo anno.

» Viene quindi confermata l'importanza del bilancio sociale come strumento intorno a cui elaborare e comunicare la strategia di Responsabilità Sociale dell'Impresa. Viene poi rilevato come il fatto che negli ultimi anni il Bilancio Sociale sia diventato uno strumento molto più diffuso e non più limitato *"agli addetti ai lavori"* dovrebbe essere un'occasione per ridefinire internamente all'azienda e comunicare chiaramente ai lettori in che cosa la Responsabilità Sociale d'Impresa si concretizza: *"Che cosa vuol dire Responsabilità Sociale d'Impresa per una compagnia di assicurazione? Qual è il contesto di riferimento in cui opera e quindi quali sono i vincoli esterni e quali le responsabilità della singola compagnia?"*

» Viene infine apprezzato l'inserimento di una sezione ambientale nel Bilancio Sociale di quest'anno. La sensibilità ambientale di un'impresa assicurativa è un tema che è destinato a crescere e il panel individua una prima area di intervento: inserire clausole di eco-compatibilità nella gestione della rottamazione dei veicoli che può seguire alla chiusura di un sinistro stradale.

Panel Agenti Unipol

OBIETTIVI

L'incontro con la Giunta dell'Associazione Agenti ha rappresentato la prosecuzione di un dialogo iniziato con il panel dell'anno precedente. Nel panel 2003 si era riconosciuta l'importanza di valorizzare il ruolo sociale della rete di agenti Unipol per far emergere le caratteristiche distintive dell'azienda.
L'obiettivo principale del panel realizzato nel mese di giugno 2004 è stato quello di avviare, a partire dai risultati emersi l'anno precedente, un processo di definizione di percorsi strutturati per evidenziare le specificità di Unipol e della sua rete agenziale in tema di responsabilità sociale.

In particolare le finalità perseguite sono state:
- consolidare e condividere l'approccio di responsabilità sociale di impresa fra Unipol e la rete di Agenzie;
- raccogliere segnali e contributi in grado di qualificare la missione che la rete di agenzie intende portare avanti come caratteristica distintiva;
- avviare un processo per la pianificazione integrata dell'attività di Responsabilità Sociale delle agenzie;
- valorizzare la "diversità" che contraddistingue il "mondo" Unipol anche nei rapporti tra i vari soggetti sociali: OO.SS., dipendenti, agenti e associazioni.

La discussione in merito alle tematiche evidenziate è stata preceduta da un momento formativo-informativo, condotto dalla società di consulenza SCS Azioninnova, con lo scopo di:
- diffondere presso gli agenti la conoscenza di contenuti e strumenti della RSI;
- interpretare lo strumento del Bilancio Sociale nel contesto della RSI.

Sono stati, inoltre, presentati il progetto *"Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità sociale d'impresa – Obiettivo Barriere ,"* cui hanno aderito sia Unipol che l'Associazione Agenti Unipol (AAU), e l'analisi della ricerca sulle attività sociali dalle agenzie: rilevamento avviato per rendere oggettiva l'importanza delle attività sul territorio delle agenzie e rispondere così ad uno specifico imput avanzato nel panel sul Bilancio Sociale dello scorso anno da parte dagli stessi agenti.

Partecipanti

Giunta Agenti

Francesco Saporito	Presidente Associazione Agenti Unipol - Agenzia 1567 Torino
Corrado Angeloni	Agenzia Unipol 614, Sanremo
Giorgio Berti	Agenzia Unipol 1473, Pistoia
Angelo Giardina	Agenzia Unipol 618, Cefalù
Giorgio Manzana	Agenzia Unipol 1949, Rovereto
Illic Monti	Agenzia Unipol 1626, Bologna
Renato Mortarotti	Agenzia Unipol 1308, Milano
Antonio Novielli	Agenzia Unipol 1316, Caserta
Enzo Sivori	Agenzia Unipol 2102, Sestri Levante
Luigi Villani	Agenzia Unipol 218, San Severo

Segretario Amministrativo

Corrado Angeloni	Agenzia Unipol 614, Sanremo

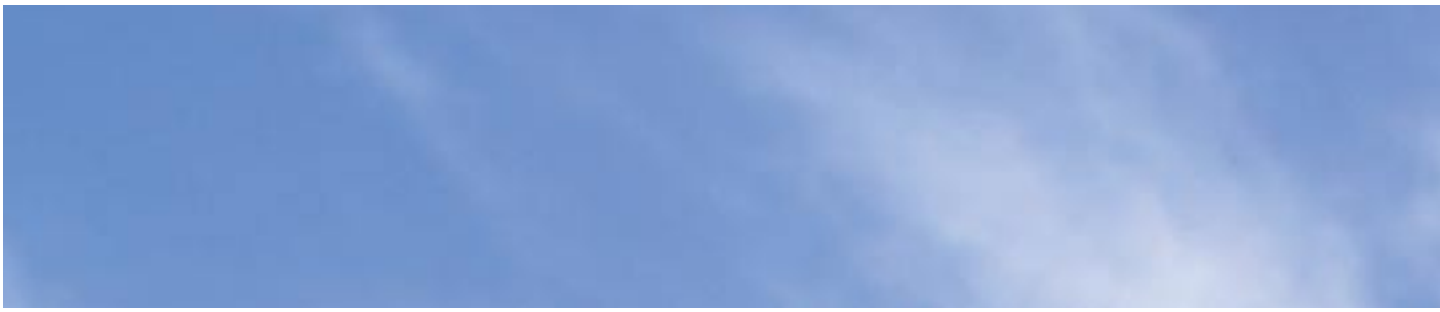
Unipol Assicurazioni

Domenico Brighi	Direttore centrale Commerciale e Marketing
Franco Malagrinò	Unità Bilancio Sociale Responsabile progetto BS

SCS azioninnova
Silvia Modena
Marisa Parmigiani

Sono stati inoltre presenti

Cesare Baldiserri	Agente presso Agenzia Unipol 1597 di Senigallia
Sanny Savelli	Resp. Comm. Agenzia Unipol 1597 di Senigallia, Laureando presso l'Università di Trieste con una tesi sul Bilancio Sociale di Unipol



PRINCIPALI RISULTANZE

All'interno della rete di stakeholder con cui l'Azienda si impegna a dialogare, gli agenti Unipol sono particolarmente rilevanti per il ruolo, che da sempre assumono, di interfaccia della Compagnia con il cliente: si ritiene indispensabile, quindi, promuovere la centralità dell'Agenzia, il suo ruolo e la sua immagine sociale attraverso le sinergie di tutti gli stakeholder aziendali sul territorio.

I punti di partenza su cui le Agenzie hanno discusso sono state le linee del progetto di responsabilità sociale adottate da Unipol e di possibile interesse per le agenzie stesse:

- da un lato l'adesione ai principi di RSI, con la costruzione di un network sul territorio, la promozione di iniziative volte alla comunicazione e alla formazione sui principi della RSI, le attività di comunicazione sull'agenzia, finalizzate a garantire una maggiore visibilità *(linea 1)*;

- dall'altro l'adesione al progetto 118 "Obiettivo Barriere", con l'attivazione del network, la promozione e lo sviluppo di iniziative specifiche e di attività di comunicazione *(linea 2)*.

Stimolati a riflettere sulle modalità di realizzazione del progetto a partire dal valore sociale già presente nelle agenzie a livello territoriale, i partecipanti al panel hanno manifestato suggerimenti e sottolineato alcuni elementi di criticità.

A livello generale i partecipanti condividono l'importanza del ruolo attivo che le agenzie possono svolgere nel rafforzamento dell'identità sociale dell'azienda; questo passa anche attraverso un consolidamento del rapporto con le Organizzazioni Socie sul territorio anche attraverso l'attivazione di momenti di confronto sempre più diretti; indicazione altresì emersa durante il panel multistakeholder di Unipol.

Sulle singole linee progettuali i partecipanti si sono espressi come segue:

Linea 1

Spesso l'approccio alla responsabilità sociale da parte delle singole agenzie manca di consapevolezza anche in termini progettuali: se è vero che quotidianamente le agenzie adottano azioni socialmente responsabili, si rende necessaria - tuttavia - una formalizzazione dei comportamenti attraverso procedure e prassi in grado di fornire un quadro generale di riferimento senza eliminare momenti specifici di intervento su iniziative prettamente locali.
I partecipanti concordano sul privilegiare questa linea progettuale, nella logica di costruire un percorso unico in Italia di estensione della RSI a tutta la rete di agenzie coinvolte: come punto di partenza si avverte la necessità di lavorare per la definizione di una *mission sociale* condivisa dalle agenzie, a partire da una contestualizzazione degli elementi caratteristici della RSI nei prossimi anni, mission che potrà essere presentata in occasione del Congresso Nazionale dell'Associazione che si svolgerà nel giugno 2005.

Linea 2

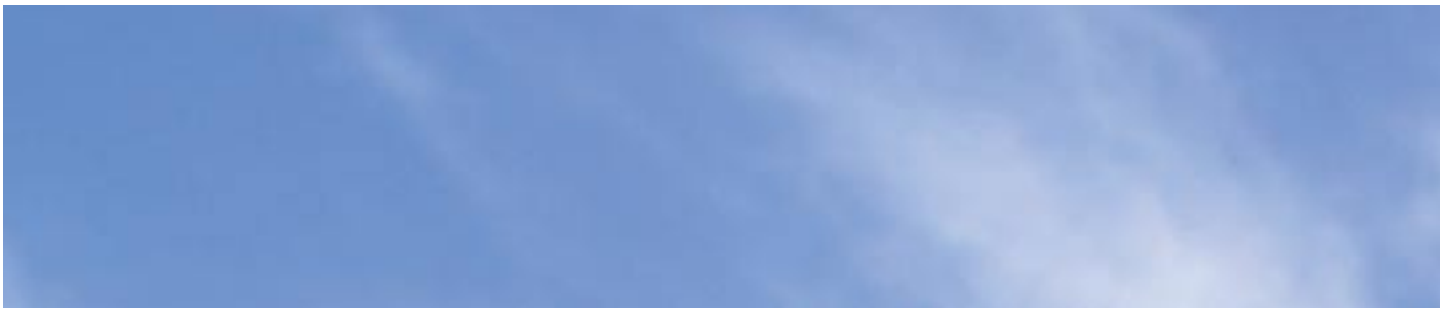
Il progetto "Obiettivo Barriere" ha ottenuto un riscontro positivo, sottolineando la necessità di creare una base comune di condivisione tra imprese e reti di agenzie. E' necessario prima costruire la consapevolezza dei principi, obiettivi e strategie di RSI attraverso l'attuazione di quanto previsto dalla *linea 1* del progetto. La *linea 2* del progetto rappresenterà lo strumento concreto del consolidamento del processo di RSI a livello di agenzie e di comunità di riferimento.
Si tratta di dare coerenza a un insieme di iniziative, a partire da un processo interno che già esiste: nel gennaio 2004 è infatti stato avviato un progetto di responsabilità sociale articolato sul triennio, finalizzato alla costruzione di un fondo unico per attività di solidarietà.

In merito all'iniziativa progettuale presentata:

- gli agenti hanno espresso pareri positivi, in quanto il progetto consente di evidenziare ulteriormente i valori e la cultura specifici di Unipol. Attualmente molte delle agenzie presenti sul territorio sostengono iniziative di carattere sociale: si constata, tuttavia, un orientamento da parte di ciascuna a lavorare in modo autonomo. Questo si traduce in una serie di attività legate in modo specifico alla propria realtà locale, secondo quanto confermato dai risultati dell'indagine di rilevazione condotta sulle agenzie. Si rende necessaria, quindi, una strategia di maggiore coordinamento, in modo da superare la logica delle singole ed autonome iniziative per arrivare ad un percorso congiunto, trovando un equilibrio tra il coordinamento e il mantenimento della specificità delle singole attività delle agenzie che caratterizzano la loro relazione con il territorio;
- i progetti di RSI dell'AAU oltre ad essere una scelta consapevole che colloca il ruolo delle agenzie e la stessa Unipol coerentemente nell'alveo dei valori fondanti di riferimento, richiedono decisioni conseguenti da parte di Unipol e delle sue diverse strutture organizzative sia centrali che sul territorio. Devono essere assicurate azioni di sostegno e di compartecipazione potendo contare sull'apporto e sull'esperienza delle Relazioni Esterne, dei CRU, del Marketing e della stessa Fondazione Cesar, perché l'obiettivo di sviluppo di una strategia di RSI che coinvolge Unipol e la sua rete agenziale, sarà sicuramente funzionale e produttiva verso la reputazione di entrambe;
- il progetto servirà a sviluppare una prassi di solidarietà a favore di disabili, e nel contempo a coniugare il concetto di sussidiarietà, così come previsto dall'art. 118 della Costituzione, con l'impegno civile nella comunità che da sempre contraddistingue il nostro modo di fare impresa.
- si rileva la difficoltà di trasferire a livello locale il rapporto esistente a livello nazionale con le Organizzazioni socie: spesso, infatti, la mission sociale delle agenzie non viene del tutto percepita dai livelli territoriali delle organizzazioni socie. Occorre avviare un processo che definisca le basi comuni per interpretare e diffondere la mission delle agenzie Unipol per valorizzare la diversa identità valoriale;
- si sottolinea come, in merito ai criteri di coinvolgimento delle agenzie, sia necessario porre attenzione alle modalità con cui il progetto viene articolato sul territorio preferendo dare spazio alle adesioni spontanee e volontarie che valorizzano il diverso grado di sensibilità e crescita delle singole agenzie.

Tra le modalità di sviluppo del progetto, gli agenti hanno suggerito che:

- il coinvolgimento deve essere esteso a tutta la società civile della comunità locale, in particolare alle Organizzazioni Socie;
- il rapporto con i diversi attori, inoltre, deve superare la logica della richiesta di fondi (spesso si ragiona solo in termini economici), per fondarsi sulla capacità di lavorare insieme, attraverso il dialogo e lo sviluppo di progetti concreti: la singola azienda-agenzia deve ragionare sulle modalità attraverso cui riesce a farsi interprete dei bisogni di responsabilità sociale dei suoi diversi interlocutori;
- le modalità di attuazione progettuale da parte dell'Associazione Agenti e della stessa Unipol devono trovare una comune modalità di declinazione del progetto con un *comune denominatore*: il collegamento ai principi valoriali di Unipol;
- il ruolo delle agenzie deve andare così oltre l'attività di comunicazione e sponsorizzazione, spesso legata ad aspetti meramente economici, ma deve valorizzare la funzione propriamente sociale d'impresa: questo significa non solo destinare risorse finanziarie per determinate attività di carattere sociale ma farsi promotore di iniziative specifiche nella comunità e con i suoi protagonisti sociali.



Panel dipendenti

OBIETTIVI

Il coinvolgimento dei dipendenti si è evoluto nel corso delle diverse edizioni del Bilancio Sociale: infatti si è perseguita una loro maggior partecipazione sia attraverso il panel ad essi dedicato, sia interessando sempre più dipendenti nell'elaborazione delle singole parti di report attinenti le varie strutture e Direzioni aziendali.

Il panel di quest'anno ha ulteriormente spostato la propria enfasi sul ruolo che la responsabilità sociale d'impresa può avere nell' influenzare lo sviluppo dell'attività caratteristica dell'azienda. I seguenti obiettivi hanno infatti guidato la conduzione dell'incontro tenutosi il 21 giugno 2004 con un gruppo di 15 dipendenti, rappresentativo di diverse aree aziendali, livelli di professionalità e anzianità di servizio:

- diffondere presso i dipendenti la conoscenza di contenuti e strumenti della Responsabilità Sociale d' Impresa;
- interpretare lo strumento del Bilancio Sociale nel contesto della Responsabilità Sociale d'Impresa;
- raccogliere indicazioni e suggerimenti per la gestione socialmente responsabile dell'attività di Unipol.

PRINCIPALI RISULTANZE

Dopo una prima parte dedicata allo sviluppo dei due primi obiettivi l'incontro ha visto il diretto coinvolgimento dei partecipanti, che sono stati divisi in tre gruppi di lavoro per discutere azioni pratiche che l'azienda potrebbe intraprendere al fine di portare la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) all'interno della sua attività caratteristica. I gruppi di lavoro si sono poi riuniti in sessione plenaria per condividere e discutere i risultati raggiunti.
I partecipanti si sono dimostrati coinvolti e fortemente motivati nella discussione, numerosi sono stati i suggerimenti e ciò dimostra come la RSI può costituire uno strumento specifico di coinvolgimento dei dipendenti e di arricchimento del dibattito interno; essa

Partecipanti

Maria Luisa Belloni ..... **Legale-Antifrode**
Alessandra Busi..... **Contabilità sinistri**
Miriam Casini ..... **Riassicurazione**
Nicoletta Ciamaroni ..... **Agenzia di Direzione**
Claudio Degli Esposti..... **Fondi pensione**
Ennio Favero ..... **Auditing e Revisioni**
Massimo Gardesani ..... **Software**
Lania Girotto ..... **Riassicurazione**
Stefania Gruppioni ..... **Commerciale**
Angela Lazzari ..... **Servizi generali**
Anna Lucchini ..... **Budget Immobiliare**
Tiziana Mazzetti ..... **Finanza e prodotti Vita**
Angela Scalese ..... **Direzione Vita e Previdenza integrativa**
Cristina Spisni ..... **Liquidazione di Gruppo**
Savino Tolomelli ..... **Cauzioni**

Franco Malagrinò..... **Unità Bilancio Sociale Responsabile progetto BS**

SCS azioninnova
Lorenzo Bertolo
Silvia Modena
Marisa Parmigiani

deve essere vista non come un costo aggiuntivo in azienda, ma come un modo di condurre il business caratteristico che avvantaggi sia l'azienda che i suoi interlocutori.
Tali spunti possono quindi essere raggruppati in due principali aree d'analisi: prodotti e processi.

Prodotti

I dipendenti concordano nel vedere la RSI come una opportunità alla creazione di prodotti innovativi che diano un vantaggio competitivo a Unipol.
La coerenza ai valori fondanti d'impresa, la capitalizzazione dei rapporti che Unipol intrattiene con le organizzazioni sociali del mondo del lavoro, rafforza la capacità di leggere la realtà sociale ed economica in cui nascono bisogni e necessità assicurative di lavoratori e cittadini. Questa coerenza deve costituire una grande occasione da sfruttare per sviluppare quei prodotti innovativi che soddisfino le esigenze della clientela.

Prodotti ed iniziative specifiche che sono state suggerite dal panel si riferiscono a:

- *Long Term Care:* a fronte di un invecchiamento progressivo della popolazione, Unipol può promuovere la diffusione di questo strumento di tutela degli anziani che non sono più in grado di essere autosufficienti, cioè in grado di badare a se stessi nello svolgimento di attività quotidiane quali il mangiare, il vestirsi e il lavarsi.
- *Linea etica di investimento:* Unipol può potenziare l'offerta di fondi pensione che garantiscano il rispetto di criteri etici ed ambientali nella composizione del portafoglio.
- *Sistema tariffario attento all'ambiente:* Unipol può valorizzare considerazioni di rispetto ambientale nella formulazione delle proprie tariffe. Questo vale sia per i privati (ad es. "un motorino che inquina e fa rumore dovrebbe essere più costoso da assicurare rispetto ad uno con motore elettrico più silenzioso e con uno scarico non inquinante"), che per le imprese; per queste ultime, la valutazione della condotta ambientale potrebbe influenzare il livello tariffario di tutti i prodotti assicurativi offerti (ad esempio sconti tariffari in funzione di particolari tecnologie anti-inquinamento adottate e/o in presenza di certificazioni ambientali ISO 14000 – EMAS).

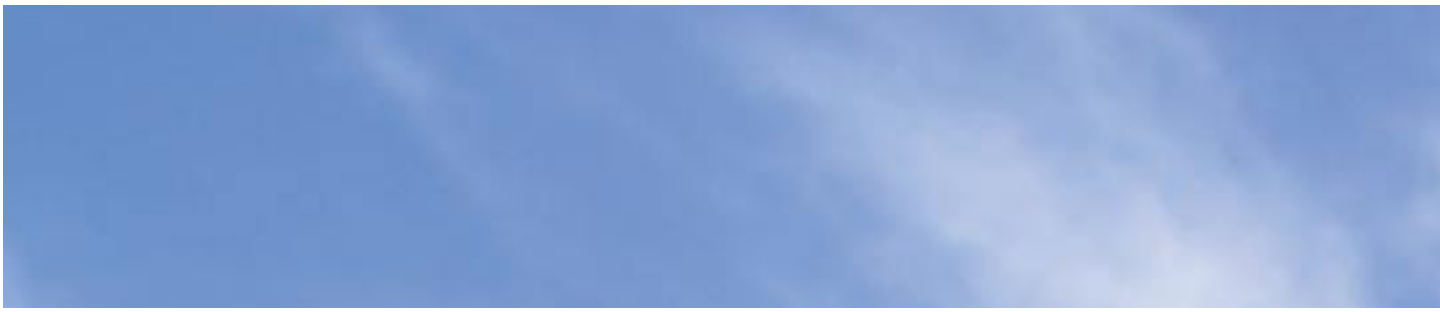
Processi

L'attenzione ai processi riguarda sia quelli interni all'azienda, che quelli principalmente rivolti all'esterno. Fra i due ambiti sono comunque stati individuati diversi punti di contatto per quanto riguarda gli spunti di RSI: infatti vi è la consapevolezza che il miglioramento del modo di lavorare e la maggiore professionalità all'interno dell'azienda può portare benefici al cliente finale. In particolare, i termini che sono emersi con maggiore frequenza nel dibattito sono quelli di comunicazione, trasparenza e chiarezza.

Gli spunti su cui tutti i partecipanti al panel si sono trovati d'accordo sono pertanto i seguenti:

- A seguito dei recenti processi di riorganizzazione del Gruppo Unipol, i dipendenti sottolineano la necessità di riaffermare i valori fondanti di Unipol adeguandoli per giungere ad una Mission condivisa per l'intero Gruppo. La riorganizzazione comporta poi l'esigenza di una formazione adeguata per i dipendenti che si trovino a dover operare in un nuovo contesto.

- Sempre in merito al processo interno, è importante che tutti i dipendenti che hanno contatti con i clienti siano messi nelle condizioni di fornire informazioni chiare e tempestive. A tal fine si raccomanda la diffusione interna di strumenti come:
  - Una guida su "chi fa cosa" all'interno di Unipol, in modo che tutti possano sapere a chi rivolgersi per risolvere un



problema posto da un cliente. Tale guida andrebbe poi supportata da una guida telefonica interna di facile consultazione.

- Una guida sui prodotti/servizi offerti da Unipol, da condividere con tutta le rete di agenti in modo che l'offerta ai clienti sia sempre aggiornata e pronta a soddisfare e anticipare le loro esigenze.

» Anche i clienti vanno adeguatamente informati su aspetti legati alla riorganizzazione del Gruppo: in particolare, devono ricevere informazioni su modifiche che possono interessare la loro relazione con Unipol, sia per quanto riguarda la gestione di rapporti già in atto ("che numero devo chiamare per avere informazioni sulla mia polizza?"), sia per la promozione di nuove possibilità che si vengono a creare (ad esempio nuovi servizi legati all'ingresso nel Gruppo di una nuova società).

» Vi è un forte legame di RSI fra la creazione di prodotti e soluzioni a vantaggio del cliente e la loro efficace diffusione presso la clientela. Ad esempio, le potenzialità di Sertel potrebbero essere ulteriormente valorizzate ai fini del miglioramento del servizio e della RSI.

» Ancora in tema di informazione all'assicurato, il processo può essere migliorato anche su aspetti di dettaglio. Ad esempio, la lettera che viene spedita ai clienti informandoli della scadenza della loro polizza è considerata non facilmente comprensibile, quindi non viene colta del tutto la sua utilità.

» Occasioni regolari di contatto con il cliente (ad esempio l'invio annuale della lettera di cui sopra) potrebbero essere valorizzate come occasioni di comunicazione più estesa: ad esempio, potrebbe essere spedita un'agile pubblicazione con una sintesi sull'identità di Unipol, e informazioni su nuovi prodotti/servizi offerti.

» E' condivisa la scelta dell'azienda di non utilizzare il canale pubblicitario della televisione e utilizzare invece il forte legame con il territorio come strumento di comunicazione e promozione. Tale legame può essere ulteriormente rafforzato da iniziative che vedano strutture di Unipol e strutture di agenzia impegnate in progetti locali in ambito sociale.

» In quest'ottica si coglie l'importanza della collaborazione fra Unipol e le istanze sociali sul territorio per la promozione di iniziative sociali e di solidarietà. Su tali iniziative i dipendenti dichiarano la volontà di essere anche loro protagonisti insieme all'Azienda e la loro adesione potrà svilupparsi anche con contributi diretti o in forma di trattenuta sulla busta paga.

» Rispetto al recente tema dibattuto di un asilo nido aziendale la discussione si è indirizzata sulla opportunità e la necessità di pensare l'intervento in funzione del quartiere di insediamento e in collaborazione con le altre imprese e realtà occupazionali del Fiera District tale da configurare un'offerta per l'intera collettività e per gli abitanti della zona, frutto dell'accordo di tutte le componenti, imprese e lavoratori della zona.

» Sono importanti le iniziative in cui Unipol partecipa alla sensibilizzazione della cittadinanza su temi di rilevanza generale legati alla sicurezza nell'ambito delle assicurazioni. Viene suggerito il lancio di una specifica campagna sulla sicurezza sul lavoro nei vari settori produttivi dell'economia.

» Infine, i partecipanti al panel sottolineano l'importanza di migliorare l'impatto ambientale della gestione dall'azienda. Due esempi citati riguardano lo studio di modalità per ridurre il consumo di acqua nei servizi e soprattutto l'utilizzo e il riciclo della carta: in molti casi diversi moduli e report utilizzati sia internamente che esternamente potrebbero essere sostituiti da equivalenti in formato elettronico.

La valutazione dei lettori

Valutazione del lettore sul Bilancio sociale edizione 2003

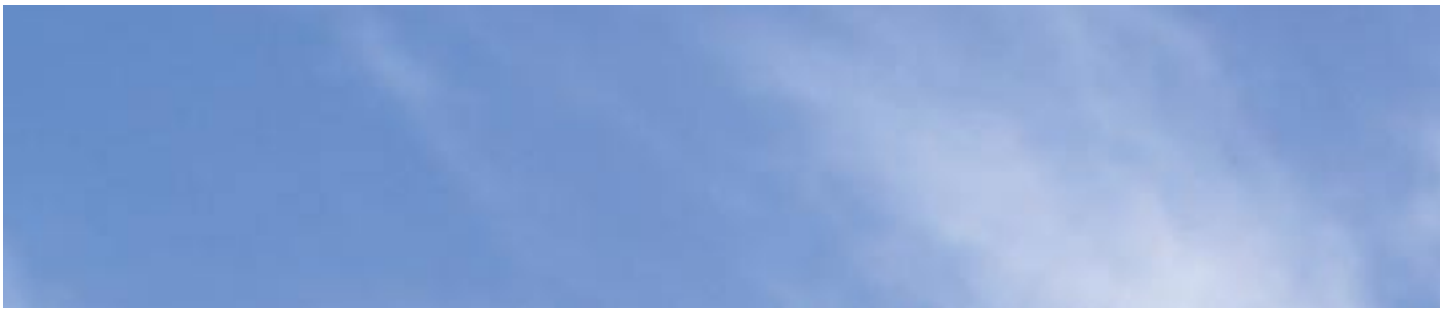
In genere i questionari allegati ai bilanci sociali si riferiscono esclusivamente a tale strumento. Si chiede al lettore di dare una valutazione sulle modalità di diffusione del bilancio sociale, sulla sua capacità di comunicare le specificità aziendali, l'identità, le performance economiche, sociali e ambientali, la sua credibilità, completezza e comprensibilità.
Abbiamo ritenuto di superare questo approccio proponendo al lettore di giudicare non solo il bilancio sociale, bensì l'impresa e i suoi sforzi verso la RSI.
I questionari, presenti in appendice dell'edizione 2003 e disponibili anche on line, sono pervenuti compilati in formato cartaceo o elettronico in forma anonima e sono stati espressi giudizi in merito ai seguenti argomenti:

- Unipol e la responsabilità sociale;
- Unipol e il bilancio sociale;
- Unipol e il mercato.

L'analisi dei questionari pervenuti ha evidenziato, da parte dei diversi interlocutori, la reputazione ad oggi acquisita da Unipol in termini di responsabilità sociale. Nei diversi casi si sottolineano da un lato l'equità, la trasparenza e la correttezza dei comportamenti, anche nel raffronto con i competitor; dall'altro il ruolo chiave che l'impresa ha avuto e deve mantenere per la diffusione di buone prassi di responsabilità sociale. Emerge chiaramente come i comportamenti distintivi ad oggi ottenuti abbiano portato ad attese sempre maggiori. La sfida di Unipol sarà quella di continuare nel tempo a rispondere a queste attese che riguardano ancora una volta il suo ruolo "pionieristico", traducendo in azioni ed attività quegli spunti di miglioramento emersi che più risponderanno alle strategie degli anni futuri.
Il campione di questionari pervenuti è di 96 unità.
Di seguito vengono riportati i principali risultati emersi.

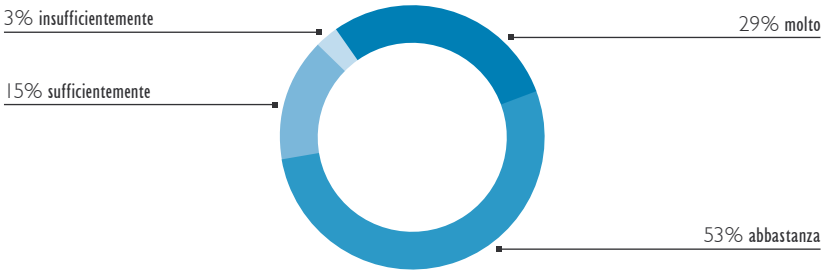
Unipol e la responsabilità sociale

In questa sezione si è cercato di rilevare quanto Unipol sia percepita dal lettore come impresa socialmente responsabile, ossia come impresa capace di comunicare in modo trasparente le proprie politiche e di rispettare gli interessi di tutti i suoi stakeholder.
La valutazione è stata espressa su 4 livelli di apprezzamento.



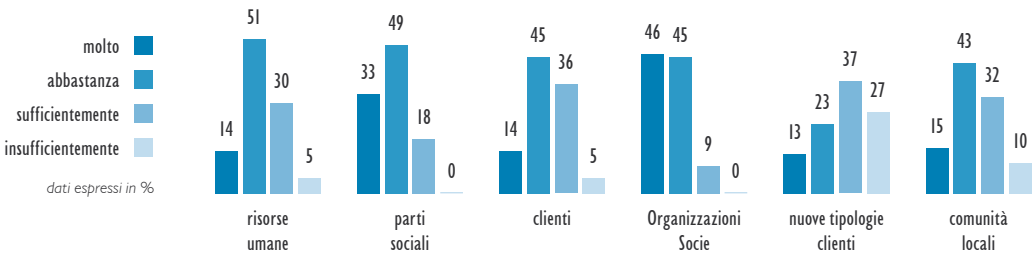
Oltre l'82% del campione giudica positivamente la capacità di Unipol di comunicare le politiche imprenditoriali ed i risultati delle proprie performance (53% abbastanza, 29% molto).

Unipol è un'impresa trasparente in merito alle sue politiche imprenditoriali ed ai suoi risultati?



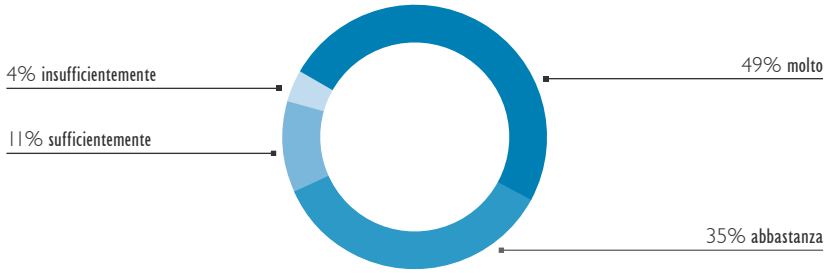
Il rapporto che Unipol ha con gli stakeholder è valutato positivamente nella totalità dei casi. In particolare, come emerge dal grafico 2, secondo il campione l'azienda si distingue per una corretta e propositiva gestione delle relazioni con le parti sociali e per un dialogo molto positivo con le organizzazioni socie e dei consumatori. Positivi anche i giudizi in merito alla gestione delle risorse umane.
La relazione con le nuove tipologie di clienti (lavoratori atipici, liberi professionisti, immigrati, ecc.): il 26% del campione, infatti, ritiene che Unipol deve migliorare l'attenzione mostrata verso i bisogni di questa categoria di clienti.

Unipol gestisce in modo corretto la relazione coi suoi interlocutori?



Oltre il 49% del campione ritiene che Unipol abbia un ruolo molto importante nella diffusione della responsabilità sociale di impresa.

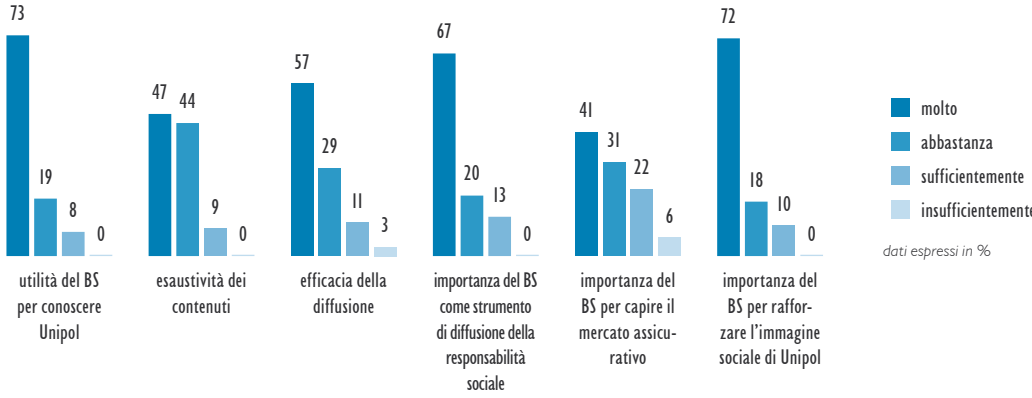
Unipol è un testimonial importante nella diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa?



Unipol e il bilancio sociale

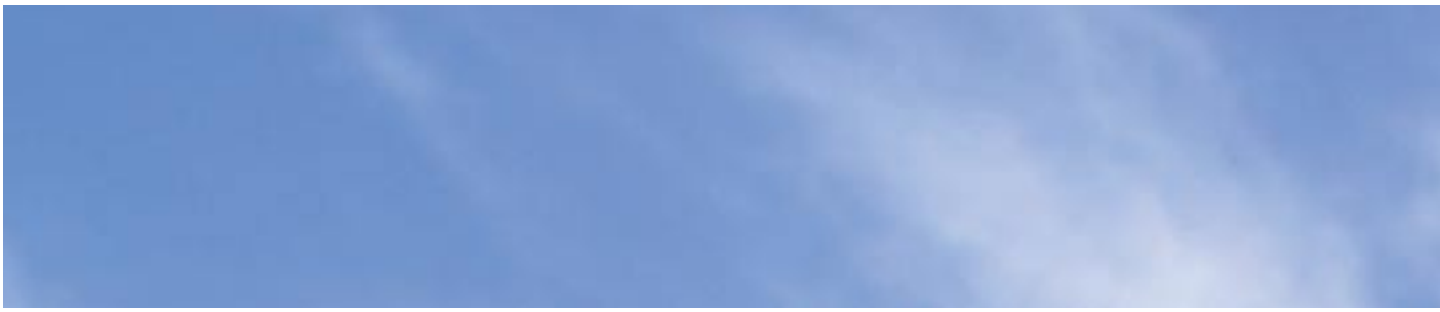
Obiettivo di questa sezione è stata la rilevazione di alcune osservazioni utili per il miglioramento nel processo di redazione del bilancio sociale.
Emerge un giudizio più che positivo per ogni aspetto considerato, in particolare si segnala come il bilancio sociale di Unipol rappresenti una fonte molto utile di informazioni sulla realtà dell'azienda (oltre il 70%).

Unipol e il bilancio sociale



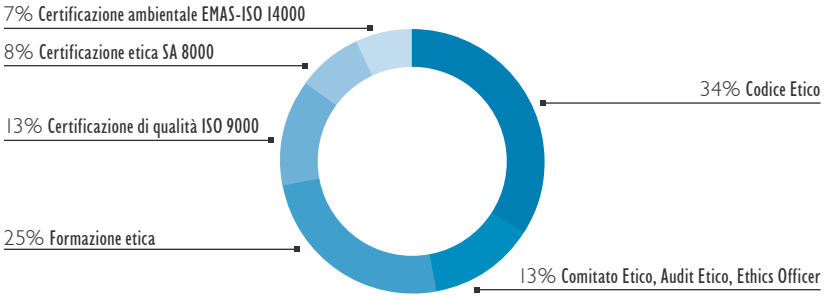
dati espressi in %

Si riconosce inoltre l'impegno per la chiarezza e la completezza delle informazioni fornite; il 67% del campione valuta positivamente il Bilancio Sociale di Unipol come strumento di diffusione della responsabilità sociale ed inoltre il 71% come strumento per rafforzare l'immagine sociale di Unipol.



Il 57 % giudica molto efficaci le modalità di diffusione del documento.
Oltre a rappresentare un valido strumento per conoscere l'azienda, il Bilancio Sociale è giudicato da oltre il 41% del campione come mezzo molto importante per comprendere meglio le logiche e i meccanismi di funzionamento del mercato assicurativo.
Con riferimento agli ulteriori diversi strumenti di responsabilità sociale, oltre al Bilancio Sociale, la maggioranza del campione ha ritenuto di suggerire l'adozione del Codice Etico e l'avvio di un programma di Formazione Etica.

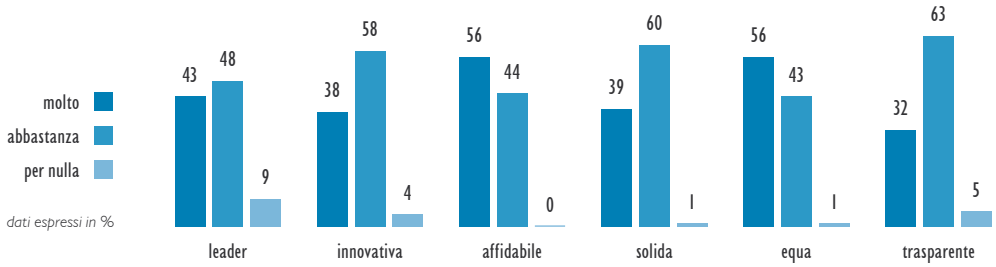
Quali ulteriori strumenti di Responsabilità Sociale (oltre il Bilancio Sociale) ritieni che Unipol debba adottare?



Unipol e il mercato

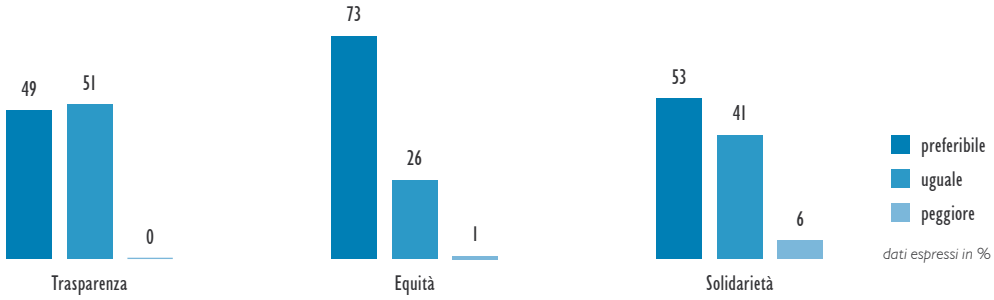
La percezione di Unipol rispetto al mercato assicurativo italiano secondo il campione esaminato e rispetto ai diversi item considerati, ha privilegiato l'affidabilità e l'equità, considerate come le caratteristiche maggiormente apprezzate.

Come percepisce Unipol nel mercato assicurativo italiano?



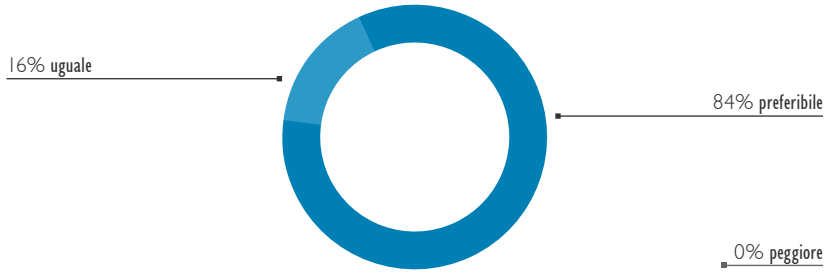
Alla domanda di come valuta Unipol rispetto ai suoi diretti competitor il campione ha ritenuto di privilegiare come caratteristica preponderante l'equità e la solidarietà.

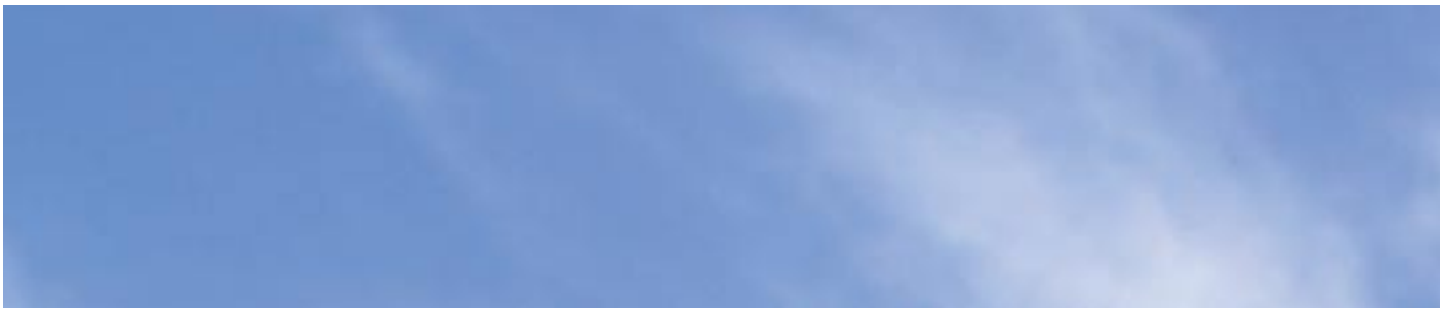
Come valuta Unipol rispetto ai suoi diretti competitor?



Decisamente positiva, 84%, la valutazione sull'immagine sociale di Unipol, rispetto ai diretti competitor. Questo apprezzamento deriva, sicuramente visto il campione di lettori del Bilancio Sociale, da una maggiore percezione delle attività di Unipol derivante dalla stessa conoscenza del Bilancio Sociale.

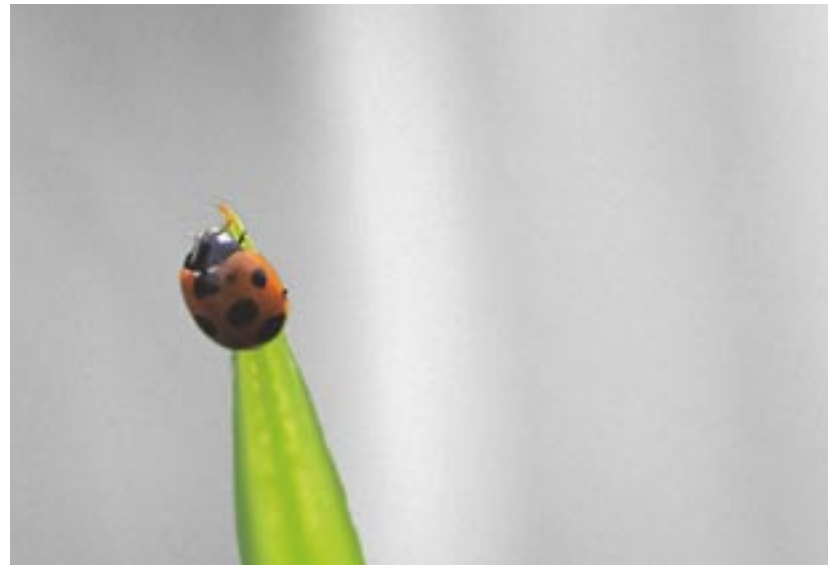
Come valuta l'immagine sociale di Unipol rispetto ai suoi diretti competitor?





Considerazioni conclusive

Quest'anno Unipol ha consolidato l'impiego di momenti strutturati di ascolto attraverso i quali raccogliere sia la valutazione sull'impresa da parte degli stakeholder, limitando il rischio dell'autoreferenzialità, sia i loro spunti di miglioramento e le loro proposte di collaborazione per diventare attori comprimari di RSI.
Settantacinque persone hanno portato il loro contributo a questo processo, evidenziando l'attualità del tema, la fiducia verso l'azienda e l'interesse alle sue attività.
La visione dei tre gruppi è stata sostanzialmente omogenea nell'interpretazione di ciò che si intende per responsabilità sociale e nella valutazione di quanto fatto fino ad oggi, riconfermando quanto emerso l'anno precedente. Più variegati sono stati viceversa gli input di miglioramento, che sono stati influenzati maggiormente dai diversi interessi rappresentati.
Generalmente si riscontra un sentito bisogno di trasparenza nell'informazione, che riduca il differenziale informativo tra assicuratore ed assicurato. Questo tema ha attraversato trasversalmente le diverse funzioni sia interne che esterne. Si è ribadita la necessità di accendere i riflettori sul processo di liquidazione, sui diversi passaggi che si verificano, sui costi delle intermediazioni che incidono pesantemente sui costi dei sinistri e quindi delle tariffe.
Occorre sviluppare un processo informativo specifico, una analisi pubblica del fenomeno, che coinvolga tutti gli attori (assicuratori, associazioni dei consumatori, periti, artigiani, avvocati ecc.) al fine di promuovere una revisione del processo, di ridurre le inefficienze, le rendite di posizione, i costi ingiustificati e mettere al centro i diritti dell'assicurato e del danneggiato.
In alcuni casi sono stati attribuiti all'azienda ruoli e compiti di rappresentanza di posizioni verso la stessa associazione di categoria, ANIA, e verso il sistema politico, dimostrando di valutare Unipol un soggetto chiave del mercato e riconoscerne una sensibilità pionieristica di innovazione e di equità. Un terzo tema è stato quello dell'opportunità che Unipol assuma un ruolo nel processo di diffusione di pratiche di responsabilità sociale, così come l'ha assunto in passato per il bilancio sociale.
Unipol infatti è un gruppo imprenditoriale con forti relazioni con le Organizzazioni Socie, le istituzioni pubbliche e il sistema delle imprese, inoltre la sua rete di agenzie è diffusa sul territorio ed è fortemente integrata con la realtà locale e le piccole e medie imprese.
Un suo impegno deciso sulla diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa può costituire un volano ed una occasione per altre componenti economiche del paese.



Unipol: la storia e le strategie economiche

- La storia di Unipol 43
- L'attività internazionale del Gruppo Unipol nel 2003 45
- I partner storici 48
- La struttura dell'azionariato 49
- Cariche sociali e direttive 50
- Elementi di Governance e sistema di controllo interno 51
- Divisione Auditing interno e revisione esterna 55
- Il mercato 60
- La strategia del Gruppo 62
- Rami Danni 70
- Rami Vita 72
- Fondi Pensione 74

La storia di Unipol

La nascita di Unipol prende forma concreta nell'agosto del 1962 a Vallombrosa, quando i maggiori dirigenti della Lega Nazionale delle Cooperative e della Federcoop di Bologna decisero di riunire in un'unica struttura il vasto portafoglio assicurativo che le cooperative avevano distribuito in varie compagnie assicurative. L'occasione si presentò con la proposta di acquisto di una piccola compagnia di assicurazioni già autorizzata nel 1961 ma non ancora esercitante, l'Unipol, appartenente alla famiglia Buglione, proprietaria della Lancia, il cui marchio veniva dallo slogan "Unica polizza".
Nel 1963 Unipol inizia l'attività nei rami danni con l'emissione della prima polizza, e nel giro di pochi anni verranno attivate varie agenzie nel centro nord Italia. Comincia così la crescita che la portò nel '69 all'inizio dell'attività anche nel ramo vita. Nel 1970 Unipol è al XXVI posto nella graduatoria delle assicurazioni in Italia.
La Legacoop aderiva già alla "Alliance Coopérative Internazionale" (ACI), e Unipol decise quindi di partecipare all'ACME (Association des Coopératives et Mutuelles Européennes) e all'ICMIF (International Cooperative and Mutual Insurance Federation), collocandosi all'interno del movimento mutualistico e cooperativo internazionale, ciò permise a Unipol di pervenire a una visione più ampia del mercato con il complesso delle realtà sociali e istituzionali di tutta l'Europa.
Nel 1971 la strategia delle alleanze internazionali portò all'ingresso nella compagine societaria della Volksfuersorge, compagnia dei sindacati tedeschi che si era collocata al primo posto tra le assicurazioni cooperative nell'area comunitaria e al terzo posto nel mondo.
La svolta successiva, all'inizio degli anni '70, portò all'allargamento dei soci e all'ingresso nell'azionariato di Unipol della UIL, della CGIL ed infine della CISL; in seguito la base societaria si allargò ulteriormente anche alle organizzazioni del lavoro autonomo come Cna, Confesercenti e Cia, consolidando per l'Unipol l'immagine di "compagnia della cooperazione e del mondo del lavoro".
Nella prima metà degli anni '80 Unipol entra a far parte dei primi dieci gruppi assicurativi italiani. Unipol ha sviluppato nel tempo un proprio modello, per mantenere in equilibrio i principi cooperativi da una parte e le leggi di mercato dall'altra, ed ha trovato nella quotazione in Borsa (delle azioni privilegiate nel 1986 e delle ordinarie nel 1990) la risposta all'esigenza di dotarsi dei mezzi patrimoniali adeguati a fronteggiare i propri progetti di investimento e di sviluppo, in un contesto di mercato sempre più competitivo.

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 (e dall'ambito dell'economia sociale) la Volksfuersorge, Unipol ha sviluppato una rete di alleanze societarie con alcune delle maggiori compagnie di assicurazioni e mutue europee (le francesi Macif e Maif, la belga P&V, la svedese Folksam, le tedesche R+T e UK-KOBURG e l'italiana Reale Mutua).

Nel corso degli anni Novanta è stato percorso il processo di crescita da compagnia assicuratrice a gruppo finanziario integrato, dapprima dando vita a società specializzate per prodotto e canale di vendita, quali Linear (segmento RC Auto, attraverso il canale telefonico e Internet), Unisalute (segmenti Malattia e Assistenza), Noricum Vita e Quadrifoglio Vita (società di bancassicurazione, in partnership rispettivamente con Carisbo - Cassa di Risparmio di Bologna e Banca Agricola Mantovana). Alla fine degli anni Novanta Unipol è tra le prime sei compagnie italiane.

Nel 1998 acquista la Banca dell'Economia Cooperativa (BANEC) , successivamente denominata Unipol Banca.

Nel 2000 vengono effettuate le acquisizioni di Meie, Aurora, Navale, BNL Vita e l'espansione continua nei primi mesi del 2001 con un accordo di collaborazione tra il Gruppo Unipol e il Gruppo Monte dei Paschi di Siena.

Nel 2003 Unipol acquisisce il Gruppo Winterthur Italia dal Crédit Suisse, rafforzando la collocazione al quarto posto nella graduatoria del settore assicurativo italiano con una quota di circa il 9% della raccolta premi.

Il Gruppo Unipol oggi è un gruppo polifunzionale, le aziende che ne fanno parte offrono servizi a 360 gradi, che spaziano dai prodotti e servizi assicurativi, sia nei rami danni che nei rami vita (attraverso le società Unipol, Linear, Unisalute, Navale, Quadrifoglio Vita, BNL Vita ed infine Meieaurora, Winterthur Assicurazioni e Winterthur Vita oggi unificate in Aurora), a quelli di tipo bancario e di gestione del risparmio (dove operano Unipol Banca e Unipol Fondi) a quelli infine del merchant banking e del credito a medio lungo termine alle imprese (dove opera Unipol Merchant – Banca per le imprese).

La capogruppo Unipol Assicurazioni svolge il duplice ruolo di compagnia assicuratrice e di holding, detenendo direttamente il controllo delle principali aziende del Gruppo. Inoltre essa fornisce attività e servizi comuni alle diverse partecipate nei settori finanza, immobiliare, sistemi informativi e liquidazione sinistri.

L'attività internazionale del Gruppo Unipol nel 2003

Ogni considerazione sugli aspetti internazionali della presenza ed attività del Gruppo Unipol non può non cominciare da un riferimento al quadro europeo. L'evoluzione di quel grande e complesso motore che è l'Unione Europea, infatti, non solo si va facendo di anno in anno più rapida, ma tocca sempre più da vicino un numero sempre maggiore di questioni che riguardano direttamente la vita di tutte le imprese e di tutti i cittadini dei Paesi dell'Unione.
Nei settori che più da vicino riguardano la vita del Gruppo Unipol, si segnalano, in particolare, alcune realizzazioni come la direttiva sugli enti pensionistici aziendali o professionali, approvata nel giugno 2003, o il lavoro sui nuovi principi contabili internazionali (IAS), il cui quadro generale è stato approvato nell'ottobre 2003.

Nel 2003 la Commissione Europea ha proseguito le riflessioni riguardanti i temi della Corporate Governance e della Responsabilità Sociale delle Imprese; temi a cui è stata dedicata la conferenza 2003 dell'**ACME**, l'Associazione Europea delle cooperative e mutue di assicurazione, tenutasi a Bologna, di cui Unipol è membro fin dalle origini. Il Gruppo Unipol, in coincidenza con la conferenza ha celebrato i propri 40 anni di attività.
La conferenza è stata aperta dall'intervento del Presidente di Unipol, Giovanni Consorte, con un ampia riflessione sullo sviluppo del nostro Gruppo. La presenza del responsabile dell'Unità Europea che si occupa di CSR, il francese Dominique Bé, ha consentito di far tesoro di questa esperienza nella conferenza e di portare i risultati del dibattito all'attenzione di chi a Bruxelles lavora su questi temi. Di rilievo l'analisi che Enea Mazzoli ha dedicato all'esperienza di Unipol nella stesura del proprio Bilancio Sociale. Il 2003, tra l'altro, è anche stato il decimo anno di pubblicazione del bilancio sociale, di cui la nostra impresa è stata pioniera in Italia e, per quanto riguarda il settore assicurativo, in Europa.

La Commissione Europea è ben cosciente della necessità di procedere preliminarmente ad una vasta ricognizione per poter realizzare un mercato unico dei servizi assicurativi, finanziari, bancari e al campo dei fondi pensione, senza trascurare la realizzazione di una strategia di progressiva armonizzazione delle regole del gioco anche a livello fiscale. Di qui l'idea della Direzione Generale competente per i servizi finanziari di creare alcuni gruppi di lavoro (assicurazioni, società finanziarie, banche e borsa) per una analisi delle problematiche e delle soluzioni relative a normative e regolamenti. Per il gruppo di lavoro sul mercato assicurativo la direzione generale della Commissione Europea, in accordo con l'ACME, ha designato un autorevole rappresentante del Gruppo Unipol, la dottoressa Maria Bettazzoni.

A ottobre ha avuto luogo a Parigi la conferenza biennale dell'**ICMIF** (International Co-operative and Mutual Insurance Federation) presieduta dal francese Jean-Louis Bancel della Federazione delle mutue sanitarie francesi. La conferenza è il luogo privilegiato per il più ampio scambio di esperienze e know-how di cui dispongono, su scala mondiale, gli assicuratori dell'economia sociale. Molto apprezzato l'intervento del rappresentante del Gruppo Unipol, il condirettore generale Carlo Cimbri, il quale ha illustrato l'evoluzione strategica e i risultati raggiunti dal Gruppo negli ultimi anni.
Un intervento atteso, per l'interesse ed anche la curiosità di molti assicuratori nei confronti della storia e dei successi recenti di Unipol, per le acquisizioni e le loro modalità, per le innovative soluzioni tecniche, ad esempio, in particolare, il modello di integrazione tra rete bancaria e rete assicurativa. Non ultimo motivo di interesse il peculiare modello di sviluppo di Unipol, espressione di una originale sintesi tra la fedeltà ai valori fondanti dell'economia sociale e l'innovativo utilizzo degli strumenti societari e di mercato per dare risposte efficaci alle dinamiche dei bisogni dell'utenza ed alle esigenze di crescita del gruppo stesso.
Per quanto riguarda il più immediato cerchio di alleanze del Gruppo, nel 2003 sono proseguiti i lavori del "sistema" Euresa volti soprattutto a meglio focalizzare l'attività delle due strutture di cui è composta.

Da una parte, **EURESA GEIE**, gruppo economico di interesse europeo, una forma giuridica scelta a suo tempo sia per la flessibilità operativa che essa consente, sia per il fatto che essa era nel 1990 l'unica forma di struttura giuridica societaria di diritto europeo esistente; il GEIE è specificamente dedicato alle attività volte ad arricchire ed approfondire lo scambio di esperienze e di know-how tra i sette gruppi partner del sistema.
Dall'altra parte, **EURESA** Holding di diritto lussemburghese, il cui scopo originario era la possibilità di studiare investimenti in Paesi europei terzi finalizzati allo sviluppo, assieme a partner locali, di esperienze assicurative nuove, comunque sempre ancorate al mondo dell'economia sociale. Da questa attività sono nate in Portogallo la compagnia assicurativa danni Sagres, in Lussemburgo Euresa Life ed infine è stato aiutato in Grecia lo sviluppo di Syneteristiki.
Euresa dedicherà il 2004 allo sviluppo di un'approfondita analisi delle prospettive strategiche della Holding, con una riunione prevista il prossimo ottobre a Sirmione in Italia.
Si darà inoltre corso ad un programma per meglio integrare le compagnie partecipate con scambi tra i partner, mentre, per agevolare la crescita professionale dei quadri, è stato avviato il progetto Copernico che prevede lo scambio di quadri per stage di formazione della durata di alcune settimane.

Tra le realizzazioni di Euresa nel corso del 2003 vale la pena di citare gli scambi (con specifici incontri seminariali) in materia di sinistri (uno sul colpo di frusta ed un altro sui sinistri catastrofali e la relativa legislazione nei Paesi europei), in materia di tariffe dei prodotti per la Responsabilità Civile dell'Auto o di quelli a copertura dei rischi per le abitazioni, di prodotti e servizi per la tutela della sanità, in materia di sviluppo delle problematiche della comunicazione e per la realizzazione del Bilancio Sociale, di strumenti per l'auditing interno ed il reporting direzionale, di evoluzione dei rispettivi mercati finanziari, in tema di prevenzione dei rischi e per la realizzazione di un fondo comune etico europeo.

Come si vede, un programma di lavoro denso ed impegnativo, nel quale Unipol è coinvolta a fondo e con entusiasmo; ma è anche grazie a questi scambi di esperienze, frutto di riferimenti a valori condivisi e di pratiche realizzazioni comuni, che Unipol ha consolidato la sua rete di alleanze, riuscendo così a captare i segnali di cambiamento per reagirvi in tempo reale.

Le Associazioni di cui Unipol è socia

EURESA

costituita nel 1990, EURESA è formata da una holding e da un GEIE (Gruppo Europeo di Interesse Economico) e oggi raggruppa 7 società: Unipol, Macif, Maif, P&V e Folksam, HUK Coburg e la danese LB. Unipol è stata Socio fondatore e membro da sempre del Consiglio di Amministrazione. Enea Mazzoli è stato Presidente di Euresa fino all'aprile 2002 e ne è oggi Presidente Onorario.

ICMIF

International Co-operative and Mutual Insurance Federation, che comprende 120 gruppi assicurativi di 65 Paesi diversi; Unipol è presente nel board dell'ICMIF con il Presidente Giovanni Consorte.

ACME

Association des Coopératives et Mutuelles Européennes che riunisce, direttamente o indirettamente, 51 società di 22 Paesi europei; Unipol è presente nel Consiglio di Amministrazione dell'ACME con Donato Deganutti.

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, in questi anni, ha sviluppato 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, vengono particolarmente convenienti, 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 2003

LEGACOOP	
Fatturato (in milioni di Euro)	44.931
Aziende	14.968
Dipendenti	385.694
Soci	6.706.677

SINDACATI	
CGIL - CISL - UIL	oltre 11,5 milioni di iscritti

ORGANIZZAZIONI DI CATEGORIA	
CNA - CIA - CONFESERCENTI	1.600.000 iscritti

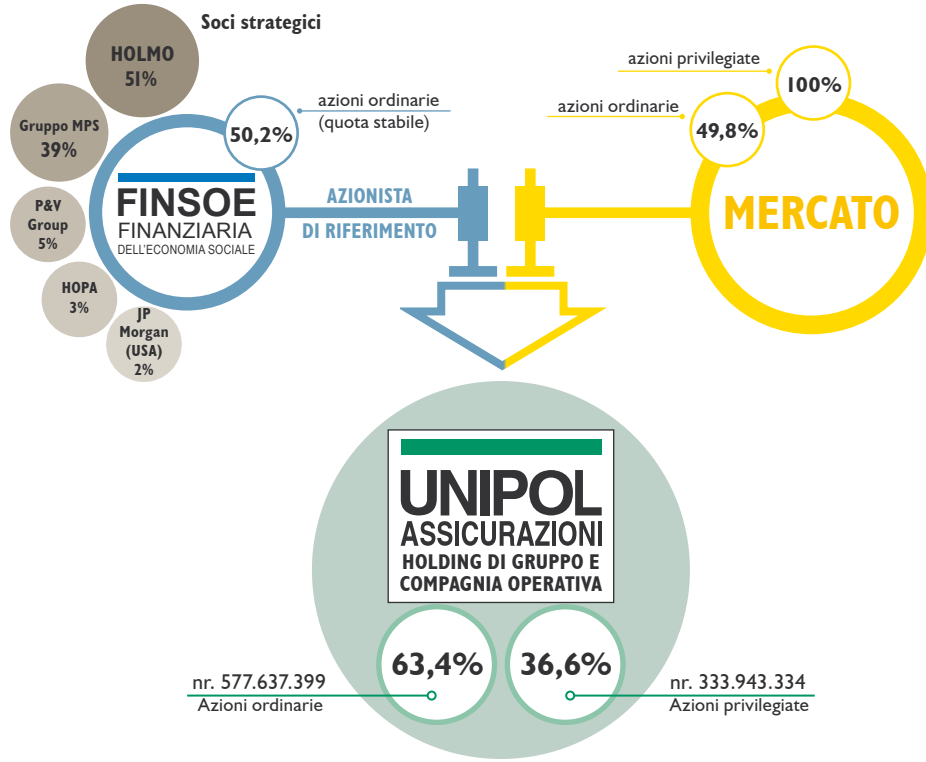
La struttura dell'azionariato

La struttura societaria di Unipol vede il 50,2% del capitale ordinario stabilmente in capo a FINSOE, finanziaria dell'Economia Sociale. FINSOE è quindi la holding di controllo del Gruppo Unipol, gruppo articolato in diverse società operanti nei settori assicurativo, bancario, del risparmio gestito e del merchant banking.

La maggioranza del capitale di FINSOE (51%) è detenuta da Holmo SpA, 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, con il quale il Gruppo Unipol ha stretto un'alleanza a livello industriale e commerciale. Il rimanente 10% di FINSOE è detenuto da HOPA, P&V ed altri operatori.

Il 49,8% del capitale ordinario di Unipol ed il 100% delle azioni privilegiate costituiscono invece capitale flottante, trattato sul mercato telematico azionario della Borsa Italiana. Sul fronte internazionale il Gruppo Unipol ha da molti anni sviluppato rapporti di partnership strategica con due grandi mutue francesi, Macif e Maif, e con il gruppo belga P&V. Nel quadro di tale alleanza, questi partner internazionali detengono quote dirette nel capitale di Unipol Assicurazioni.

SCHEMA STRUTTURA AZIONARIATO



Capitale Sociale al 16-04-2004
nr. 911.580.733 (Totale di Azioni Unipol)

Cariche sociali e direttive

Presidente onorario

Enea Mazzoli

Consiglio di Amministrazione (**)

Presidente - Amministratore Delegato
Giovanni Consorte

Vice Presidente - Amministratore Delegato
Ivano Sacchetti

Consiglieri
Antonio Silvano Andriani
Jean Dominique Antoni (*)
Francesco Boccetti
Rocco Carannante (*)
Claudio Casini
Piero Collina
Bruno Cordazzo
Pier Luigi Fabrizi
Jacques Forest
Vanes Galanti
Emilio Gnutti
Claudio Lavorato
Ivan Malavasi (*)
Riccardo Margheriti
Enrico Migliavacca (*)
Massimo Pacetti (*)
Marco Pedroni
Aldo Soldi
Giuseppe Solinas (*)
Pierluigi Stefanini
Graziano Trerè (*)
Marco Giuseppe Venturi (*)
Mario Zucchelli

Comitato per le remunerazioni
Vanes Galanti
Massimo Pacetti (*)
Pierluigi Stefanini

Comitato per il controllo interno
Francesco Boccetti
Rocco Carannante (*)
Giuseppe Solinas (*)

Collegio Sindacale
Umberto Melloni, *Presidente*
Carlo Cassamagnaghi
Luigi Capè
Marco Baccani (Supplente)
Roberto Chiusoli (Supplente)

Direzione Generale

Direttore Generale di Area
Franco Migliorini
Personale, Organizzazione e Relazioni esterne

Condirettori Generali
Carlo Cimbri
Area Finanza, Immobiliare, Partecipazioni e Controllo
Carmelo De Marco
Area Assicurativa
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

(*) Consigliere indipendente

(**) Consiglio in carica dal 30 Aprile 2004

NB. Tutti i consiglieri ad eccezione del Presidente e Vice Presidente, Amministratori delegati, sono non esecutivi.

Elementi di Governance e sistema di controllo interno

Nell'ambito del proprio sistema di Corporate Governance, la Società ha da tempo recepito le raccomandazioni contenute nel Codice di Autodisciplina (per brevità, il "Codice") e adottato disposizioni statutarie rispondenti alle nuove norme introdotte dal "Testo Unico in materia di intermediazione finanziaria" (Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58).
Al centro della governance dell'impresa si trova il Consiglio di Amministrazione, organo nominato dall'Assemblea degli Azionisti e composto, per espressa previsione statutaria, da non meno di quindici e non più di venticinque Consiglieri, il cui mandato ha durata triennale. La maggioranza dei componenti del Consiglio di Amministrazione (ventitre su venticinque) è formata da amministratori non esecutivi, cioè privi di deleghe gestionali, i quali contribuiscono attivamente nell'assunzione delle decisioni consiliari.
Per completezza di esposizione si informa che il Consiglio di Amministrazione è stato rinnovato per il triennio 2004-2006 dall'Assemblea dei Soci tenutasi in data 29 aprile 2004.
E' stato confermato il numero di venticinque Consiglieri, di cui otto soddisfano il requisito di indipendenza previsto dal Codice. Nella valutazione del requisito di indipendenza dei singoli amministratori, sono stati esclusi a priori coloro che rivestono cariche anche all'interno degli organi sociali degli azionisti di controllo, indipendentemente dal fatto che intrattengano o meno relazioni economiche con gli stessi, al fine di garantire la composizione degli interessi di tutti gli azionisti, sia di maggioranza che di minoranza.
Per quanto attiene alle cariche ed alle deleghe degli amministratori, al Presidente spetta la rappresentanza legale della Società. Il Vice Presidente ha la rappresentanza soltanto in caso di assenza o impedimento del Presidente. Il Consiglio di Amministrazione ha conferito al Presidente-Amministratore Delegato ed al Vice Presidente-Amministratore Delegato, in forma tra loro disgiunta, poteri di gestione degli affari sociali ed in particolare tutto quanto attiene l'esecuzione delle deliberazioni del Consiglio di Amministrazione e dell'Assemblea dei Soci ed il coordinamento delle attività per la realizzazione degli scopi aziendali.
Gli Amministratori Delegati portano comunque all'approvazione del Consiglio di Amministrazione le operazioni aventi un significativo rilievo economico-patrimoniale e finanziario e forniscono ad Amministratori e Sindaci adeguata informativa sulle operazioni atipiche, inusuali o con parti correlate, eventualmente effettuate nell'esercizio dei poteri delegati.
Per esplicita previsione statutaria il Consiglio di Amministrazione si riunisce con periodicità almeno trimestrale anche al fine di riferire tempestivamente al Collegio Sindacale sull'attività svolta e sulle operazioni di maggior rilievo economico, finanziario e patrimoniale, effettuate dalla società o dalle società controllate ed, in particolare, per riferire sulle operazioni nelle quali gli Amministratori abbiano un potenziale conflitto di interessi.
Nel corso dell'esercizio 2003 hanno avuto luogo otto riunioni del Consiglio.
Per quanto riguarda gli altri organi previsti dal Codice, sono stati costituiti un Comitato per le Remunerazioni e un Comitato per il Controllo Interno, che hanno tenuto rispettivamen-

te una e quattro riunioni durante l'esercizio 2003. La società non ha invece ritenuto necessaria la costituzione di un Comitato per le proposte di nomina alla carica di amministratore: di norma, le proposte di nomina vengono presentate dall'azionista di controllo dopo aver provveduto ad una selezione preventiva dei candidati, tenendo conto delle loro caratteristiche personali e professionali, nonché dei requisiti previsti dalla normativa in vigore.
E' infine attivo sin dal 1986 un Comitato di Presidenza, organo non statutario, che svolge la funzione di sintesi complessiva della direzione, della programmazione strategica e del controllo dell'attività della Società e del Gruppo.

Il sistema di controllo interno

Il sistema di controllo interno della Società è coerente con le indicazioni degli Organi di Vigilanza, nella consapevolezza che i miglioramenti vanno costantemente ricercati e conseguiti, adeguandosi alle evoluzioni in atto ed ai nuovi profili di rischio che impattano sull'attività dell'Impresa.
Sono stati puntualmente definiti i compiti, i poteri e le responsabilità - nel rispetto degli standard di riferimento - della funzione di revisione interna, che viene svolta sia per la Società che per alcune delle sue controllate assicurative, dalla Divisione Auditing Interno e Revisione Esterna, che trovasi attualmente collocata in staff al Presidente – Amministratore Delegato.
La Divisione Auditing Interno e Revisione Esterna riferisce dell'attività svolta, con scadenza almeno semestrale, agli Amministratori Delegati, al Comitato per il Controllo Interno ed al Collegio Sindacale.
Al Comitato per il Controllo Interno è stato attribuito il compito di analizzare le problematiche relative al controllo delle attività aziendali, anche istruendo le pratiche rilevanti ai fini dell'esame da parte del Consiglio di Amministrazione. In tal senso, il Comitato ha nei confronti del Consiglio di Amministrazione funzioni consultive e propositive e riferisce, con cadenza semestrale, al Consiglio di Amministrazione sull'attività svolta e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno.
Alle riunioni del Comitato per il Controllo Interno ha sempre partecipato il Presidente del Collegio Sindacale.

Trattamento delle informazioni riservate

Il Consiglio di Amministrazione della Società, nella riunione del 26 marzo 2001, ha recepito le raccomandazioni previste nel Codice relativamente al trattamento delle informazioni aziendali riservate. Condividendo quindi l'opportunità di regolamentare le procedure di comunicazione interne ed esterne della Società e delle sue controllate, trattandosi di dati riguardanti contenuti riservati che se resi pubblici potrebbero influenzare sensibilmente il prezzo degli strumenti finanziari quotati propri e quelli delle sue controllate.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 27 marzo 2002, ha deliberato le "Linee Procedurali" per un regolamento finalizzato ad evitare che la divulgazione delle informazioni riservate o "price sensitive" avvenga in forma intempestiva, non completa oppure inadeguata.
Relativamente alla disciplina dell'internal dealing, in data 24 dicembre 2002, la Società ha adottato un apposito Codice che disciplina gli obblighi informativi delle persone rilevanti e della società emittente, nonché i limiti di operatività nella specifica materia, come previsto degli artt. 2.6.3 e seguenti del regolamento dei Mercati Organizzati e gestiti da Borsa Italiana S.p.A..

Rapporti con i soci

La Società ha sempre riservato particolare attenzione ai rapporti con i propri azionisti e, per quanto riguarda i rapporti con gli investitori istituzionali, ha costituito una specifica funzione di "investor relation" denominata "Unità Studi, Mercati e Relazioni con gli Investitori", collocata attualmente nell'ambito della Condirezione Generale Finanza.
Relativamente poi ai rapporti quotidiani con gli altri azionisti, che assumono particolare intensità in prossimità delle adunanze assembleari, la Società si avvale dell'Ufficio Soci, attualmente collocato nell'ambito della Divisione Affari generali e Legale Societario.

Per quanto concerne inoltre il funzionamento delle adunanze assembleari, la Società si è dotata da molti anni di un regolamento finalizzato a disciplinare l'ordinato e funzionale svolgimento delle Assemblee Ordinarie e Straordinarie, approvato dall'Assemblea della Società. Detto regolamento è stato pubblicato sul sito Internet della Società (**www.unipolonline.it**), in allegato allo Statuto Sociale. Tale regolamento disciplina, in particolare, le modalità e la durata massima degli interventi, le modalità di votazione, i poteri del Presidente per mantenere l'ordine nell'Assemblea al fine di garantire un corretto svolgimento dei lavori.
E' da segnalare, infine, che nella ricerca AIAF su "Governance, Comunicazione e Valore degli Intermediari Finanziari" (pubblicato sulla rivista AIAF del dicembre 2003), Unipol è risultata la migliore società, tra quelle bancarie e assicurative quotate in Borsa, sul tema della "valenza comunicazionale della Governance", ovvero delle modalità con le quali sono comunicate all'esterno le scelte di Governance.

ALTRE PREVISIONI DEL CODICE DI AUTODISCIPLINA (ASSONIME)

	SI	NO	sintesi delle motivazioni dell'eventuale scostamento dalle raccomandazioni del Codice
Sistema della deleghe e operazioni con parti correlate			
Il CdA ha attribuito deleghe definendone:			
a) Limiti	x		
b) modalità d'esercizio	x		
c) e periodicità dell'informativa.	x		
Il CdA si è riservato l'esame e l'approvazione delle operazioni aventi un particolare rilievo economico, patrimoniale e finanziario (incluse le operazioni con parti correlate)?	x		
Il CdA ha definito linee-guida e criteri per l'identificazione delle operazioni "significative"?	x		
Le linee-guida e i criteri di cui sopra sono descritti nella relazione?	x		
Il CdA ha definito apposite procedure per l'esame e approvazione delle operazioni con parti correlate?	x		
Le procedure per l'approvazione delle operazioni con parti correlate sono descritte nella relazione?	x		
Procedure della più recente nomina di Amministratori e Sindaci			
Il deposito delle candidature alla carica di amministratore è avvenuto con almeno dieci giorni di anticipo?	x		
Le candidature alla carica di amministratore erano accompagnate da esauriente informativa?	x		
Le candidature alla carica di amministratore erano accompagnate dall'indicazione dell'idoneità a qualificarsi come indipendenti?		x	*la valutazione sull'indipendenza è stata effettuata successivamente dal CdA*
Il deposito delle candidature alla carica di sindaco è avvenuto con almeno dieci giorni di anticipo?	x		
Le candidature alla carica di sindaco erano accompagnate da esauriente informativa?	x		
Assemblee			
La Società ha approvato un Regolamento di Assemblea?	x		
Il regolamento è allegato alla relazione (o è indicato dove esso è ottenibile/scaricabile)	x		
Controllo Interno			
La Società ha nominato i preposti al controllo interno?	x		
I preposti sono gerarchicamente non dipendenti da responsabili di aree operative?	x		
Unità organizzativa preposta al controllo interno (ex art. 9.3 del Codice)	*Divisione Auditing Interno e Revisione Esterna*		
Investor relation			
La Società ha approvato un responsabile Investor Relation?	x		
Unità organizzativa e riferimenti (indirizzo/telefono/fax/e-mail) del responsabile Investor Relation?	*Unità Studi, Mercati e relazioni con gli Investitori Telefono (+39) 051 6096166 – Telefax: (+39) 051 6096601 – e-mail: a.donati@unipol.it*		

Divisione Auditing interno e revisione esterna

Nell'esercizio 2003 la Divisione Auditing ha svolto la propria attività migliorando il sistema di controllo ed i suoi collegamenti interni e di Gruppo.
Dal 1° dicembre 2003 la Divisione Auditing è passata alle dipendenze del Presidente della Capogruppo, assumendo una collocazione organizzativa più aderente alle indicazioni della circolare ISVAP 366/D/1999 e agli orientamenti professionali in materia.

Gli sviluppi dei processi aziendali ed il ruolo sempre più presente di Unipol come governance del Gruppo, rendono necessaria un'impostazione del sistema di controllo secondo una prospettiva di Gruppo, ed in funzione anche delle attività di *service* che la Capogruppo svolge per le Controllate.
Coerentemente con questa ottica, ha preso concreto avvio anche la nuova attività di IT auditing, istituita a partire dal secondo semestre 2002, ma con i primi interventi svolti nel corso del 2003, e la nuova attività di vigilanza prevista dal D. Lgs. 231/01.
Nell'ambito del sistema di controllo si è posta particolare attenzione alla sensibilizzazione degli enti aziendali della Capogruppo e delle controllate alla cultura del controllo su tutti i processi, azione peraltro richiesta da disposizioni legislative e dall'organo di vigilanza, ed anche dalle istituzioni che si occupano di *governance*.

Un altro aspetto importante da evidenziare è il rapporto con il Comitato per il Controllo Interno. Nel corso dell'anno la funzione di controllo si è incontrata quattro volte con il Comitato, relazionando sulle attività svolte e attingendo riflessioni e indicazioni sulle attività da mettere in campo.

Come conseguenza dell'allargamento degli ambiti di intervento e della nuova collocazione organizzativa, la Divisione Auditing si appresta ad assumere anche una diversa struttura interna, per meglio supportare l'Impresa e il Gruppo nel governo dei rischi aziendali.
In questa ottica è stato sviluppato il piano di lavoro per il 2004.
In sintesi, gli obiettivi previsti dal piano di lavoro 2003 sono stati raggiunti e superati nell'area della revisione agenzie. Anche il piano a budget dell'IT Auditing è stato rispettato, come pure il lavoro svolto nell'area liquidativa e l'impegno preso dalla revisione interna con la Società di revisione incaricata.

La Divisione Auditing 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 elementi di rilievo da segnalare agli Organi Societari.

Linea sintetica dell'attività dell'Auditing nel 2003

AGENZIE PRIVATE

- Revisioni
- Aassistenze
- Riorganizzazioni
- Promotori Finanziari
- Collocamento prodotti bancari
- Gruppi di lavoro

SINISTRI

- Interventi
- Consulenze e partecipazione a gruppi di lavoro
- Supporto alla certificazione

Unità Area Sinistri

- Interventi
- Gruppi di lavoro
- Incontri tecnici

Divisione Auditing Interno e Revisione Esterna

Anno 2003

AGENZIE SOCIETARIE

- Revisioni
- Riorganizzazioni
- Affiancamento revisori Assicoop
- Promotori Finanziari
- Collocamento prodotti bancari
- Assistenze e consulenze
- Formazione Revisori Assicoop

EDP AUDITING

- Interventi

REVISIONE INTERNA

- Certificazione
- Interventi
- Collaborazioni/ Progetti speciali

Auditing fiscale

- Interventi

SERVICE ALLE CONTROLLATE

Noricum Vita, Linear Assicurazioni, Quadrifoglio Vita, Unisalute, Navale Assicurazioni, Meieaurora, Unipol Banca (promotori finanziari)

Attività legate agli obiettivi strategici

Gli obiettivi nel nuovo assetto organizzativo

Nel particolare momento di crescita anche a livello di Gruppo, oltre ad obiettivi di sviluppo sulle aree di audit istituzionali, la Divisione ha individuato obiettivi strettamente legati alla strategia del Gruppo nel breve periodo, con massima attenzione alle aree che svolgono attività di holding. Nel concreto l'analisi si sofferma su:

- obiettivi legati alla strategia di Gruppo
- obiettivi di sviluppo audit istituzionale

	Obiettivi	Attività di Audit
1	**Gestione Sinistri** La gestione dei sinistri di Gruppo è realizzata tramite un sistema telematico (Sertel) ed una rete di Centri di Liquidazione Sinistri di Gruppo (CLG) collegati on-line con la sede centrale. Per migliorare il servizio all'utenza e ridurre i costi di gestione dei sinistri, verrà esteso anche a Winterthur il sistema già operante in Unipol, Meieaurora e Linear.	Verifica del sistema di integrazione delle compagnie e degli effetti sul miglioramento del servizio all'utenza e contenimento dei costi.
2	**Finanza** La gestione finanziaria e il back-office delle compagnie assicurative è già accentrata presso la Capogruppo, con benefici in termini di concordanza delle politiche di investimento all'interno del Gruppo, di contrasto più efficace alle turbolenze dei mercati finanziari, di contenimento dei costi. Anche per Winterthur verrà centralizzata la gestione finanziaria presso Unipol.	Verifica del sistema di controllo ed eventuale miglioramento partendo dalla mappatura dei rischi.
3	**Immobiliare** Analogamente alla gestione finanziaria, anche quella immobiliare relativa a investimenti, disinvestimenti e gestione del patrimonio è accentrata in Unipol, per tutto il Gruppo; verrà estesa anche a Winterthur.	Anche per l'area Immobiliare si analizzerà il sistema di controllo tramite un percorso che inizia con la mappatura dei rischi.
4	**Informatica e Innovazione Tecnologica di Gruppo** In campo informatico e di innovazione tecnologica, forti della recente esperienza con Meieaurora, l'obiettivo sarà quello di integrare i sistemi informativi di Unipol e del Gruppo Winterthur Italia. Il raggiungimento di questo obiettivo si concretizzerà nell'avere un unico data-base con un output informativo omogeneo per tutto il Gruppo e nel perseguire economie di costi e di investimento.	Verifica integrazione dei sistemi informativi e delle relative basi dati, economie dei costi ed investimenti
5	**Riassicurazione** In questo campo si svilupperanno ulteriormente politiche di Gruppo.	Verifica logiche di riassicurazione a livello di Gruppo e controllo degli enti preposti (assunzione e rete)
6	**Acquisti di Gruppo** L'accentramento seguirà logiche di contenimento delle spese generali.	Verifica processo di integrazione
7	**Sviluppo clienti (cross selling) e nuovi prodotti**. L'obiettivo aziendale di realizzazione di sinergie di ricavi prevede una serie di azioni tradizionali di cross-selling per target di clientela che raggiunga un rapporto di vendita di 2,5/3 contratti per cliente; iniziative innovative di attrazione di clienti verso Unipol Banca con apposite politiche di prodotto, distributive e di cross-selling.	Verifica che sia stato predisposto un sistema di controllo per le azioni di cross selling intraprese e controllo della procedura di sviluppo nuovi prodotti e del rispetto della normativa sulla Privacy.
8	**Politiche personale e formazione** Il coordinamento di Unipol sulle politiche di gestione delle risorse umane si estenderà al Gruppo Winterthur Italia, così come per le seguenti funzioni aziendali:	Verifica del sistema di controllo sul rispetto delle politiche del personale, formazione e Codice Etico.
9	**Programmazione, budget e controllo direzionale**	Verifica procedure di controllo con mappatura aree di rischio.
10	**Amministrazione e bilancio consolidato di Gruppo**	Verifica procedure di controllo con mappatura aree di rischio. Controlli sull'applicazione dei nuovi principi contabili internazionali (IAS - IFRS) e sul processo di conversione dei bilanci.
11	**Ottimizzazione e gestione Reti di vendita**	Verifica linee guida del processo di ottimizzazione della rete.
12	**Controllo sul piano industriale secondo gli obiettivi definiti** Il piano industriale del triennio 2004-2006 è stato articolato nei programmi triennali di tutte le società del Gruppo. La quantificazione degli obiettivi è il risultato di un programma consolidato di Gruppo.	La verifica è nei controlli strategici citati in precedenza.
13	**Ripartizione dei costi per servizi comuni alle Società del Gruppo**	Verifica dei costi imputati.

Attività di sviluppo Auditing di Gruppo

Tenuto conto degli obiettivi strategici e di quelli istituzionali, è opportuno che l'Auditing si sviluppi nelle seguenti aree:

1. *Auditing di Gruppo*
   L'Auditing di Gruppo estenderà la sua attività di verifica e monitoraggio dei sistemi di controllo a tutte le funzioni di holding ed alle società del Gruppo.

2. *Risk analysis*
   L'attività di verifica dei sistemi di controllo si avvarrà di una funzione di *risk analysis*.

3. *Auditing IT*
   L'audit dei sistemi informativi.

4. *Revisione Sinistri*
   La Revisione Sinistri opera con verifiche dell'efficacia ed efficienza dei sistemi di controllo nei processi di Liquidazione Sinistri di Gruppo.

5. *Revisione Agenzie Societarie*
   Tenuto conto dell'importanza che le Agenzie Societarie hanno per attività, dimensione e composizione sociale.

6. *Auditing sulla rete produttiva*
   Si capitalizzerà l'esperienza maturata sui processi amministrativi e gestionali dai Revisori Agenzie Societarie per il controllo sulle agenzie anche, in casi particolari, con interventi mirati.

7. *Revisione Interna*
   La Revisione Interna svolge parte dell'attività di funzione di controllo in Unipol e nelle compagnie per le quali la Divisione ha ricevuto incarico specifico.

8. *Supporto revisione contabile e rapporti con società di revisione*
   L'Audit ha l'incarico di supportare i revisori contabili per i bilanci di esercizio della Capogruppo e di alcune controllate (Unisalute, Linear, Quadrifoglio), tenendo i rapporti con le società di revisione. Tale attività potrà essere estesa ad altre controllate.

9. *Funzione di controllo Circ. ISVAP 366/99*
   L'Audit di Unipol dà un *service* alle controllate Quadrifoglio, Unisalute, Linear e Navale. Tale attività dovrà essere raccordata con quella delle altre compagnie.

10. *Rapporto con il Comitato per il Controllo Interno*
    Il Comitato per il Controllo Interno di Unipol si avvale dell'operato della Divisione, sia in termini di analisi dei sistemi di controllo, sia di interventi specifici ritenuti necessari per approfondire particolari aspetti, anche in un'ottica di Gruppo.

11. *Rapporto con enti di controllo esterni - Attività su reclami*
    L'Auditing collabora con il vertice aziendale nel rapporto con gli organi di controllo esterni.

12. *Gruppi di lavoro ANIA ed Euresa*
    Partecipazione ai gruppi di lavoro e commissioni.

13. *Legale*
    La funzione legale lavora in stretto rapporto con la Divisione quale consulente per le varie problematiche emergenti.

14. *Fiscale*
    Le verifiche in ambito fiscale consentono di effettuare test di compliance alle normative in materia e di tarare i sistemi di controllo sugli adempimenti obbligatori.

15. *Vigilanza D.Lgs. 231/01*
    Quale organismo di vigilanza della Capogruppo, la Divisione opera per la realizzazione del modello e successivamente vigilerà sulla sua applicazione.

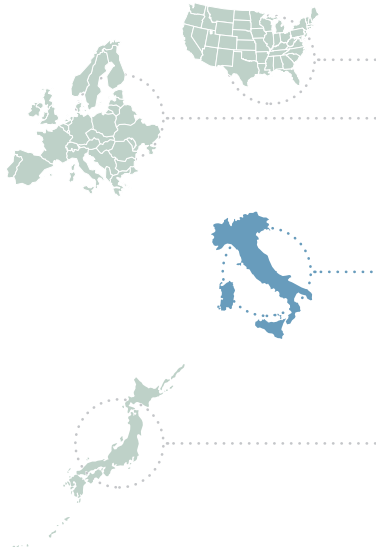
16. *Sicurezza, Privacy* e *antiriciclaggio*
    La verifica della conformità dei sistemi aziendali alle specifiche normative in vigore.

17. *Antifrode*
    I rapporti con l'Auditing di Gruppo saranno funzionali agli obiettivi di tutela del Gruppo.

Il mercato

Lo scenario economico e assicurativo

Il 2003 è stato caratterizzato, a livello internazionale, dall'indebolimento del dollaro e dalla ripresa economica asiatica, dopo il rallentamento causato dalla Sars.
Le principali economie mondiali appaiono in una fase di ripresa, particolarmente evidente per gli Stati Uniti e per il Giappone, più lieve per l'Europa, anche se i principali indicatori puntano ad un consolidamento del ciclo.
Anche per l'Italia si è osservata una fase di crescita trainata dai consumi e dalle esportazioni. Il tasso di crescita del PIL italiano è stato del +0,3% rispetto allo stesso periodo 2002, inferiore a quello della zona euro (+0,4%). L'inflazione media annua rimane piuttosto elevata (+2,7%) rispetto alla media euro (+2,1%).
Le borse internazionali hanno chiuso il 2003 positivamente, beneficiando della fase di ripresa dei profitti delle società americane e di dati congiunturali che hanno evidenziato un rafforzamento della crescita, nonostante l'aumento dei tassi a lungo termine. Positiva la performance degli indici assicurativi (+8,9% quello europeo, +15,4% quello italiano) rispetto alla Borsa europea nel suo complesso (+12,1%).



IL MERCATO ASSICURATIVO NEL MONDO

AREA GEOGRAFICA Paese	raccolta Premi 2002 (in milioni di dollari)	variazione (al netto dell'inflazione)	Quota di mercato mondiale (in %)	Premi in % del PIL	Premi pro capite (in dollari)
America del Nord	1.049.527	8,9%	39,9%	9,4%	3.275
Stati Uniti	1.000.310	8,9%	38,1%	9,6%	3.461
Europa occidentale	826.484	3,5%	31,5%	8,6%	1.733
Gran Bretagna	157.647	1,9%	9,0%	14,8%	3.879
Germania	135.771	2,8%	5,2%	6,8%	1.628
Francia	125.059	1,5%	4,8%	8,6%	2.064
Italia	**84.059**	**14,2%**	**3,2%**	**7,0%**	**1.435**
Spagna	44.255	12,1%	1,7%	6,8%	1.092
Paesi Bassi	39.757	-6,0%	1,5%	9,5%	2.472
ASIA	624.090	3,1%	23,8%	7,6%	168
Giappone	445.580	-1,5%	17,0%	10,9%	3.499
OCSE	2.437.555	4,7%	92,8%	9,1%	2.106
G7	2.076.680	5,0%	79,0%	9,6%	2.922
UE	777.875	3,4%	29,6%	8,7%	1.981

Fonte: SIGMA

SVILUPPO DEL MERCATO ASSICURATIVO IN ITALIA

	2001	2002	2003	var.%	Comp.%
Composizione raccolta Danni:					
AUTO	18.127	19.582	20.684	5,6%	**60,46%**
Altri Rami Danni	11.797	12.834	13.528	5,4%	**39,54%**
Totale composizione Danni	29.924	32.416	34.212	5,5%	100%
Composizione raccolta Vita:					
Individuali + collettive	46.239	55.177	62.654	13,5%	**99,80%**
di cui: Banche	26.844	31.206	37.328	19,6%	59,58%
Canali tradizionali	14.408	16.444	18.557	12,9%	29,62%
Promotori finanziari	4.986	7.527	6.769	-10,1%	10,80%
Fondi Pensione (Ramo VI)	88	121	128	5,5%	**0,20%**
Totale composizione Vita	46.327	55.298	62.782	13,5%	100%
Totale Danni	29.924	32.416	34.212	5,5%	**35,27%**
Totale Vita	46.327	55.298	62.782	13,5%	**64,73%**
Totale Mercato	76.251	87.715	96.994	10,6%	100%

Fonte: ISVAP - importi in milioni di Euro

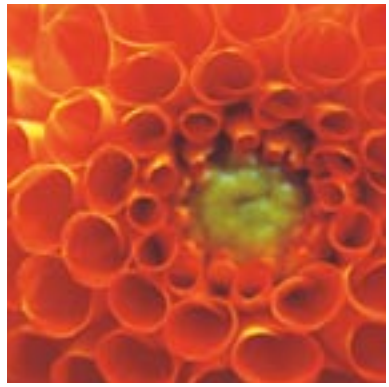
Considerando i dati relativi al mercato assicurativo, nel 2003 la raccolta premi complessiva si sia attestata ad un valore di circa 97 miliardi di Euro. Allo sviluppo complessivo del mercato del 10,6%, hanno contribuito principalmente i premi Vita con circa 62,8 miliardi di Euro, in crescita del 13,5%. Il perdurare della situazione di incertezza riguardo alla ripresa economica ha sostenuto lo sviluppo del comparto anche nell'ultima parte dell'anno, confermando l'orientamento verso forme assicurative con limitato profilo di rischio.

La raccolta Vita continua ad essere trainata dagli sportelli bancari e dagli uffici postali, mentre le reti tradizionali mostrano una crescita dei premi dovuta essenzialmente all'apporto di una forte raccolta di polizze collettive e di capitalizzazione, principalmente legate al mercato "corporate". In forte calo il settore dei promotori, che ha chiuso l'anno in flessione, dopo l'eccezionale performance del 2002.

Nei rami Danni si stima uno sviluppo del mercato del 5,5%, con premi che superano i 34 miliardi di Euro.

Il ramo R.C.Auto ha rallentato il tasso di crescita rispetto agli anni precedenti (+8,6% nel 2002), anche in seguito all'impegno che il settore assicurativo ha assunto per il raffreddamento della dinamica tariffaria, nell'ambito del Protocollo d'Intesa sottoscritto dal Governo, dall'ANIA e dalle Associazioni dei Consumatori.

La strategia del Gruppo



L' anno che si è appena concluso è stato, per il nostro Gruppo, particolarmente importante sia sotto il profilo strategico che dei risultati conseguiti; in particolare, sotto il profilo strategico, il 2003 è stato caratterizzato:

- dall'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia e dal conseguente significativo rafforzamento nel **settore assicurativo**;
- dall'avvio del progetto di integrazione tra le Compagnie acquisite e Meieaurora;
- dall'ulteriore impulso allo sviluppo nel **settore bancario** e del ***merchant banking***, in sinergia con la rete distributiva assicurativa, a cui si è affiancata l'operatività nel credito a medio termine.

Nel settore assicurativo con l'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia, che ha raccolto nel 2003 premi per circa 2 miliardi di euro, il Gruppo Unipol rafforza la sua collocazione al 4° posto della graduatoria del settore assicurativo italiano con una quota pro-forma di circa il 9% corrispondente ad una raccolta premi complessiva, pro-forma, che ha sfiorato i 9 miliardi di euro.

QUOTA DI MERCATO IN ITALIA - GRUPPI TRADIZIONALI

Premi del Lavoro diretto Italiano

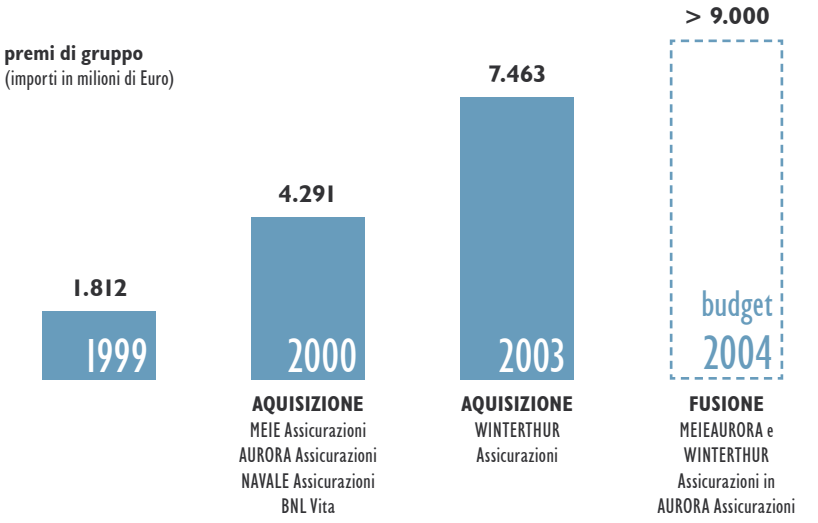
Rank		Società	2002		2003	
2002	2003		Totale D.+V.	Quota	Totale D.+V.	Quota
1	1	Gruppo Generali	16.461	18,8%	19.536	20,1%
2	2	Gruppo Allianz Ras	12.721	14,5%	14.237	14,7%
3	3	Fondiaria-Sai	8.520	9,7%	9.207	9,5%
4	4	Gruppo Unipol	6.006	6,8%	(*) 7.463	7,7%
6	5	Gruppo Cattolica	3.923	4,5%	4.183	4,3%
TOTALE PRIMI 5 GRUPPI			**48.119**	**54,9%**	**54.626**	**56,3%**
5	6	Gruppo Toro	4.410	5,0%	2.615	2,7%
7	7	Gruppo Reale Mutua	2.167	2,5%	2.114	2,2%
9	8	Gruppo Zurigo	1.782	2,0%	1.964	2,0%
8		Gruppo Winterthur	2.041	2,3%	---	---
10	9	Gruppo Axa	1.634	1,9%	1.703	1,8%
11	10	Gruppo Sara	---	---	844	0,9%
TOTALE PRIMI 10 GRUPPI			**59.666**	**68,0%**	**63.865**	**65,8%**
TOTALE MERCATO			**87.715**	**100,0%**	**96.992**	**100,0%**

importi in milioni di Euro

Fonte Mercato: ANIA e ISVAP

(*) Il dato riportato per il Gruppo Unipol nel 2003 tiene conto del consolidamento del Gruppo Winterthur Italia per soli 3 mesi. Il dato pro-forma che si otterrebbe considerando gli interi 12 mesi del Gruppo Winterthur Italia sarebbe di 8.853 milioni di Euro (quota di mercato 9,1%)

STRATEGIA DI CRESCITA NEL SETTORE ASSICURATIVO 2000-2004



Totale investimenti acquisizioni settore assicurativo: 2.131 milioni di Euro
Totale premi acquisiti: 4.165 milioni di Euro
Totale clienti acquisiti: 3.200.000

Con questa acquisizione il Gruppo Unipol ha accresciuto, inoltre, la propria presenza nel Centro-Nord Italia ed, in particolare, sulla piazza di Milano dove già era presente con Meieaurora, ponendo così le condizioni per una integrazione sinergica tra le Compagnie milanesi e la Capogruppo. E' in corso di realizzazione, infatti, il processo di integrazione tra Meieaurora e le società del Gruppo Winterthur Italia che prevede, nella prima fase in corso di completamento, l'incorporazione di Meieaurora in Winterthur Assicurazioni. La nuova Compagnia, che si chiamerà Aurora Assicurazioni, con una raccolta premi di oltre 3 miliardi di euro diventerà la terza compagnia multiramo italiana, avrà sede a Milano e potrà contare su 2.400 dipendenti, 2.500 punti vendita ed offrirà i propri servizi a circa 3 milioni di clienti.

Con tale acquisizione il Gruppo considera sostanzialmente completata la propria strategia di crescita per linee esterne nel settore assicurativo, strategia avviata con le precedenti acquisizioni (Meieaurora, Navale e BNL Vita) effettuate nel corso del 2000. La dimensione raggiunta nel settore assicurativo e la concentrazione attorno a due poli (Bologna e Milano) consentirà la realizzazione di importanti economie di costi e di investimenti che il progetto di integrazione in atto tende a massimizzare.
Il Gruppo intende ora rafforzare l'impegno nella strategia di crescita nel settore bancario, per adeguarlo alla dimensione raggiunta dal settore assicurativo. La crescita registrata dalla clientela assicurativa, oggi pari a circa 6 milioni di clienti, darà, infatti, un forte impulso alla crescita del settore bancario il cui originale modello di sviluppo è strettamente connesso alle potenzialità di sinergie di clientela con il comparto assicurativo.

Il comparto Assicurativo e di Bancassicurazione

Nel corso del 2003 il Gruppo Unipol ha incrementato notevolmente la raccolta assicurativa raggiungendo una raccolta diretta pari a 7.463 milioni di Euro (+24,3% sul 2002, che era pari a 6.006 milioni di Euro).
A tale risultato ha contribuito positivamente l'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia (del quale sono stati consolidati i premi relativi all'ultimo trimestre, pari a circa 541 milioni di Euro), ma anche una elevata dinamica di sviluppo del comparto vita comune a tutte le Compagnie del Gruppo. Per contro, nel 2003 si è registrata la cessione al Gruppo San Paolo IMI della partecipazione detenuta in Noricum Vita (premi per circa 300 milioni di Euro), che però ha inciso in misura limitata sulla raccolta complessiva da canali bancari del Gruppo per gli elevati volumi produttivi vita registrati da Unipol Banca (che ha quasi quadruplicato la propria raccolta, portandola a circa 126 milioni di Euro) e dalle compagnie di bancassicurazione Quadrifoglio Vita e BNL Vita (nel complesso +18% sul 2002).
Più in dettaglio, la raccolta diretta del comparto vita è stata di circa 4.650 milioni di Euro (+25,1% sul 2002), mentre nel comparto danni i premi diretti sono stati pari a 2.813 milioni di Euro (+22,9% sul 2002). L'incidenza della raccolta vita sul totale complessivo è pari al 62,3%, in linea con quella registrata l'anno precedente, mentre l'incidenza della raccolta danni è pari al 37,7%. Considerando i premi del Gruppo Winterthur Italia per l'intero anno si assiste ad un riequilibrio della raccolta (43% danni e 57% vita).
La raccolta diretta derivante da reti proprie, compagnie multiramo (Unipol, Meieaurora e Winterthur) e compagnie specializzate (Linear, Unisalute e Navale) si è attestata sui 4.500 milioni di Euro (+40,5% sul 2002), incrementando il peso sulla raccolta totale (dal 53% del 2002 al 60% del 2003). La raccolta diretta del comparto di bancassicurazione ha sfiorato 3.000 milioni di Euro (+5,7% sul 2002 nonostante la cessione di Noricum Vita) pari al 40% della raccolta totale (47% nel 2002).
La raccolta diretta pro-forma, se si fossero consolidati cioè interamente i premi del Gruppo Winterthur, sarebbe stata di 8.853 milioni di Euro (+47% sul 2002).

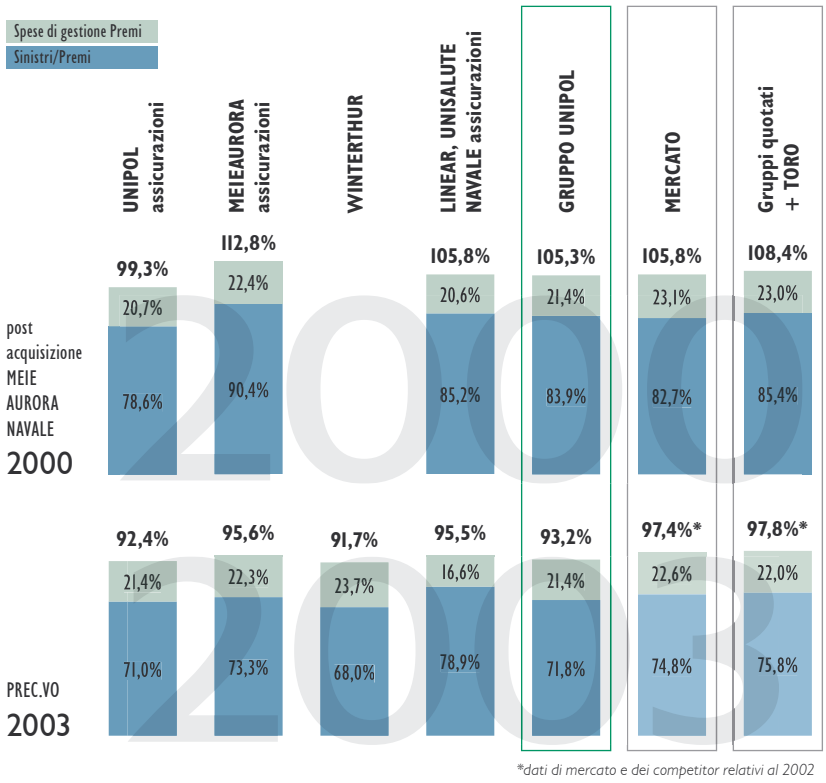
Positivi i risultati ottenuti a livello di andamento tecnico della sinistralità danni di Gruppo grazie, in particolare, ad un ulteriore contenimento registrato dalla frequenza sinistri R.C.Auto, che ha permesso di contrastare la dinamica di crescita dei costi medi, mentre in aumento è risultato il costo della riassicurazione a causa delle condizioni più onerose imposte dai mercati riassicurativi mondiali. Il soddisfa-

cente quadro di evoluzione del comparto danni del Gruppo è dimostrato dal raggiungimento a fine anno di un combined ratio del lavoro diretto aggregato di gruppo pari al 93,2% (95,5% nel 2002).

Sotto il profilo dello sviluppo organizzativo del Gruppo, nel 2003 è stata attuata l'unificazione delle strutture liquidative di Unipol, Meieaurora e Linear in un unico Servizio di Liquidazione di Gruppo, con una unica rete di uffici territoriali e di collaboratori esterni. Le Compagnie hanno mantenuto la gestione diretta esclusivamente dei sinistri di maggiori dimensione (es. sinistri con lesioni rilevanti, RC professionali) e dei sinistri il cui governo è strettamente legato alla fase assuntiva. Tale integrazione giunge a completamento del processo di accentramento presso la Capogruppo di attività gestionali (servizio di liquidazione telematica,

L'EFFICIENZA OPERATIVA DEL GRUPPO NEI RAMI DANNI

Il Combined Ratio (lavoro diretto)



**dati di mercato e dei competitor relativi al 2002*

Il combined ratio di Gruppo è sceso di quasi 12 punti in 3 anni

Il Gruppo Unipol al 31.12.2003

UNIPOL ASSICURAZIONI

Compagnia operativa e Holding del Gruppo

Settore Assicurativo

società	attività	premi
Unipol Assicurazioni	Tradizionale Danni + Vita di cui Unipol Banca	2.399 126
Meieaurora Assicurazioni	Tradizionale Danni + Vita	1.238
Winterthur Assicurazioni	Tradizionale Danni + Vita	(**)540
Linear Assicurazioni	Vendita telefonica, Internet produzione Auto	130
Unisalute	Sanità	64
Navale Assicurazioni	Trasporti e Turismo	126

premi lavoro diretto in milioni di Euro
(**) premi Winterthur relativi al solo 4° trimestre 2003

Settore Bancassicurazione

società	rete di vendita	premi
Quadrifoglio Vita	BAM (Gruppo MPS)	887
BNL Vita	BNL e Banca BNL Investimenti	2.077

premi lavoro diretto in milioni di Euro

Settore Bancario, risparmio gestito e Merchant

società	attività	raccolta 2002	raccolta 2003
Unipol Banca	Banca Retail	diretta 2.228	diretta 2.628
		indiretta 6.979	indiretta 11.461
		di cui risparmio gestito 999	di cui risparmio gestito 1.174
Unipol Fondi	Fondi comuni di investimento	patrimonio gestito 529	
Unipol Merchant	Merchant Banking e mediocredito	mezzi propri 108	

importi in milioni di Euro

Totale raccolta assicurativa Gruppo Unipol al 31.12.2003

	2002	2003	var.%
Premi Settore assicurativo			
Danni	2.290	2.813	+22,9%
Vita	911	1.686	+85,0%
Totale Premi settore assicurativo	**3.201**	**4.499**	**+40,5%**
Premi Bancassicurazione			
Vita	**2.805**	**2.964**	**(*) +5,7%**
% su Totale Premi	46,7%	39,7%	
Totale Premi			
Danni	2.290	2.813	+22,9%
Vita	3.717	4.650	+25,1%
Totale	**6.006**	**7.463**	**+24,3%**

(*) a termini omogenei , escludendo la raccolta di Noricum nel 2002, l'incremento premi '03/'02 risulterebbe +18%

importi in milioni di Euro

gestione finanziaria ed immobiliare) e di condivisione di sistemi informativi (utilizzo dell'elaboratore centrale e di programmi gestionali di Unipol Assicurazioni), già realizzati negli anni precedenti.
Sull'esempio di quanto già effettuato su Meieaurora, a partire dalla seconda parte del 2003 sono in corso di attuazione le attività sinergiche di integrazione nel Gruppo di Winterthur Italia. Sotto il profilo societario entro aprile 2004 verrà completata la fusione di Meieaurora in Winterthur Assicurazioni, che assumerà la denominazione di Aurora Assicurazioni, mentre nella seconda parte dell'anno è previsto il trasloco delle attuali strutture di Meieaurora e Winterthur, ora dislocate su 10 sedi, nella nuova sede unica di San Donato Milanese acquisita di recente da Unipol Assicurazioni.
Il Gruppo si è posto l'obiettivo di realizzare entro il 2004 l'accentramento presso la Capogruppo delle seguenti attività gestionali e di condivisone di sistemi informativi, attività dalla cui messa a regime sono attese rilevanti sinergie di costi.
Più in dettaglio:

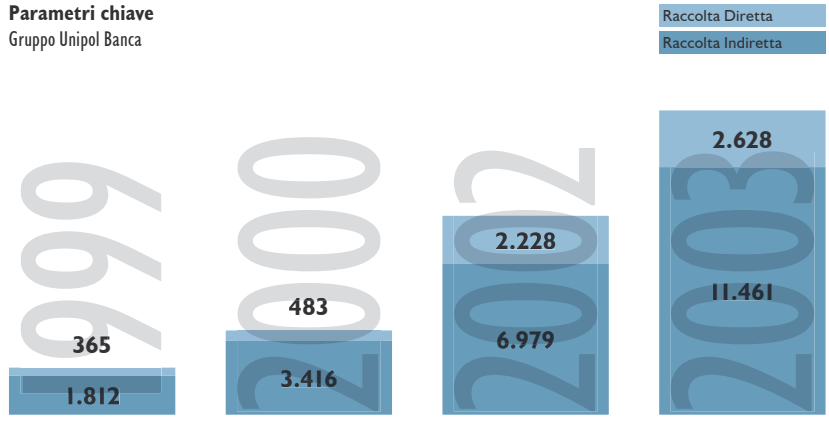
- condivisione dei sistemi informativi di Unipol Assicurazioni con le Compagnie acquisite: entro il primo semestre 2004 è previsto che si completi la migrazione del portafoglio danni di Winterthur (con collegamento on-line delle agenzie) sul sistema Unipol; successivamente sarà migrato anche il portafoglio vita. Nella seconda parte del 2004 anche il portafoglio sinistri sarà trasferito sul sistema Unipol;
- l'attuale modello liquidativo di Gruppo, oggi riguardante Unipol, Meieaurora e Linear, sarà esteso a Winterthur. Pertanto oltre 500 dipendenti di Winterthur saranno distaccati all'interno della Direzione Liquidazione di Gruppo che conterà a fine anno oltre 1.300 unità. L'attuale call center di Winterthur sarà trasformato e diventerà parte integrante della liquidazione telematica di Gruppo (Sertel);
- accentramento in Unipol Assicurazioni della gestione finanziaria ed immobiliare del Gruppo Winterthur, già in avanzato stato di realizzazione;
- accentramento in Unipol Assicurazioni degli acquisti di beni e servizi di rilevante ammontare.

E' inoltre in corso di definizione la riorganizzazione della rete di vendita agenziale Meieaurora-Winterthur ed il nuovo listino prodotti.

Nel 2004 si cominceranno ad avere i primi effetti delle sinergie di Gruppo, anche se saranno contenuti e si realizzeranno in modo consistente a partire dal 2005; dalla fusione tra Meieaurora e il Gruppo Winterthur Italia si avranno inoltre significativi vantaggi fiscali. L'insieme di queste economie sarà in parte attenuato dalle iniziali disfunzioni insite in un processo di integrazione.

GRUPPO UNIPOL BANCA: STRATEGIA 2000-2004

Parametri chiave
Gruppo Unipol Banca



START UP
Progetto
Unipol Banca

Filiali	24
Promotori	132

AQUISIZIONE
51 Filiali da Banca Intesa
Apertura 12 Filiali e
17 negozi finanziari
START UP progetto
Unipol Fondi

Filiali	87
Negozi finanziari	17
Promotori	270

AQUISIZIONE
60 Filiali da Capitalia
Apertura 26 Filiali e
40 Negozi finanziari

Filiali	173
Negozi finanziari	57
Promotori	408

TRASFORMAZIONE
di Unipol Merchant in
Unipol Merchant - Banca
per le Imprese
(banca specializzata
per le imprese)

Filiali	185
Negozi finanziari	53
Promotori	425

Il comparto Bancario e Merchant Banking

Nel settore bancario e del risparmio gestito, Unipol Banca nel corso del 2003 ha continuato a sviluppare la rete distributiva che a fine anno dispone di 185 filiali (192 ad Aprile 2004) contro le 173 di fine 2002. Le filiali integrate con una agenzia assicurativa sono 81, mentre i negozi finanziari sono 53 ed i promotori finanziari hanno raggiunto le 425 unità. Inoltre vi sono 200 punti vendita assicurativi abilitati alla distribuzione di prodotti bancari standard. Sul piano gestionale sono proseguite nel 2003 le linee di azione basate sulle sinergie di clientela retail e corporate delle compagnie del Gruppo. Il numero dei clienti ha raggiunto circa 200.000 unità per una raccolta diretta, di poco inferiore a 2.600 milioni di Euro, (+20% sul 2002), mentre gli impieghi hanno superato i 1.900 milioni di Euro (+18,2%). Il risparmio gestito raggiunge 1,2 miliardi di Euro con un incremento del 17,5%. Particolarmente importante è stata la crescita di Unipol Fondi, che ha raggiunto un patrimonio gestito di 529 milioni di Euro (+95%), derivante dalle incisive azioni di raccolta operate dalla rete commerciale di Unipol Banca.

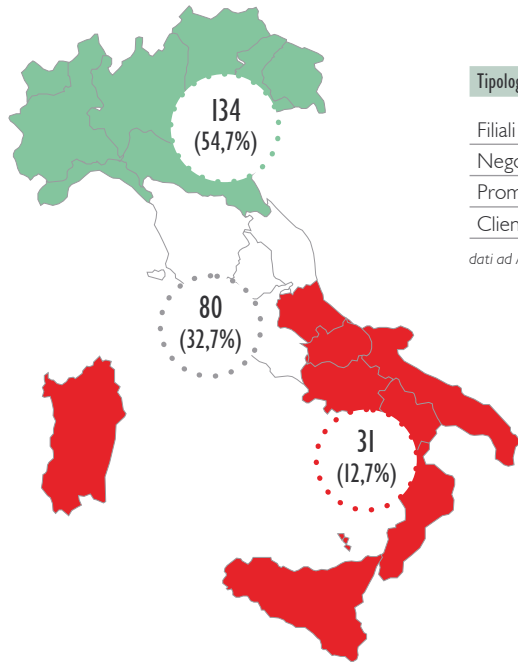
La recente acquisizione di Winterthur Assicurazioni, con l'aumento sia dei punti vendita assicurativi presenti sul territorio nazionale, sia della clientela di Gruppo, rilancia le potenzialità delle strutture commerciali della banca.
Il Gruppo intende, quindi, rinnovare l'impulso allo sviluppo della rete distributiva del comparto bancario operando sia per linee interne, sia, qualora i processi di concentrazione e di razionalizzazione in atto nel settore bancario ne facessero emergere l'opportunità, tramite l'acquisizione di filiali. La diffusione territoriale delle filiali di Unipol Banca viene pianificata, sia nel caso di nuove aperture che nel caso di acquisizioni, in rapporto alle zone di maggior penetrazione del comparto assicurativo.
Dallo sviluppo atteso della rete distributiva e del cross-selling con il comparto assicurativo di Gruppo deriveranno volumi di attività e risultati in ulteriore crescita.

Nel comparto merchant banking, Unipol Merchant-Banca per le Imprese, controllata da Unipol Banca, ha ottenuto a fine settembre 2003 l'autorizzazione della Banca d'Italia ad operare nel credito a medio e lungo termine. Su queste basi ha adeguato la propria struttura organizzativa che oggi è operativa nei seguenti comparti:

- Area Crediti (finanziamenti ordinari, agevolati e attività di service);
- Area Merchant Banking (Investment Banking, Corporate Finance Advisor, M&A, Intermediazione Finanziaria);
- Area Amministrazione Controllo e Organizzazione.

L'attività di Unipol Merchant è fortemente sinergica rispetto a quella di Unipol Banca ed è volta ad offrire una gamma completa di prodotti e servizi nel settore "corporate" operando su tutto il territorio nazionale attraverso la rete di filiali di Unipol Banca ed i propri Uffici di Rappresentanza (Milano, Roma, Brescia). In particolare il bacino di clientela "captive" a cui si rivolge la società comprende le imprese clienti assicurative (in particolare nel ramo Cauzioni) e le piccole/medie imprese con le quali il Gruppo Unipol ha consolidati rapporti e relazioni.

RETE DISTRIBUTIVA UNIPOL BANCA



Tipologia	Quantità
Filiali	192
Negozi finanziari	53
Promotori	438
Clienti	200.000

dati ad Aprile 2004

Rami Danni

I premi del lavoro diretto al 31 dicembre 2003 ammontano a 1.323,1 milioni di Euro, con un incremento di 111,2 milioni di Euro (+9,2%) rispetto ai premi acquisiti nel 2002. In termini reali, il tasso di sviluppo è stato del 6,3%.
Considerando anche il lavoro indiretto (riassicurazione attiva), i premi acquisiti nell'esercizio ammontano a 1.373,9 milioni di Euro (+7,4%).
Nei Paesi terzi l'andamento dell'attività assicurativa esercitata in regime di libera prestazione di servizi ha registrato premi per 1.419 migliaia di Euro, con un incremento del 13,9% rispetto al 2002.
Allo sviluppo produttivo dei rami Danni hanno contribuito sia le polizze rivolte alle famiglie, sia i servizi offerti ad aziende ed in particolare ai professionisti.
Il settore auto conferma il trend di sviluppo, che interessa le coperture di responsabilità civile e le altre garanzie accessorie legate alla circolazione, conseguente sia all'aumento di nuove coperture che alla sempre maggiore fidelizzazione dei clienti.
Nell'esercizio sono pervenute n° 381.412 denunce di sinistri, con una variazione in aumento del 5,0% rispetto a quelle pervenute nel 2002.
Nel corso del 2003 è stata avviata l'attività dei Centri di Liquidazione di Gruppo (CLG), che operano per Unipol, Meieaurora e Linear con l'obiettivo di razionalizzare i processi di gestione, migliorare il servizio all'utenza e contenere i costi operativi. A tale attività si affianca quella del call center sinistri Sertel, che già dal 2002 era operativo a livello di Gruppo.
Per quanto riguarda Unipol, nel 2003 Sertel ha aperto oltre 249.000 denunce (+13% rispetto al 2002) ed ha liquidato più di 75.000 sinistri. L'incremento del denunciato, in contenimento rispetto all'andamento del primo semestre, è riconducibile al segmento persone, sul quale hanno inciso i nuovi contratti collettivi.
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 pre-

VELOCITA' DI LIQUIDAZIONE NEI PRINCIPALI RAMI DANNI

Ramo	generazione corrente		generazioni precedenti	
	2003	2002	2003	2002
Infortuni	65,9	65,6	80,4	81,3
Malattia	79,9	82,5	87,7	91,8
Corpi di veicoli terrestri	81,4	83,0	81,3	80,5
Incendio	57,7	51,3	77,6	75,2
Altri danni ai beni	70,4	71,4	84,9	82,7
R.C. autoveicoli terrestri	66,4	68,1	62,8	67,5
R.C. generale	54,2	53,7	40,0	45,0

cedente, ottenuta rapportando il numero dei sinistri pagati nell'esercizio al numero dei sinistri denunciati nel 2003 o a riserva al termine del 2002, al netto di quelli eliminati perché senza seguito (valori percentuali).
I pagamenti per sinistri, dell'esercizio e di esercizi precedenti, hanno comportato un esborso (al netto delle quote a carico dei coassicuratori e delle somme recuperate, compresi i costi di perizia) di 755,2 milioni di Euro, con un aumento di 24,9 milioni di Euro rispetto al 2002 (+3,4%).

- Il complesso delle riserve premi e sinistri accantonate ha raggiunto, a fine anno, 2.026,7 milioni di Euro, con un aumento di 144,0 milioni di Euro (+7,6% rispetto al 2002), pari al 147,5% dei premi acquisiti (147,2% nel 2002).
- Il tasso medio di sinistralità per l'insieme dei rami Danni, incluse le spese di liquidazione, è stato del 71,2% (70,9% nel 2002)
- Il "combined ratio", che comprende anche le spese di gestione, è al 92,8% dei premi di competenza (92,1% nel 2002).
- Il risultato del conto tecnico evidenzia un saldo positivo di 121,1 milioni di Euro, in leggero calo rispetto all'esercizio precedente (134,4 milioni di Euro).

Rami Vita

Le linee di tendenza del mercato assicurativo nell'anno 2003 hanno delineato un quadro di ulteriore crescita dell'attività e di miglioramento della redditività, già evidenziato negli anni passati.

Queste valutazioni di positività del settore assicurativo vanno comunque ponderate rispetto ad elementi di incertezza sullo scenario macroeconomico che non permettono di escludere a priori scenari meno positivi di quelli considerati nelle analisi prospettiche.

Negli esercizi trascorsi Unipol ha registrato un continuo trend di miglioramento delle performance; la crescita è stata confermata anche per l'anno 2003, con un aumento in percentuale assai elevato rispetto ai numeri dell'esercizio precedente.
Infatti, la raccolta dei premi relativi ai rami Vita ha raggiunto un valore complessivo pari ad oltre 1 milione di Euro, segnando una percentuale di crescita del 74,47% rispetto all'anno 2002, con un incremento del tasso di variazione annua particolarmente significativo rispetto a quanto ottenuto nel 2002 sul 2001.

Questa brillante performance è stata ottenuta grazie anche al notevole apporto di premi delle polizze collettive e di capitalizzazione le quali, a differenza di quanto avvenuto negli esercizi precedenti, hanno superato il comparto individuale che, tradizionalmente, rappresentava il segmento con la maggiore produzione.

Nel 2003, nonostante una leggera ripresa dei mercati borsistici, è proseguito lo stato di incertezza generale che ha continuato ad influenzare negativamente la domanda delle polizze vita legate ai fondi d'investimento.

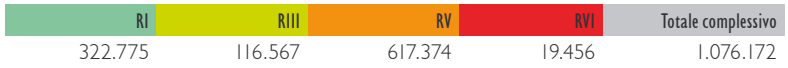
Per rispondere alla necessità della clientela di avere investimenti sicuri, la Compagnia ha lanciato due nuovi prodotti della gamma Index Linked, associati ad uno specifico paniere di titoli, che rappresentano una tipologia di investimento meno rischiosa rispetto alla Unit – Linked tradizionale, ma che comunque offre l'opportunità di beneficiare del trend positivo dei titoli del paniere, pur in momenti sfavorevoli dei mercati di borsa.

Le polizze a risparmio garantito afferenti ai Rami I e V, chiamate "in gergo" a provvista specifica, hanno prodotto oltre 100 milioni di Euro di premi, a conferma del fatto che una parte della clientela preferisce, in ogni caso, rivolgersi a tipologie di investimento sicure e di tipo tradizionale.

Le polizze emesse da Unipol sono costruite in modo da non risentire dell'avverso andamento dei mercati ed offrono un tasso medio di rivalutazione del 3,20%.
Nel ramo V di capitalizzazione è stato registrato un vero e proprio boom di produzione, segnalato da una percentuale di aumento di oltre il 200% con una raccolta premi che supera i 500 milioni di Euro.
In questo comparto è stata particolarmente apprezzata la linea della tariffa 222 (e sue evoluzioni), che beneficia di un rendimento minimo annualmente consolidato, e che, alla scadenza della polizza, riconosce un capitale garantito all'assicurato.

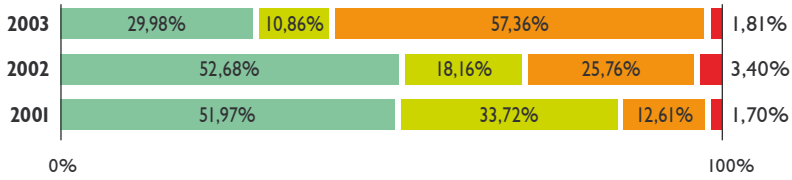
RAMI VITA

produzione 2003 - valori assoluti



importi in migliaia di Euro

sviluppo rami Vita



Legenda dei Rami Vita da Allegato I Tabella A al d.lgs. 174/95

Rami

- I Le assicurazioni sulla durata della vita umana
- II Le assicurazioni di nuzialità, le assicurazioni di natalità
- III Le assicurazioni di cui ai punti I e II connesse con fondi di investimento
- IV Le assicurazioni malattia
- V Le operazioni di capitalizzazione
- VI Le operazioni di gestione di fondi collettivi costituiti per l'erogazione di prestazioni in caso di morte, in caso di vita o in caso di cessazione o riduzione dell'attività lavorativa (Fondi Pensione)

Fondi Pensione

Lo scenario

Gli elementi di incertezza che, nello scorso anno, avevano frenato lo sviluppo di questo mercato sono rimasti sostanzialmente invariati: la riforma previdenziale ha continuato ad essere materia di confronto per tutto il 2003 e i mercati finanziari non mostrano ancora segnali tranquillizzanti, in grado di attirare nuovamente i risparmiatori.
Questa situazione ha ulteriormente rinviato lo sviluppo delle adesioni ai Fondi, ma non ha arrestato quel recupero di attività che, già a partire dalla seconda metà del 2002, aveva interessato i Fondi negoziali e le adesioni collettive e contrattate ai Fondi aperti.

I Fondi negoziali

Il 2003 si chiude con un numero di adesioni complessive con un minimo incremento sull'anno precedente; questa situazione è la risultante di due tendenze opposte: da un lato ci sono i fondi in fase di avvio, più attivi nella raccolta adesioni, anche per la necessità di raggiungere rapidamente le soglie previste per l'autorizzazione all'attività; dall'altro i fondi attivi da alcuni anni, che vedono diminuire gli iscritti, non riuscendo sempre a rimpiazzare le uscite con un sufficiente numero di nuove adesioni.
In positivo va registrata la progressiva andata a regime di nuovi fondi: tre nuovi fondi hanno avviato la raccolta delle adesioni, quattro fondi sono stati autorizzati dalla COVIP alla piena attività, altri quattro hanno avviato il processo di selezione dei gestori finanziari e due (Fondenergia e Fonchim) sono già in fase di rinnovo dei primi mandati di gestione.
Importanti novità si sono registrate per quanto riguarda la gestione finanziaria: il passaggio al multicomparto dei primi fondi entrati in attività, una maggior diffusione delle tematiche connesse agli investimenti socialmente responsabili, una rinnovata attenzione alle gestioni con garanzia.

Ancora una volta Unipol è tra i primi operatori nel rispondere alle nuove istanze espresse dal mercato della previdenza. Infatti, per Fon.Te. ed Eurofer, due dei nuovi fondi di cui è stato acquisito il mandato di gestione, Unipol metterà a disposizione gestioni degli investimenti di tipo socialmente responsabile e, nel caso di Eurofer, anche la garanzia di rendimento minimo.
Per quanto riguarda l'attività svolta, è proseguita regolarmente la gestione dei portafogli dei fondi già in gestione, cui si è aggiunto in aprile il fondo Arco. Nei primi mesi del 2004, oltre al rinnovo del mandato del Fondo Pensione Bayer Italia, verrà avviata la gestione di tre nuovi mandati.

I FONDI NEGOZIALI CHE HANNO SCELTO UNIPOL

Fondo	settore	iscritti
FONCHIM	industria chimica e farmaceutica	113.690
F.P. BAYER ITALIA	dipendenti Bayer Italia (chimica/farmaceutica)	1.903
COOPERLAVORO	dipendenti e soci coop. produzione e lavoro	13.869
SOLIDARIETÀ VENETO	aziende industriali del Veneto	13.497
F.P. dipendenti B.A.M.	credito	249
PREVICOOPER	dipendenti cooperative del commercio	9.357
FUNDUM	commercio, turismo e servizi (lav. autonomi)	2.903
ARCO	legno, arredamento, cemento e lapidei	19.405
FON.TE.	commercio, turismo e servizi (lav. dipendenti)	18.797
EUROFER	gruppo FS	28.754
GOMMAPLASTICA	gomma, plastica, cavi	25.654
FONDARTIGIANI	imprenditori artigiani e della PMI	3.156

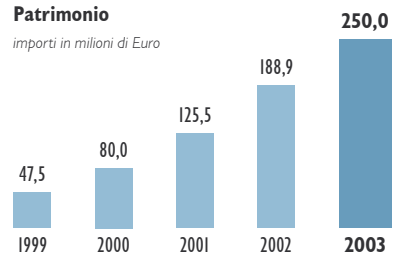
L'attività di supporto ai fondi nel 2003 è stata rivolta a varie categorie di lavoratori, tra cui comparto scuola e il settore commercio, ma si è caratterizzata per un esteso supporto al fondo Prevedi (settore edile industria e artigianato), finalizzato alla formazione dei quadri sindacali, delle organizzazioni datoriali e delle Casse edili incaricati della raccolta delle adesioni, che ha riguardato l'intero territorio nazionale.

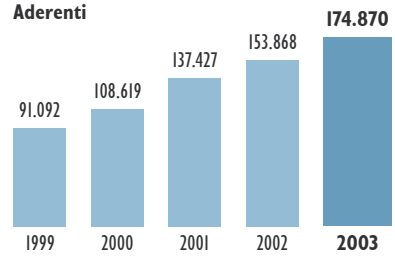
Per quanto riguarda i fondi costituiti prima dell'entrata in vigore della nuova normativa (i c.d. vecchi fondi), le risorse gestite da Unipol attraverso polizze assicurative assommano a oltre 363,2 milioni di Euro e riguardano 25 fondi con oltre 30.000 iscritti. Anche verso questi fondi Unipol continua a svolgere una significativa attività di supporto e consulenza, analoga a quella diretta ai fondi negoziali.

I PRINCIPALI VECCHI FONDI

Fondo	settore	iscritti
Fondo PREVILABOR	az. metalmeccaniche bolognesi	5.341
Gruppo S.E.A. Fondo Pensione	gestioni aeroportuali	5.113
Fondo Impiegati Agricoli	impiegati agricoli (nazionale)	3.627
FIPDTA Università di Napoli	corpo docente e non docente	2.811
Fondo Mondadori	editoria	2.771
Ferrovie Nord Milano Fondo P	trasporto ferroviario	2.754
Dipendenti Gruppo Unipol	assicurazioni e credito	2.860
Dircoop/CAPIPECODE/ANCC	dirigenti cooperativi	2.154

I FONDI NEGOZIALI GESTITI DA UNIPOL

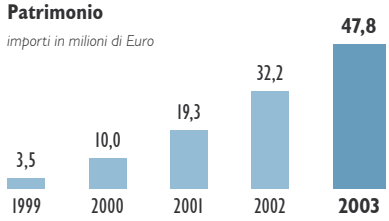




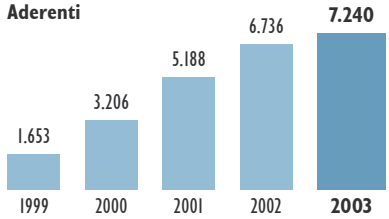
SVILUPPO FONDI APERTI UNIPOL

Patrimonio

importi in milioni di Euro



Aderenti



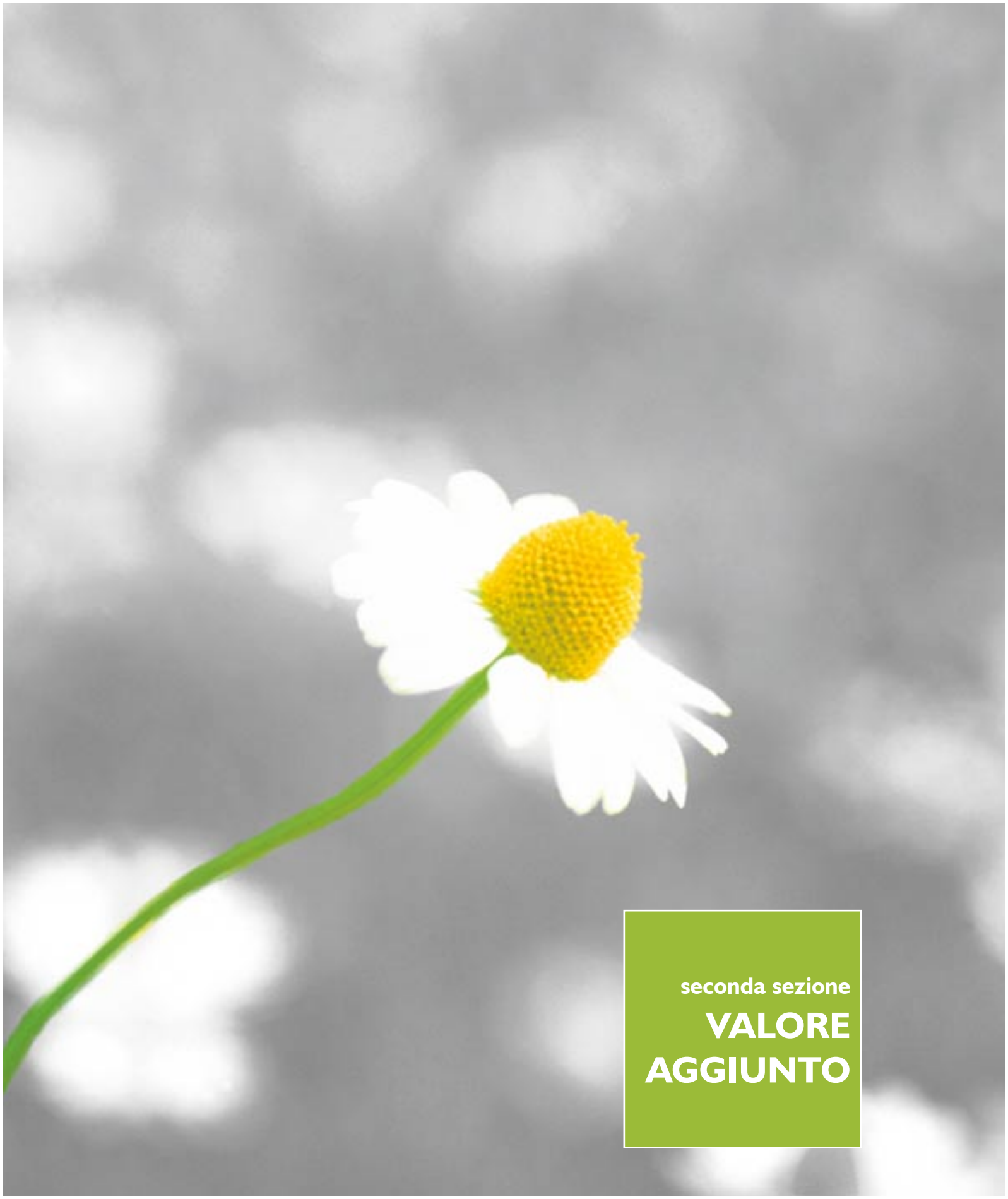
I Fondi aperti

La scarsa attrattività dello scenario ha avuto prevalentemente influenza sulle adesioni individuali, mentre le adesioni collettive e contrattate su base aziendale sono risultate meno depresse, favorendo le società più attrezzate ad intercettare questo tipo di domanda.
Anche per il 2003 i risultati ottenuti da Unipol nel settore delle adesioni collettive, attraverso convenzioni stipulate con aziende escluse dall'ambito dei fondi negoziali nazionali, hanno mantenuto il dato della raccolta in linea con il 2002.

La struttura specializzata di direzione, oltre a gestire direttamente le trattative con le aziende e le strutture sindacali aziendali, si incarica anche di fornire consulenze personalizzate direttamente ai lavoratori durante la fase di raccolta delle adesioni. In corso di convenzione vengono poi effettuati incontri periodici con rappresentanti dei lavoratori e delle aziende per illustrare l'andamento della gestione del fondo.
Questa struttura viene anche impiegata per fornire un supporto formativo e informativo alle reti incaricate del collocamento dei fondi aperti e dei FIP.

LA PREVIDENZA AZIENDALE ATTRAVERSO I FONDI APERTI

aziende	iscritti
Gruppo Unibanca (C.R. Cesena, Banca di Romagna, Unibanca)	350
ENPAM (dipendenti)	302
Gruppo Banca Pop. di Vicenza (B.P. Vicenza, Banca Idea, Banca Nuova)	285
Granarolo Felsinea	194
Centro Servizi Elettronici	166
C.I.P. Dipendenti Teatro Comunale di Bologna	128
Cassa di Risparmio di Fossano (CN)	111
Gruppo Gabrielli	110
Cassa di Risparmio di Brà (CN)	93
Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo	90
Reuters / Radianz Italia	77
Cassa Naz. Previdenza Assistenza Dottori Commercialisti (dipendenti)	71
Mediosystem	70



seconda sezione

VALORE AGGIUNTO

Produzione e distribuzione del valore aggiunto

- L'attività economica 81
- Il valore aggiunto 89

L'attività economica

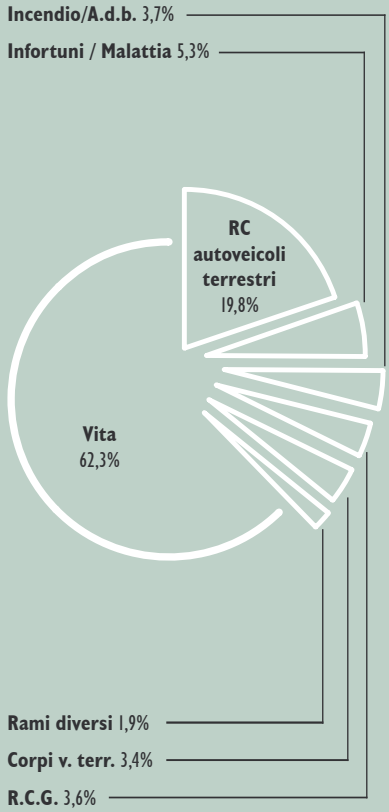
Gruppo Unipol - Bilancio consolidato 2003

Nell'esercizio 2003 il Gruppo ha conseguito risultati molto positivi in tutti i comparti di attività, raggiungendo un utile netto consolidato di 147,5 milioni di Euro, in significativa crescita rispetto al 31/12/2002 (+44,4%).
Il Gruppo è composto da dieci compagnie di assicurazione, quattro società immobiliari, due finanziarie di partecipazioni ed una società di servizi, tutte consolidate integralmente. Ventisei società sono state valutate con il metodo del patrimonio netto.
Si ricorda che il Gruppo Winterthur Italia (n. 6 società consolidate integralmente e n. 3 società valutate con il metodo del patrimonio netto) è stato acquistato a fine settembre 2003, pertanto il consolidamento delle partite economiche è limitato al quarto trimestre 2003; inoltre è stata ceduta, a dicembre 2003, la partecipazione nella società di bancassicurazione Noricum Vita.
Tra gli aspetti salienti dell'attività, si evidenziano i seguenti:

- la raccolta premi (al lordo delle cessioni in riassicurazione) ha raggiunto 7.492,3 milioni di Euro (dei quali il 62,1% nei rami Vita), con un tasso di sviluppo del 23,9%. A termini omogenei, escludendo i premi delle nuove società acquisite relativi al quarto trimestre 2003 (pari a Euro 540,8 milioni) e quelli relativi a Noricum Vita per il 2002, l'aumento della raccolta è stato del 20,8%, con il contributo significativo dei rami Vita (+30,3%);
- il risultato tecnico della gestione assicurativa è stato positivo per 170 milioni di Euro (120,6 milioni al 31/12/2002) ed evidenzia, in particolare, un netto miglioramento dei rami Danni;
- l'ammontare complessivo delle riserve tecniche si è attestato a 25.669 milioni di Euro (+47,9%), a termini omogenei +22,2%, ed a 24.780,2 milioni al netto delle cessioni in riassicurazione (+49,4%);
- la consistenza degli investimenti e delle disponibilità liquide ha raggiunto 26.385,2 milioni di Euro, con un incremento di 8.699,1 milioni rispetto al 31/12/2002 (+49,2%), a termini omogenei +30,8%;

Sintesi dei dati più significativi del Gruppo

Composizione % premi Gruppo Unipol



	2001	2002	2003
Premi	4.943,1	6.045,8	7.492,3
variazione %	*52,8*	*22,3*	*23,9*
Riserve tecniche	14.626,3	17.353,1	25.669,0
variazione %	*17,0*	*18,6*	*47,9*
Rapporto % riserve tecniche/premi (1)			
- Danni	168,9	165,9	164,7
- Vita	394,2	362,7	353,1
- Danni + Vita	295,9	287,0	285,8
Investimenti e disponibilità	14.819,3	17.686,0	26.385,2
variazione %	*18,8*	*19,3*	*49,2*
Pagamenti (sinistri, scadenze, riscatti e rendite)	2.405,2	2.804,4	3.651,0
variazione %	*31,2*	*16,6*	*30,2*
Rapporto % sinistri/premi rami Danni	78,3	75,7	73,0
Spese di gestione	578,0	623,3	782,1
variazione %	*15,2*	*7,8*	*25,5*
Rapporto % spese di gestione/premi	11,7	10,3	10,4
Combined ratio % (2)	99,1	95,7	94,6
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	1.122,6	1.338,5	2.493,8
variazione %	*2,2*	*19,2*	*86,3*
Utile netto di Gruppo	62,3	102,1	147,5
variazione %	*43,9*	*63,8*	*44,4*
Rapporto % Utile netto/Premi	1,3	1,7	2,0

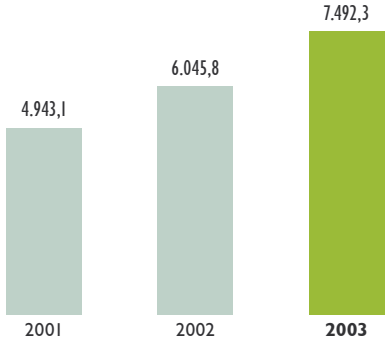
(1) Nel calcolo del suddetto rapporto sono stati esclusi i dati relativi alle società di nuova acquisizione.
(2) Rapporto netto sinistri/premi e spese nette di gestione sui premi di competenza rami danni.

importi in milioni di Euro

Relativamente alle società del Gruppo Winterthur Italia, acquisite in data 26/09/2003, si è proceduto al consolidamento dello stato patrimoniale al 31/12/2003 e del conto economico per il periodo 01/10/2003 - 31/12/2003; a parità di area di consolidamento, escludendo sia le società acquisite che Noricum Vita, si determinano le seguenti variazioni omogenee:

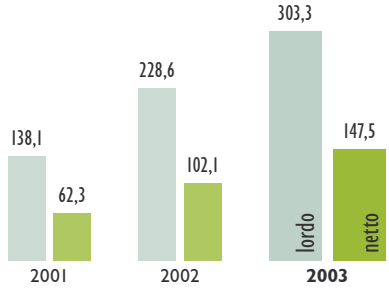
Premi	20,8%
Riserve tecniche	22,2%
Investimenti e disponibilità	30,8%
Spese di gestione	12,2%

PREMI COMPLESSIVI GRUPPO UNIPOL



importi in milioni di Euro

UTILE GRUPPO UNIPOL



importi in milioni di Euro

- i proventi patrimoniali e finanziari netti del periodo ed i profitti netti da alienazione e trading, sono risultati pari a 693 milioni di Euro (579,1 milioni al 31/12/2002), mentre le rettifiche nette di valore rilevate al termine dell'esercizio, ammontano a 101,8 milioni di Euro (149,6 milioni al 31/12/2002).
  Gli investimenti relativi a prestazioni connesse con fondi di investimento, indici di mercato e fondi pensione (classe D) hanno registrato un risultato netto positivo di 314,3 milioni di Euro (-73,8 milioni al 31/12/2002);
- il risultato dell'attività ordinaria del periodo ammonta a 252,5 milioni di Euro, contro 192,4 milioni nel 2002 (+31,2%), ed il contributo derivante dall'attività straordinaria è risultato di 50,8 milioni di Euro (+40,3%);
- il risultato economico complessivo, prima delle imposte ha raggiunto 303,3 milioni di Euro (+32,7%) e l'utile dell'esercizio 147,5 milioni di Euro, in forte miglioramento rispetto al risultato conseguito nel 2002 (+44,4%).

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 2003 ammonta a 1.205 milioni di Euro. Gli elementi costitutivi risultano pari a 1.542 milioni, con una eccedenza di 337 milioni di Euro.

Le anticipazioni sul 2004
I dati della prima Trimestrale

In data 29 aprile 2004 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione **la Relazione trimestrale consolidata al 31 marzo 2004 del Gruppo Unipol**, redatta in base al regolamento Consob n. 11971.

Nel primo trimestre del 2004 è continuata l'evoluzione positiva nell'attività delle imprese del Gruppo, in linea con gli obiettivi di sviluppo. In particolare, si è dato corso al progetto di integrazione tra le società del Gruppo Winterthur Italia e Meieaurora, che ha dato origine ad "Aurora Assicurazioni", terza compagnia assicuratrice multiramo italiana, con una raccolta premi pro-forma 2003 di circa 3,2 miliardi di Euro; tale progetto si concluderà con l'integrazione anche di Winterthur Vita in Aurora Assicurazioni S.p.A..

Tra gli aspetti salienti della gestione, nel trimestre, si segnalano: la raccolta premi, che ha raggiunto 2.418 milioni di Euro (+11,8%), la consistenza degli investimenti e della liquidità, che ha raggiunto 27.795 milioni di Euro, con un incremento di 1.410 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2003 (+5,3%) e l'ammontare delle riserve tecniche, pari a 25.772 milioni di Euro (+4%).

Unipol Banca (Capogruppo dell'omonimo Gruppo bancario) ha proseguito lo sviluppo della propria rete, attraverso l'apertura delle filiali secondo le autorizzazioni ottenute dall'Organo di Vigilanza. In tal modo ha raggiunto a fine aprile 2004 i 192 punti vendita, dei quali 95 integrati con agenzie assicurative, 50 negozi finanziari e 438 promotori finanziari.

Nel corso del mese di febbraio è stato presentato in Banca d'Italia l'aggiornamento del piano poliennale di sviluppo, anche al fine di ottenere nuove autorizzazioni per l'ampliamento della rete delle filiali sul territorio. Il piano prevede, in sintesi, di raggiungere, a fine 2006 tra le 300 e le 400 filiali, 200 negozi finanziari e circa 800 promotori finanziari.

Il risultato lordo consolidato del Gruppo Unipol al 31 marzo 2004 ammonta a 117,8 milioni di Euro (+110,7% rispetto al primo trimestre 2003). Il risultato netto consolidato è risultato pari a 63,9 milioni di Euro (+129%), ovvero 50,3 milioni di Euro (+111,5%) al netto della quota di pertinenza di terzi.

Unipol Assicurazioni - Bilancio della Capogruppo al 31/12/2003

Per Unipol Assicurazioni l'esercizio 2003 è stato particolarmente importante, sia sotto il profilo strategico che dei risultati conseguiti.

Il periodo è stato principalmente caratterizzato:

- dall'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia e dall'aumento di capitale sociale per 1.054 milioni di Euro, integralmente sottoscritto nel corso del terzo trimestre;
- dall'avvio del progetto di integrazione delle società del Gruppo Winterthur Italia con Meieaurora, che ha dato vita ad Aurora Assicurazioni, terza Compagnia multiramo nel mercato italiano;
- dall'adeguamento dell'assetto organizzativo di Unipol Assicurazioni alla nuova configurazione del Gruppo, al fine di perseguire, attraverso l'unificazione delle strutture liquidative delle Compagnie multiramo, la condivisione dei sistemi informativi e di comunicazione, l'accentramento della gestione finanziaria e del patrimonio immobiliare, economie di scala e di investimento finalizzate alla creazione di valore per gli azionisti;
- dall'ulteriore sviluppo del comparto bancario e del merchant banking, a cui si è affiancata l'operatività nel credito a medio termine;
- da una notevole crescita della raccolta premi, in particolare nel comparto Vita, e da un'importante crescita dei risultati reddituali delle società del Gruppo e del risultato consolidato.

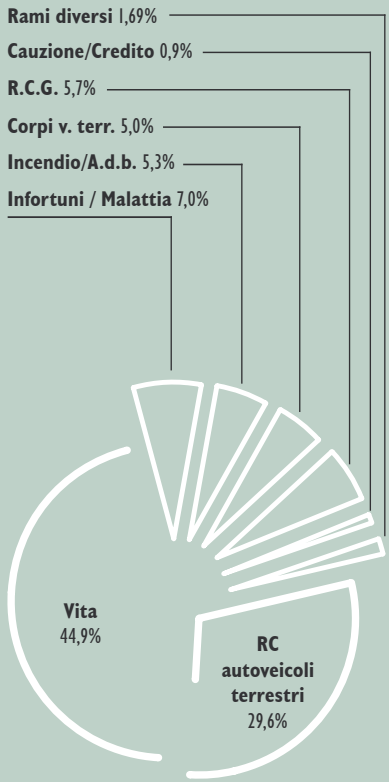
In termini di risultati, Unipol Assicurazioni al termine del 2003, 41° esercizio dall'inizio dell'attività sociale, ha conseguito un utile netto di 134,1 milioni di Euro (+30,1%), mentre, a livello di bilancio consolidato, l'utile netto è stato di 147,5 milioni di Euro, in forte crescita rispetto all'esercizio precedente (+44,4%).

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

- tasso di sviluppo della raccolta premi del 29,1% (31,2% nel lavoro diretto), con una crescita di carattere eccezionale e non ripetibile nei rami Vita pari al 74,5%; in termini reali la crescita dei premi diretti è risultata dell'27,8%;
- riduzione dell'incidenza delle spese di gestione sulla raccolta premi (14,1% contro 16,5% del 2002);
- crescita degli investimenti e delle disponibilità liquide del 36,9% Il predetto aumento, che ha coinvolto principalmente gli investimenti in partecipazioni (+1.522 milioni di Euro rispetto al 31/12/2002), a seguito delle già citate acquisizioni intervenute nel corso dell'esercizio, e gli investimen-

Sintesi dei dati più significativi della Compagnia

Composizione % premi Capogruppo Unipol Assicurazioni

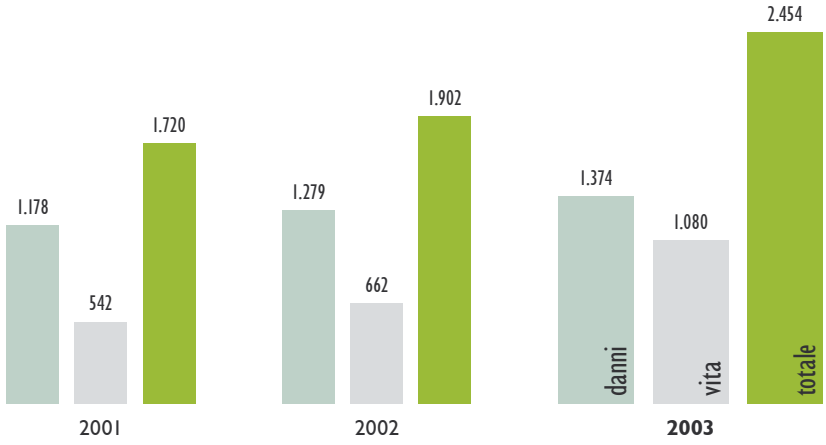


	2001	2002	2003
Premi	1.720,3	1.901,7	2.454,2
variazione %	*9,1*	*10,5*	*29,1*
Riserve tecniche	4.735,4	5.122,0	6.091,5
variazione %	*8,6*	*8,2*	*18,9*
Rapporto % riserve tecniche/premi			
-Danni	152,4	147,2	147,5
-Vita	542,1	520,4	376,3
-Danni+Vita	275,3	269,3	248,2
Investimenti e disponibilità	5.986,3	6.474,3	8.865,9
variazione %	*13,6*	*8,2*	*36,9*
Pagamenti (sinistri, scadenze, riscatti e rendite)	1.104,0	1.199,9	1.230,3
variazione %	*11,0*	*8,7*	*2,5*
Rapporto % sinistri/premi rami Danni	75,1	71,9	71,8
Spese di gestione	296,3	313,0	345,9
variazione %	*6,3*	*5,6*	*10,5*
Rapporto % spese di gestione/premi	17,2	16,5	14,1
Combined ratio % (1)	96,0	92,1	92,8
Patrimonio netto	1.170,9	1.387,7	2.529,5
variazione %	*4,0*	*18,5*	*82,3*
Utile netto	83,2	103,1	134,1
variazione %	*39,6*	*23,9*	*30,1*
Rapporto % Utile netto/Premi	4,8	5,4	5,5
Dividendo totale	48,8	56,9	115,7
variazione %	*27,7*	*16,6*	*103,3*
Dividendo unitario azioni ordinarie	0,0950	0,1100	0,1250
Dividendo unitario azioni privilegiate	0,1002	0,1152	0,1302

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

importi in milioni di Euro

PREMI COMPLESSIVI CAPOGRUPPO UNIPOL ASSICURAZIONI



importi in milioni di Euro

ti in obbligazioni e altri titoli a reddito fisso (+1.045,1 milioni), è strettamente correlato alle disponibilità acquisite con l'aumento di capitale sociale (1.054,3 milioni di Euro) e con l'emissione del prestito obbligazionario subordinato (300 milioni di Euro), nonché alla crescita delle riserve tecniche (riserve matematiche e altre riserve tecniche dei rami Vita, riserve premi e riserve sinistri dei rami Danni), che sono passate, complessivamente, da 5.122,0 milioni di Euro a 6.091,5 milioni di Euro (+969,5 milioni);

- crescita dei proventi netti correnti (+8,4%); più contenute le plusvalenze nette realizzate (+100,9%), mentre le rettifiche nette di valore riducono sostanzialmente il loro peso sul complesso degli investimenti (-21,8%);
- risultato ordinario in crescita rispetto al precedente anno (+9,3%) ed incremento ancora più sostenuto del risultato straordinario (+97,2%);
- risultato economico prima delle imposte di 209,1 milioni (+19,5%) e utile d'esercizio di 134,1 milioni (+30,1%).

Ai Soci di Unipol Assicurazioni è stato attribuito un dividendo unitario di Euro 0,1302 per le azioni privilegiate e di Euro 0,1250 per le azioni ordinarie (dividendo complessivo pari a 115,7 milioni di Euro,+103,3%), con un incremento pari, rispettivamente, al 12,6% ed al 13,2%, pur in presenza di un aumento di capitale che ha portato il numero delle azioni da 508.535.307 a 911.580.733. Il pay-out, pertanto, passa dal 55,2% all'86,3%.

I principi IAS

Processo di transizione ai nuovi principi contabili internazionali (IAS/IFRS)

Continua la lunga marcia delle società quotate verso l'applicazione integrale, nei bilanci consolidati, dei nuovi principi contabili internazionali.

Attualmente sono previste due fasi:

- **fase I** (elaborazione entro marzo 2004, applicazione dal 2005) che prescrive: nuova classificazione dei contratti tra assicurativi e finanziari, eliminazione delle riserve di perequazione ed eventuali altre riserve catastrofali, applicazione del "Loss Recognition Test" alle riserve premi e sinistri.

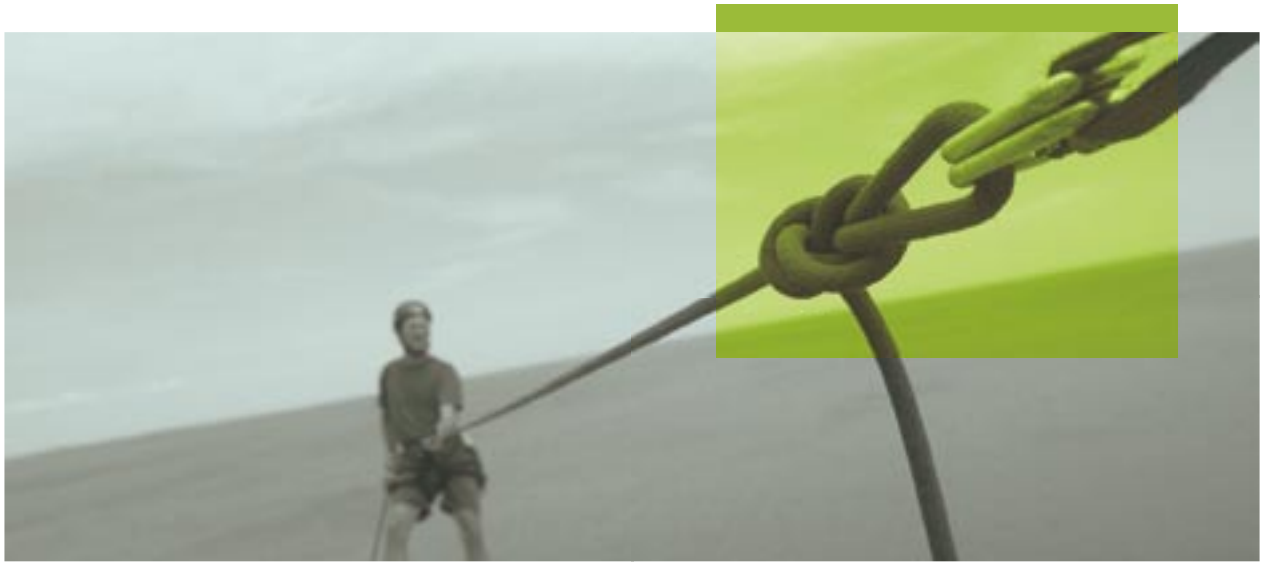
- **fase II** (applicazioni dal 2007), che introdurrà un nuovo metodo di valutazione delle attività e delle passività assicurative.

Anche i dati del 2004 dovranno essere riclassificati, per permettere la redazione di un bilancio comparato. In attesa dell'adeguamento delle normative nazionali e fiscali, le compagnie di assicurazione dovranno comunque continuare a redigere il bilancio individuale anche secondo gli schemi adottati fino ad ora.

Il primo documento contabile formulato sulla base degli standard IAS/IFRS dovrebbe essere la Relazione consolidata al 31/3/2005, con l'esposizione comparativa del corrispondente periodo dell'esercizio precedente, effettuata in base ai nuovi standard.

Per quanto riguarda Unipol, rappresentanti sia della Capogruppo che di alcune società controllate partecipano attivamente ai gruppi di lavoro sui nuovi principi costituiti dall'ANIA per contribuire all'analisi delle problematiche contabili e finanziarie.
A fine 2003, la Capogruppo Unipol Assicurazioni ha avviato un progetto di adeguamento agli IAS/IFRS in collaborazione con una importante società di consulenza e con il contributo della società attualmente incaricata della revisione e certificazione del bilancio.

Si sta sviluppando un'analisi dettagliata dei sistemi, dei processi, dei modelli contabili e di bilancio che dovranno essere ridefiniti secondo i nuovi principi a livello di singola impresa (Capogruppo e società controllate). Le aree aziendali maggiormente coinvolte dal nuovo impianto contabile risultano: contabilità generale, finanza e partecipazioni, area tecnica Vita, immobiliare e sistemi informativi.



Il valore aggiunto

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 31/12/2003 è pari a 614,2 milioni di Euro (549,9 milioni al 31/12/2002 +11,7%), così formato:

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

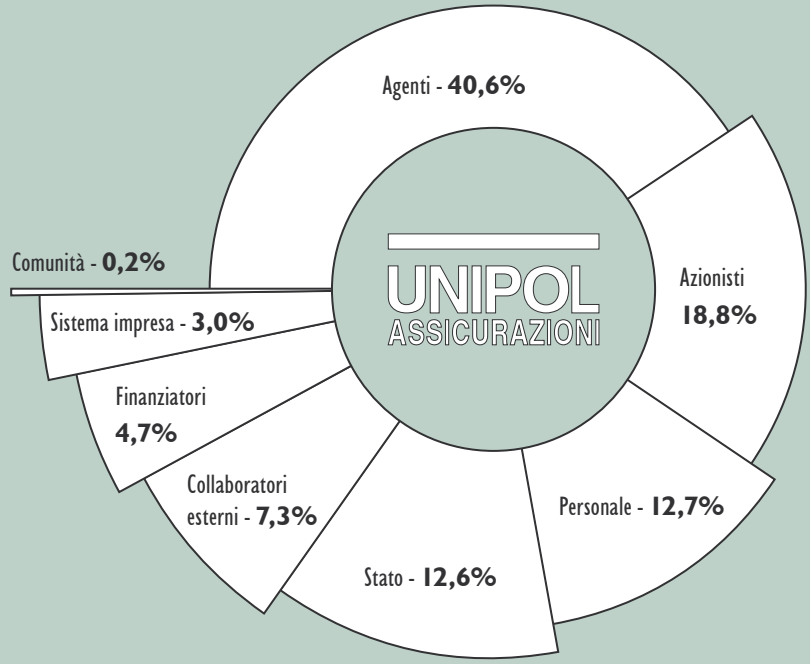
Descrizione	2001	2002	2003	Var. % 03/02
Ricavi della gestione caratteristica				
Premi acquisiti (*)	1.720,3	1.901,6	2.454,2	29,1
Premi ceduti e altre componenti tecniche	-95,7	-96,6	-109,1	12,9
Proventi patrimoniali e finanziari netti (**)	130,1	167,1	273,8	63,9
Totale	1.754,7	1.972,1	2.618,9	32,8
Costi della gestione caratteristica				
Pagamenti/Accantonamenti/Riserve/ Altri oneri tecnici	-1.300,9	-1.421,1	- 2.014,1	41,7
Costi funzionamento / ammortamenti	-42,6	- 42,3	- 60,4	42,4
Totale	-1.343.5	-1.463,4	-2.074,5	41,8
Componenti accessorie e straordinarie				
Saldo proventi / oneri diversi	17,6	20,9	29,7	41,7
Saldo componenti straordinarie	44,3	20,3	40,1	97,2
Totale	61,9	41,2	69,8	69,0
Valore Aggiunto globale netto	**473,1**	**549,9**	**614,2**	**11,7**

(*) Nell'esercizio 2003 sono state inoltre incassate (e versate) imposte a carico degli assicurati sui premi e contributi relativi al Servizio Sanitario Nazionale per 251 milioni di Euro.
(**) Incluse le rettifiche di valore di attività finanziarie.

importi in milioni di Euro

Distribuzione del Valore aggiunto

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 2001-2003

	anno 2001		anno 2002		**anno 2003**	
Remunerazioni	Entità	%	Entità		Entità	%
agli Agenti	214,4	45,3	230,3	41,9	**249,6**	**40,6**
agli azionisti	48,8	10,3	56,9	10,3	**115,7**	**18,8**
al personale	68,1	14,4	72,6	13,2	**78,2**	**12,7**
allo Stato	54,8	11,6	75,1	13,7	**77,5**	**12,6**
ai collaboratori esterni	34,2	7,2	43,6	7,9	**44,9**	**7,3**
ai finanziatori	17,5	3,7	24,1	4,4	**28,7**	**4,7**
al sistema impresa	34,4	7,3	46,2	8,4	**18,4**	**3,0**
alla comunità	0,9	0,2	1,1	0,2	**1,2**	**0,2**
Valore Aggiunto	473,1	100	549,9	100	**614,2**	**100**

importi in milioni di Euro

Dall'analisi dei risultati del 2003 si evince che:

- la quota più rilevante del Valore Aggiunto (372,7 milioni di Euro, pari al 60,7%) 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;

- seguono, nella distribuzione, gli Enti e le Istituzioni, principalmente sotto forma di imposte dirette sul reddito e altre imposte, per un ammontare complessivo di 77,5 milioni di Euro (12,6%). Tale importo si riferisce per 66,5 milioni all'IRPEG, per 8,5 milioni all'IRAP e per residui 2,5 milioni ad imposte varie;

- la parte destinata agli azionisti, quale remunerazione diretta dell'investimento (attraverso i dividendi distribuiti), ammonta al 18,8% della ricchezza prodotta, pari a 115,7 milioni di Euro con un incremento del 103,3% rispetto al 2002, pur in presenza di un aumento di capitale che ha portato il numero delle azioni da 508,5 a 911,6 milioni;

- al rafforzamento patrimoniale ed al sistema impresa è riservato il 3% della ricchezza prodotta (pari a 18,4 milioni di Euro, dei quali 13,4 milioni versati alla riserva legale e 5 milioni alla riserva straordinaria);

- ai finanziatori viene destinato, quale interesse corrisposto, il 4,7% del Valore Aggiunto;

- infine, viene distribuito complessivamente più di 1 milione di Euro per la comunità, sotto forma di contributi alla Fondazione Cesar e di contributi per liberalità e per cultura.

terza sezione

RELAZIONE SOCIALE

I Consumatori e i Clienti

- L'offerta ai clienti 97
- Le Convenzioni 100
- I riferimenti normativi della RCA 101
- Il servizio di liquidazione 102
- Il servizio Sertel 108
- I fornitori di servizi 110
- Le frodi assicurative 112
- La tariffa RC Auto 116
- Unibox Strada Sicura 118
- "Unipol Risponde" 119
- I rimborsi RCA e il contenzioso 122
- Diritto all'informazione 123
- Le sponsorizzazioni di Unipol 125
- Innovare la comunicazione 127
- Il rapporto con le Associazioni dei Consumatori 129

L'offerta ai clienti

I prodotti sono progettati in modo che rispondano ai reali bisogni dei consumatori, e devono essere corredati da documentazione informativa chiara ed aggiornata sia nelle coperture offerte che nelle procedure liquidative. Tutta l'azione d'impresa, dallo studio dei prodotti, alla fase assuntiva, alla fase liquidativa, deve rispondere ad una visione tale da garantire sempre l'affidabilità e la trasparenza del settore assicurativo, la qualificazione dell'assicurazione come strumento sociale per la sicurezza e la previdenza di persone e aziende, la correttezza e coerenza nell'assunzione dei rischi e nella liquidazione dei danni, la soddisfazione del cliente riguardo al prezzo, la qualità delle prestazioni, la qualità del servizio.

ALCUNI PRODOTTI SPECIFICI DELLA LINEA PERSONE

Multigaranzie per la persona

È il prodotto con il quale si realizza la continua evoluzione della linea di prodotti Infortuni. Ha una struttura modulare multirischi che lo rende adatto a soddisfare, in maniera ampia e diversificata, i bisogni assicurativi sia del mercato della "famiglia" che 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.

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

Per questo Unipol ha sempre adottato una politica tecnico-commerciale fortemente orientata alla trasparenza del servizio e alla soddisfazione del cliente.
La gamma dei prodotti di Unipol risponde alle esigenze assicurative di tutti i segmenti del mercato, dai bisogni assicurativi complessi delle imprese ai bisogni delle diverse categorie del mondo del lavoro autonomo e dipendente, alle esigenze di risparmio e sicurezza delle famiglie.
Ci piace qui ricordare che Unipol si è da sempre caratterizzata anche per l'attenzione dedicata alla copertura di quei segmenti del mercato costituito da utenze deboli o socialmente caratterizzate, con meno disponibilità di risorse economiche, ma con più bisogni di sicurezza e di tutela assicurativa. Per queste Unipol ha approntato specifici prodotti come quelli dedicati alla sicurezza della persona, ai bisogni di sicurezza della terza età e del mondo della scuola, alla sicurezza dell'impresa, come riportato nella tabella a fianco.

Unimedica

Unimedica è finalizzata alla tutela della 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 inoltre 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 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 ultra60enni

(Polizze stipulate da Comuni/Enti a favore dei residenti nel loro territorio)

Particolari fasce di popolazione, soprattutto anziani, avvertono sempre più forte 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 ed 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 questo sito 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
  (per gli Istituti scolastici)
- Assicurazione Responsabilità Civile e Tutela Giudiziaria del Dirigente Scolastico
  (per il singolo Dirigente scolastico)

ALCUNI PRODOTTI SPECIFICI DELLA LINEA AZIENDE

Unipol per l'impresa

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 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 vengono assicurati 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.

I programmi assicurativi per le imprese

I programmi assicurativi per le imprese di Unipol si caratterizzano nel mercato assicurativo italiano per l'impegno nella ricerca di servizi e di prodotti specificamente 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.

Le Convenzioni

La Convenzione è uno strumento assicurativo di prassi in Unipol, frutto della stretta collaborazione consolidatasi negli anni con le Organizzazioni di rappresentanza del mondo del lavoro socie di Unipol (CGIL, CISL, UIL, CNA, CIA, Confesercenti, etc.), con la Legacoop e con tante altre realtà associative del mondo economico e sociale.
La filosofia di fondo della Convenzione è quella di garantire, attraverso la stipula di un accordo con le Organizzazioni, l'estensione delle coperture assicurative previste a tutti i loro aderenti con condizioni di favore.
La Convenzione, in altre parole, è un vero e proprio "contratto collettivo" che offre ampie garanzie e agevolazioni nella copertura assicurativa e che diviene un diritto acquisito per ogni iscritto (persona o impresa) alle Organizzazioni di rappresentanza e per i suoi familiari.
Lo strumento della Convenzione è utile quando è necessario offrire e garantire copertura assicurativa agli iscritti delle Organizzazioni Socie e delle varie associazioni.
Le convenzioni costituiscono un valore aggiunto della appartenenza alle organizzazioni e contemporaneamente vengono particolarmente convenienti perchè permettono anche a specifiche utenze deboli, che altrimenti non potrebbero singolarmente accedere alle tutele assicurative a causa del loro costo, di ricevere le adeguate coperture assicurative.
Nel corso degli anni alle tradizionali convenzioni con le Organizzazioni Socie si sono affiancate nuove convenzioni con realtà emergenti del Sociale, del mondo associativo e del Terzo Settore (CGM, Cooperative sociali, Inarcassa Cassa nazionale previdenza e assistenza Ingegneri e Architetti liberi professionisti, Auser Associazione per l'autonomia dei servizi e la solidarietà, Associazione Genitori Scuole Cattoliche, ASPPI Associazione sindacale piccoli proprietari immobiliari ecc.) o nel campo della Cultura e del tempo libero (come Slow Food, Associazione Nazionale dei Centri Sociali Comitati Anziani e Orti , ARCI Nuova associazione, ecc.).

CONVENZIONI AL 31.12.2003

	Totale generale 2002		Totale generale 2003			
	Contratti	Premi	Contratti	Var.%	Premi	Var.%
CGIL - CISL - UIL	251.625	133.932.720	274.365	9,04	148.654.869	10,99
CNA - CIA - Confesercenti	99.546	61.689.693	104.582	5,06	65.812.225	6,68
LEGACOOP	43.064	25.320.156	98.390	128,47	55.249.698	118,20
CGM, ARCI, ANCESCAO, AUSER, ASAPS, BANCA DEL TEMPO	28.297	19.018.146	28.853	1,96	19.780.827	4,01
SPI, UILP, FNP/CISL, FNAP/CNA, ANPP/CIA, FIPAC/Confesercenti	128.744	49.891.799	133.825	3,95	57.518.809	15,29
Altre Convenzioni	32.464	28.811.721	36.965	13,86	30.716.135	6,61
Totale Convenzioni nazionali	583.740	318.664.235	676.980	15,97	377.732.563	18,54
Totale Convenzioni LL	215.017	115.802.317	237.838	10,61	162.503.210	40,33
Totale Generale	798.757	434.466.552	914.818	14,53	540.235.773	24,34

I riferimenti normativi della RCA

La **Legge 990/69** introduce l'obbligatorietà in Italia dell'assicurazione RC Auto. Disciplina e regola le modalità di esercizio nel Ramo Auto delle compagnie di assicurazioni, obbligando tutti i proprietari di veicolo ad essere assicurati.
La Legge 990/69 garantisce pertanto la tutela patrimoniale dell'assicurato e la certezza del giusto risarcimento al danneggiato.

La **Sentenza 184/86** della Corte Costituzionale delinea il sistema risarcitorio del danno a persone, che è stato suddiviso con il seguente profilo in:

- Danno biologico: in cui la lesione è considerata indipendentemente dalla attività lavorativa o meno. Il danno biologico si suddivide in due voci di invalidità:
  - *permanente,* quando le lesioni hanno postumi definitivi;
  - *temporanea,* quando le lesioni procurano solo dei gradi di invalidità in un determinato arco temporale in cui può essere parziale o totale.
- Danno morale: riconosciuto solo se il fatto costituisce reato; la legge non determina parametri di risarcimento. Il danno morale oggi è liquidato in via equitativa con un 25% del totale del danno biologico.
- Danno patrimoniale: è la perdita economica derivante dalle lesioni subite e pertanto va riconosciuto solo se rigorosamente provato.

La **Legge n. 57** del 5 Marzo 2001 delinea le nuove disposizioni legislative nel settore RCA; ha disciplinato:

- nuovi criteri economici per il risarcimento e le tabelle per le micropermanenti;
- nuovi criteri sanzionatori per le compagnie che non rispettano i termini di legge per la liquidazione.

La **Legge 273/2002** ha modificato alcuni riferimenti normativi a seguito dell'entrata in vigore della Legge 57/2001, disciplinando in particolare disposizioni per la trasparenza dei servizi assicurativi dei veicoli a motore, prevedendo di mettere a disposizione del pubblico le tariffe e le condizioni generali di assicurazione all'interno delle singole agenzie ed attraverso il sito Internet di ciscuna compagnia, prevedendo l'obbligatorietà dei preventivi e quindi rendendo possibile da parte del consumatore la comparabilità tariffaria e delle condizioni di polizza.
Per quanto riguarda le modalità di risarcimento ha previsto l'obbligatorietà della presentazione della fattura a seguito di un risarcimento danni da auto, norma volta ad obbligare il danneggiato a riparare l'auto, ribadendo quindi il principio della certezza del risarcimento ed evitando così eventuali comportamenti speculativi. Inoltre ha inasprito le pene detentive relativamente ai reati di truffa in assicurazione.

1) Legge 990/69
disciplina l'obbligo di assicurazione

2) Sentenza Corte Costituzionale n. 184/86
definisce le voci di risarcimento del danno a persona

3) Legge 57/2001
disciplina il valore del danno e i tempi entro il quale la lesione deve essere risarcita

4) Legge 273/2002
dispone l'entrata in vigore dei baremes per la determinazione dei punti di invalidità

- Il quadro normativo è in via di sostanziale modifica per l'ormai prossima approvazione del Testo Unico delle Assicurazioni, che riordina complessivamente l'intera materia assicurativa. Di particolare rilievo l'annunciata eliminazione della presentazione della fattura relativa alla riparazione dell'auto.

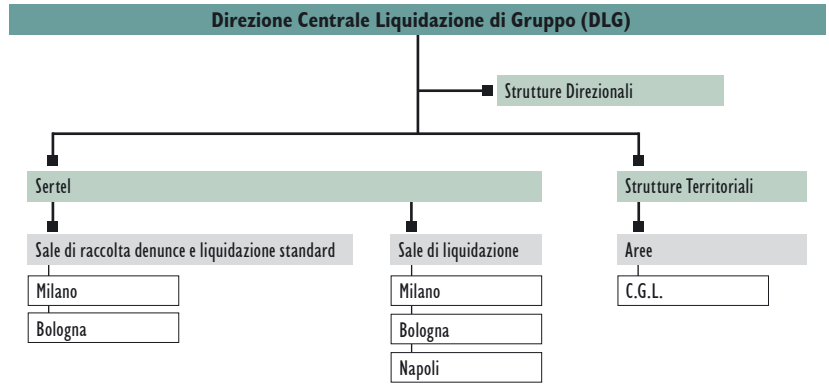
Il servizio di liquidazione

Il Gruppo Unipol ha realizzato nel 2003 l'unificazione delle strutture di Liquidazione con l'obiettivo di migliorare il servizio agli utenti e per realizzare anche una maggiore efficienza ed efficacia aziendale. L'unificazione ha riguardato nel corso del 2003 la struttura di Meieaurora, mentre nel 2004 è stato avviato il processo di integrazione anche delle strutture di Winterthur.
A regime, quindi a fine 2004, la Direzione Liquidazione di Gruppo impiegherà 1.350 unità per gestire circa 870.000 sinistri.
Il processo di liquidazione del Gruppo prevede:

- l'accentramento dell'apertura di tutti i sinistri e la gestione dei sinistri semplici in Sertel, (**Numero Verde 800.993388**);
- che i sinistri complessi vengano gestiti sul territorio attraverso una presenza capillare di 64 Centri di Liquidazione di Gruppo (CLG).

Questa organizzazione vuole garantire standard elevati di servizio con:

a) la riduzione dei tempi di liquidazione dei sinistri semplici attraverso Sertel,
b) la canalizzazione presso le carrozzerie collegate a Sertel,
c) l'unificazione delle reti dei collaboratori (periti, medici, accertatori e legali),
d) l'unificazione dei sistemi di controllo tecnico della liquidazione,
e) l'intensificazione di piani formativi rivolti ai dipendenti.



Principali aspetti del processo di Liquidazione di Gruppo

1. Sertel tratta e liquida tutti i sinistri semplici auto con soli danni a cose (senza intervento del legale e senza problemi di responsabilità).
2. Disponibilità di una rete di 2.500 carrozzerie convenzionate che consentono ai clienti rapidità nella riparazione, nessun esborso di denaro e servizi aggiuntivi (es: l'auto sostitutiva).
3. Pagamento accelerato senza perizia per i sinistri canalizzati presso le carrozzerie convenzionate; infatti parte delle liquidazioni sono effettuate ai carrozzieri direttamente con attivazione di Sertel.
4. Parte della gestione dei sinistri RCA con lesioni avverrà presso le strutture liquidative accentrate, per sperimentare forme liquidative semplificate (es: valutazione dei postumi senza perizia medica);
5. Tutte le attività di Liquidazione saranno processate attraverso un unico sistema informativo.

SINISTRI LIQUIDATI DA UNIPOL

sinistri liquidati	2001	2002	2003	var%
da Sertel	67.063	75.577	75.379	-0,3%
dai C.L.G.	132.055	122.424	124.373	1,3%
da Direzione	9.659	18.610	21.258	16,2%
Totale	208.777	216.611	221.010	2,0%

Radiografia di un fenomeno negli ultimi anni

- Oltre 47 milioni di veicoli circolanti (dato ACI: 2002);
- 810 veicoli per 1.000 abitanti;
- 140 veicoli ogni km di strada (dato Isvap: 2002);
- Oltre 4 milioni di incidenti con seguito (dato Isvap: 2001);
- Quasi 900.000 feriti e 8.000 morti;
- 78 imprese assicuratrici autorizzate al Ramo RCA;
- 12.500 milioni di Euro: gli oneri per sinistri nel 2001.

DISLOCAZIONE CENTRI SERVIZI DI LIQUIDAZIONE DEL GRUPPO UNIPOL

FREQUENZA SINISTRI RCA

	1999	2000	2001	2002
Germania	8,9%	7,9%	7,5%	7,2%
Francia	6,3%	6,1%	5,9%	5,0%
Italia	12,2%	11,0%	9,6%	8,8%
Gran Bretagna	8,3%	8,2%	8,9%	8,7%

Nel 2003 e nei primi mesi del 2004 l'operatività della Centrale Sertel è stata estesa, per quanto riguarda la liquidazione, a tutto il territorio nazionale e a tutte le imprese del Gruppo Unipol.
La Centrale Sertel permette di ridurre il tempo che intercorre tra la data di sinistro e la data di denuncia. Per Sertel passano mediamente 5 giorni, per i sinistri aperti con la metodologia tradizionale circa 20. Questo dato conferma la facilità di accesso al Numero Verde.

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 permettono di produrre statistiche sulle principali componenti di costo.
Le prime risultanze sono le seguenti, fatto 100 il costo del sinistro con danni a cose:

- il 56,2% riguarda la manodopera;
- il 29,1% i ricambi;
- il 14,7% i materiali di consumo.

L'incidenza della manodopera risulta in incremento sul 2002.

- Per ogni sinistro sono necessarie mediamente 15,7 ore di manodopera;
- A fronte di danni anche lievi emerge che nel 53% dei casi si procede con la sostituzione del pezzo danneggiato; in particolare sui danni che riguardano i paraurti gli stessi vengono sostituiti nel 63% dei casi.

Lo sviluppo di queste rilevazioni permetterà un ulteriore controllo e verifica sulle effettive cause dell'incremento dei costi del Danno materiale

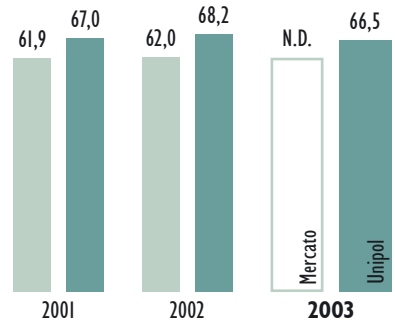
Dati Unipol Sertel

La velocità di liquidazione

Nel corso del 2003 la velocità di liquidazione si è attestata al 66,5%. Questo risultato è stato ottenuto sia sul versante dei danni a cose, attraverso Sertel, che con un'azione di velocizzazione dei sinistri con lesioni.
Nel 2003 il risultato in gran parte è stato determinato dall'incremento del numero di fatture acquisite per effetto della Legge 273, fatture che vengono rilasciate con tempi più lunghi rispetto a quelli del pagamento, allungando così i tempi di rilevamento e di liquidazione; per cui il dato di quest'anno non è completamente comparabile con gli anni precedenti.

La velocità di liquidazione è l'indice che esprime quanti sinistri denunciati nell'esercizio vengono liquidati nell'esercizio stesso.

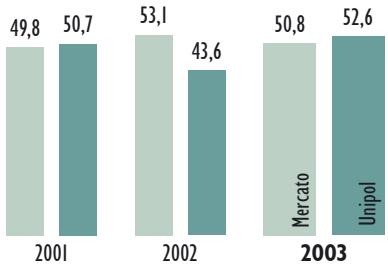
VELOCITA' DI LIQUIDAZIONE SINISTRI RCA



I tempi di liquidazione

Questo dato indica il tempo che intercorre tra la data del sinistro e la data di liquidazione; si riferisce ai sinistri CID, ossia con danni a sole cose.

TEMPI MEDI DI LIQUIDAZIONE CID
Velocità di pagamento in giorni



L'Unipol ha adottato, nella Liquidazione, delle procedure rigorose che prevedono il mancato riconoscimento dell'IVA in assenza di fattura e la richiesta della stessa nei tre mesi successivi alla liquidazione (come previsto dalla Legge 273).
Questo fatto ha comportato da una parte un positivo effetto di incremento di sinistri liquidati con fattura (a vantaggio di una maggiore correttezza tra le parti), dall'altro l'allungamento dei tempi di liquidazione non dovuto alla Compagnia.

La Convenzione CID fino al 30 Maggio 2004

La Convenzione Indennizzo Diretto (CID) è una procedura in virtù della quale l'assicuratore del danneggiato non responsabile paga il proprio cliente quando:
1) c'è urto tra soli due veicoli;
2) non ci sono feriti;
3) la responsabilità è determinata e si rileva dal modulo di denuncia;

Gestione del sinistro
L'impresa mandataria (ovvero del danneggiato incolpevole) provvede alla liquidazione convenzionale dei danni in presenza di un modulo di constatazione amichevole compilato e sottoscritto dai conducenti di entrambi i veicoli.
All'impresa mandataria compete la gestione dei danni.

I vantaggi della procedura CID per l'assicurato danneggiato:
a) Rapporto di fiducia e facilità di contatto con il proprio assicuratore
b) Riduzione dei motivi di contrasto con l'assicuratore sulle modalità dell'incidente sottoscritte dalle parti
c) Accorciamento dei tempi di istruzione della pratica grazie alla dinamica del sinistro già definita ed accertamento dei danni più agevole
d) Obiettività, trasparenza ed uniformità nella determinazione del risarcimento per utilizzo di consolidati e condivisi parametri tecnici
e) Tempi di gestione della pratica complessivamente più brevi

I vantaggi della procedura CID per le imprese assicuratrici
a) Possibilità di fidelizzare la propria clientela offrendo un buon servizio
b) Contenimento dei costi dei sinistri per la rapidità di accertamento e pagamento dei danni
c) Economia di onorari a patrocinatori per la immediatezza e semplificazione della gestione diretta e riduzione del contenzioso

Effetti dell'applicazione della CID
La CID ha i seguenti obiettivi:
- gestione completa dei danni subiti dal proprio assicurato
- certezza, uniformità e rapidità della gestione convenzionale dei danni fisici
- contribuire alla eliminazione degli interventi legali per il rapporto diretto ed immediato tra danneggiato e suo assicuratore.

Il danno a persona

Il grafico nella pagina accanto evidenzia l'incidenza dei sinistri con lesioni sul totale delle denunce RC Auto. Le analisi statistiche evidenziano che ogni 100 sinistri con lesioni circa il 95% ha conseguenze che rientrano fino a 9 punti di invalidità e il 60% riguardano la sola distorsione del rachide cervicale. In Europa l'incidenza è del 30%; nel solo 2003 in Italia sono stati denunciati 500.000 sinistri con lesioni da colpo di frusta.

La Compagnia ha lanciato il progetto "Colpo di frusta" per consentire la corretta liquidazione di questi danni: la novità è rappresentata dalla scientifica misurazione della forza d'urto provocata in caso di sinistro e mira a individuare i casi nei quali la stessa forza d'urto determinata dal sinistro può in effetti avere generato la distorsione del rachide.

Dai dati memorizzati nel sistema informativo della Compagnia in fase di liquidazione di sinistri con lesioni, è possibile verificare il dettaglio delle singole voci che compongono il costo del sinistro: punti di invalidità permanente e giorni di inabilità temporanea riconosciuti, spese legali e mediche, danno morale.

Nel 2003 la sola distorsione del rachide cervicale ha portato mediamente alla liquidazione di 1,8 punti di invalidità per-

La Convenzione CID lesioni dal 1° Giugno 2004

La convenzione CID lesioni in vigore dal 1° giugno 2004 è un importante novità di rilievo nel mercato assicurativo italiano.
Prevede l'estensione della metodologia di liquidazione CID, fino ad ora limitata ai soli danni a cose anche nei casi in cui si verificano danni a persone.
La Convenzione è operativa dal 1° giugno 2004.
Le condizioni di applicazione della procedura CID sono:

- Per i sinistri verificatisi ovunque nel mondo, ma la cui gestione avviene in Italia, quando si ha la collisione fra due veicoli a motore (urto contro oggetto/soggetto esterno) e quando il modulo CAI sottoscritto dai due conducenti è compilato in modo completo;
- Per i danni fisici del conducente e/o dei trasportati indicati o meno su CAI, con veicolo vettore danneggiato e qualifica di terzo del leso;
- Per i danni alle cose trasportate di persone a bordo del veicolo indicati o meno su CAI con qualifica di terzo del danneggiato.

La gestione delle lesioni nella CID:

- Lesioni del conducente e delle persone trasportate;
- 15.000 Euro è il limite del risarcimento per la lesione subita da ogni danneggiato;
- Indennizzo integrale dei danni fisici, esclusi gli esborsi per rivalse;
- I Terzi trasportati hanno diritto all'indennizzo integrale anche nel caso in cui il conducente della vettura sulla quale sono trasportati è parzialmente colpevole.

Unipol ha organizzato incontri sul territorio con la propria rete agenziale per diffondere la conoscenza e l'utilizzo di tale procedura che fornirà al cliente la possibilità di accedere ad una liquidazione rapida e sicura senza alcuna intermediazione.
Collegata al CID lesioni vi è anche la possibilità di accedere alla procedura di conciliazione (vedi scheda illustrativa a pagina 134).

schema di applicazione CID lesioni

manente e 22 giorni di temporanea, a fronte di dati più elevati rilevati nel 2002 (1,9 punti di permanente e 25 giorni di temporanea). Per questa tipologia di sinistri viene riconosciuta solo l'inabilità temporanea nel 13% circa dei casi."

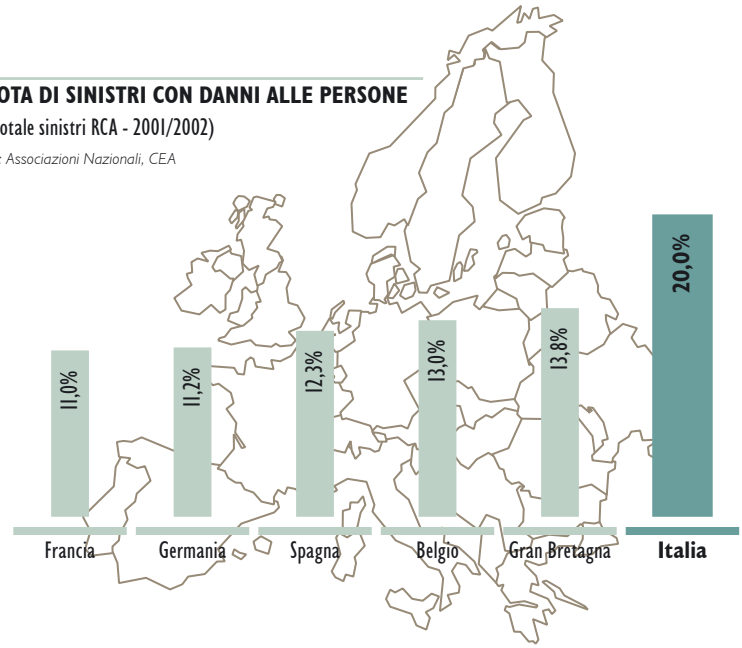
INCIDENZA DEL DANNO A PERSONA
(su totale denunce RCA)

Il risarcimento del danno a persona non è solo un problema tecnico-economico, ma anche sociale. I costi di gestione e del risarcimento si riflettono sul costo delle polizze e quindi sull'economia delle famiglie.

SINISTRI LIQUIDATI CON DANNI A PERSONE

anno	N.Sinistri liquidati	Variazione	
		assoluta	%
2003	9.706	-131	-1,3%
2002	9.837	443	4,7%
2001	9.394	18	0,2%

QUOTA DI SINISTRI CON DANNI ALLE PERSONE
(su totale sinistri RCA - 2001/2002)
Fonti: Associazioni Nazionali, CEA



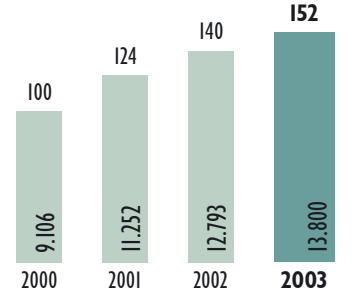
L'Italia ha la più alta percentuale di danni a persona: ogni 100 ben 19 si riferiscono a lesioni (20%), mentre la media europea si attesta intorno all'11%.

I danni con invalidità permanente nel 2003 risultano essere per il Mercato assicurativo in Italia pari al 90% (invalidità fino al 9%) per un risarcimento complessivo pari a 7,33 miliardi di Euro.
L'80% delle lesioni sono lievissime (fino al 3% di invalidità permanente) per un costo complessivo, per il Mercato italiano, di 2,5 miliardi di Euro.

Il contenzioso

Il contenzioso nel 2003 segue la tendenza in crescita degli ultimi anni.
La politica della Compagnia è basata sulla rapidità di istruzione dei sinistri e sul rispetto degli adempimenti previsti dalla Legge 57/2001.
Il contenzioso deriva dalla esigenza di resistere a fronte di richieste esorbitanti sul versante della quantificazione dei postumi invalidanti e contenere le speculazioni.

CAUSE RCA PENDENTI
alla chiusura dell'esercizio (2000 = 100)



Il servizio Sertel

Sertel è un servizio orientato al Cliente, con l'obiettivo di semplificare la gestione pratica di un sinistro e ridurre al minimo gli atti a carico dell'assicurato.

Unipol Sertel ottiene la Certificazione ISO 9001:2000

La Direzione Centrale Liquidazione di Gruppo ha deciso di intraprendere il processo di Certificazione del Sistema Qualità di Unipol Sertel secondo la norma ISO 9001:2000.

Il servizio Sertel

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.**

SINCERT
Certified ISO 9001 by
BVQI

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

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

RISULTATI DI SERTEL 2003 E OBIETTIVI PER IL 2004

Risultati 2003	Obiettivi 2004
Percentuali di risposta per denuncia	
nel 2003 la percentuale di risposta telefonica è stata del 76,7% per Unipol, del 78,8% per Linear e del 75,4% per Meieaurora	L'obiettivo è consolidare tali risultati.
Canalizzazione	
La percentuale media di canalizzazione per il 2003 si attesta così al 21,83%, +6% rispetto al 2002.	L'obiettivo per il 2004 è portare la canalizzazione media del Gruppo al 30%; inoltre si inizierà la canalizzazione dei terzi danneggiati.
Sinistri aperti	
Nel corso del 2003 sono stati aperti da Sertel 490.825 sinistri. Al 31-12-2003 il 77,8% dei sinistri Unipol è stato aperto da Sertel su denuncia telefonica, il restante 22,2% è stato aperto dai CLG (Centri Liquidazione di Gruppo) sulla base delle denunce scritte. Per Meieaurora, Sertel ha aperto il 94,4% dei sinistri denunciati. Per Linear, Sertel ha aperto l' 87,1% del totale sinistri denunciati.	Obiettivi: 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 2003 sono stati liquidati da Sertel 75.379 sinistri Unipol e complessivamente per le tre compagnie 115.271 sinistri. Complessivamente Sertel ha trattenuto per la liquidazione il 45% dei sinistri denunciati, con una velocità di liquidazione dell'84,6%.	Obiettivo del 2004 è aumentare il trattenuto al 50% e raggiungere una velocità di liquidazione dell'87%.
Canalizzazione verso le carrozzerie	
Nel 2003 è aumentato l'apporto delle carrozzerie nella liquidazione dei sinistri, in coerenza con l'aumento della canalizzazione.	L'obiettivo è aumentare la canalizzazione verso le carrozzerie, coinvolgendo la rete delle Agenzie per migliorare il servizio agli assicurati.
Telefonia	
■ Nel 2003 è operativa in tutto il territorio nazionale la comunicazione personalizzata via SMS o Internet agli utenti di Sertel.	Nel 2004 si consoliderà l'uso di tali strumenti telematici.

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.

E' 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 terza parte. 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. E' 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.

Obiettivo per l'immediato futuro è di estendere la Certificazione ISO ai principali stakeholder della Centrale operativa di Sertel, comprendendo tutta la filiera delle carrozzerie.

I fornitori di servizi

Per la liquidazione dei sinistri la Compagnia utilizza anche collaboratori esterni, liberi professionisti o 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 di servizi: periti, carrozzieri, medici.
Nel 2003 si è resa operativa la rete RCA, riguardante i periti e gli autoriparatori, mentre si è approntata quella dei medici, che gradualmente entrerà a regime nel 2004.
L'individuazione e la selezione dei collaboratori è stata fatta valutando la qualità delle prestazioni fornite, l'attenzione al sinistro, la tempestività dell'intervento, la cortesia nella relazione con il cliente.
La realizzazione della rete di Gruppo dei collaboratori mira a ridurre il processo di intermediazione nella liquidazione di sinistri per perseguire una maggiore efficienza organizzativa e una maggiore efficacia, ridisegnando anche le procedure interne, e acquisire attraverso un servizio di qualità la fiducia dei clienti.
Di particolare rilievo anche il contributo che questi fornitori possono dare rispetto alle problematiche antifrode: la conoscenza del territorio, l'analisi di dettaglio e la ricostruzione del sinistro, il contatto con i testimoni, sono tutti spesso momenti decisivi per prevenire le frodi.

I Periti

I periti sono liberi professionisti iscritti ad apposito Albo. A loro spetta il compito di valutare il danno; la loro attività incide sulla soddisfazione del cliente, su una corretta quantificazione del danno e sulla limitazione dei tentativi di speculazione.
Nel corso del 2003 Unipol ha ampliato lo strumento delle c.d. "perizie di riscontro", tendenti a verificare, in particolare, la congruenza tra i danni denunciati e quelli rilevabili dai mezzi coinvolti, per poter arginare ed individuare i fenomeni speculativi.
Nel corso del 2004 è stata completata la rete dei Periti che contempla 570 periti per RCA e ARD ed è in corso di definizione una analoga struttura unificata per i collabo-

ratori degli altri rami che prevede circa 250 nominativi: per cui la rete unificata dei periti del Gruppo Unipol prevederà circa 820 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, e ciò rende più veloce ed efficiente l'operato del perito, accorciando i tempi di intervento. Recentemente è stato disdetto l'accordo ANIA - Associazioni peritali.
Il settore dei Periti è in grande evoluzione: Unipol intende rafforzare il rapporto Gruppo-Periti per favorire questo processo di evoluzione tecnico-professionale in corso e fidelizzare così i propri collaboratori.

I Carrozzieri

I carrozzieri sono artigiani che operano sul mercato. La maggioranza di essi collabora con Unipol in Convenzione, in quanto aderenti al Protocollo d'Intesa fra l'Associazione dei carrozzieri e l'ANIA.
Nel 2004 l'accordo ANIA/Associazione dei Carrozzieri non è stato rinnovato; Unipol ha comunque continuato ad avere le proprie convenzioni con le carrozzerie "fiduciarie", carrozzerie cioè che hanno un rapporto diretto con la centrale operativa Sertel per la istruzione e trattazione del danno.

Inoltre nel corso del 2003 è stato avviato 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 gli Agenti, l'interfaccia della Compagnia verso i clienti, che canalizzeranno gli stessi alle carrozzerie di fiducia, le quali dovranno garantire affidabilità e qualità del servizio.
Unipol effettua periodicamente, attraverso una struttura specializzata, controlli sulla affidabilità e competenza delle carrozzerie consigliate.
A fine 2003 Unipol ha realizzato il collegamento diretto con circa 2.500 carrozzerie tramite il servizio Sertel per l'erogazione delle liquidazioni per via telematica; circa 1.500 si sono impegnate ad offrire servizi aggiuntivi come l'auto sostitutiva e 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; sono specialisti in medicina legale e dell'assicurazione, ma in alcuni casi particolari 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

L'importo complessivo dei sinistri connessi ai reati (115.646 sinistri), è pari a 280,08 milioni di Euro nel 2001 (stima ISVAP). Questa è solo la punta di un iceberg, di cui non si riesce a calcolare fino in fondo l'esatta entità.
La lotta alle frodi con il passare degli anni mantiene intatta la sua attualità, infatti le anomalie del sistema, gli alti costi di contenzioso, le truffe e i comportamenti speculativi volti ad aumentare la valutazione del danno RC Auto, costituiscono fonti di grave alterazione del sistema e generano costi impropri a danno della collettività.
Tali costi infatti si scaricano sui costi complessivi del mercato assicurativo e quindi hanno ripercussioni dirette sul sistema tariffario.

Il fenomeno riguarda oltre che la fase liquidativa anche la fase assuntiva, attraverso la falsificazione dei documenti anagrafici e assicurativi, al fine di ottenere in modo fraudolento un trattamento più favorevole sul prezzo delle garanzie assicurative.
La diffusione delle frodi in ambito assicurativo ha indotto il settore a dotarsi di strutture dedicate, organizzate a livello centrale, presso l'ANIA, e nelle singole compagnie, per la prevenzione e il contrasto dei comportamenti criminosi, in stretta collaborazione con la Magistratura inquirente e con le forze di Polizia. Le banche dati dell'ANIA e dell'ISVAP forniscono l'indispensabile ausilio informatico per l'incrocio delle informazioni utili per accertare questi fenomeni.

LE FRODI NELLA RC AUTO

Incidenza % del numero delle frodi sul totale dei sinistri in Italia	
1999	3,17
2000	3,01
2001	3,23
2002	3,28

Fonte: ISVAP

Le statistiche elaborate dall'ISVAP ci ricordano che l'incidenza percentuale del numero delle frodi sul totale dei sinistri è aumentato inesorabilmente negli ultimi anni.

Il fenomeno, presente su tutto il territorio nazionale, è molto più esteso in alcuni ambiti territoriali dove sono presenti fenomeni di diffusa illegalità, accanto a vere e proprie organizzazioni criminali contro cui occorre promuovere una decisa azione di contrasto non solo da parte delle imprese assicurative e degli Organi dello Stato, ma anche una decisa azione di condanna da parte dell'opinione pubblica e delle stesse Associazioni dei Consumatori, perché ovunque nel nostro Paese si affermino in ogni settore della vita economica e civile i valori della legalità e della solidarietà e siano presenti comportamenti ispirati alla responsabilità e all'onestà.

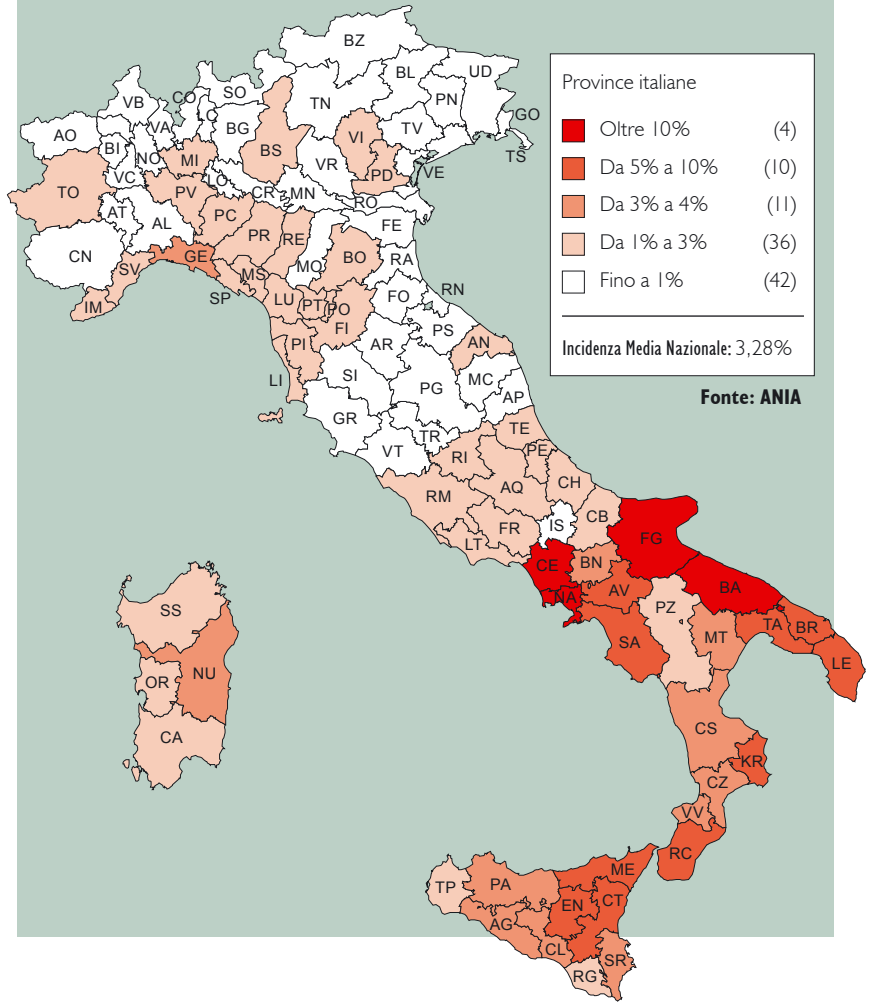
L'Unità Antifrode di Unipol Assicurazioni

L'attuale struttura Antifrode è attiva dal 1° gennaio 2000, in stretto rapporto con l'Auditing Interno e il Servizio Legale.
La struttura di Unipol è una delle più attive del mercato assicurativo italiano nella lotta alle frodi.

I sui compiti sono quelli di:

- Raccogliere e gestire le segnalazioni dei vari comparti aziendali;
- Coordinare le varie strutture aziendali, al fine di prendere decisioni e iniziative condivise ed efficaci;
- Avvalersi anche di idonei supporti informatici della Banca Dati Antifrode di ANIA e ISVAP; trasmettere le indicazioni operative per contrastare le aree di rischio individuate;
- Collaborare con le forze di Polizia e con la Magistratura sulle problematiche dell'antifrode assicurativa.

Incidenza % del numero delle frodi sul totale dei sinistri - Anno 2002



Obiettivi dell'Unità Antifrode

- Riaffermare il principio della legalità, contribuendo alla diffusione nel tessuto sociale del concetto che la frode assicurativa è un reato;
- Ribadire concretamente nei fatti che la nostra Impresa e il nostro Gruppo sono un'entità tra le più attive del mercato assicurativo nella lotta alle frodi:
  - attenta nella individuazione dei fenomeni fraudolenti;
  - efficace nelle iniziative di risposta e contrasto;
- Fornire un supporto tecnico e, se necessario, operativo a tutte le strutture aziendali territoriali e di direzione impegnate a resistere ai fenomeni fraudolenti.

Presentiamo qui di seguito le informazioni relative alle segnalazioni pervenute all'Unità Antifrode nel corso del 2003.

DATI RELATIVI ALLE SEGNALAZIONI DELL'UNITA' ANTIFRODE

	2001	2002	2003
Provenienza delle segnalazioni			
CSL Unipol	78,3	72,6	64,7
Uffici della Direzione / Ispettori rete commerciale	6,3	11,4	16,7
Agenzie Unipol	2,8	3,8	5,4
Servizio Aree Speciali ANIA/Autorità	9,0	10,9	9,8
Altro	3,6	1,5	3,4
Totale	100	100	100
Causali di segnalazione			
Danni denunciati e/o dinamica del sinistro	52,5	45,0	42,5
Nominativi segnalati	24,3	30,5	29,1
Richieste anomale polizze	4,7	4,2	4,0
Altro	18,5	20,3	24,4
Totale	100	100	100

dati in percentuale (%)

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE SEGNALAZIONI EFFETTUATE DA CLG ED UFFICI LIQUIDATIVI DI SEDE

Area	2001	2002	2003
Nord-Ovest	8,2%	9,2%	8,6%
Nord-Est	7,8%	7,5%	4,6%
Emilia-Romagna	8,9%	12,5%	13,1%
Centro	6,9%	8,7%	10,8%
Adriatica	19%	13,9%	10,0%
Centro Sud	46,4%	46,8%	49,8%
Uffici liquidativi di Direzione	2,8%	1,4%	3,1%

** tale definizione è riferita alla nuova organizzazione territoriale della struttura Sinistri - i dati degli anni precedenti al 2003 sono stati riparametrati.*

Le frodi nella fase liquidativa

Le causali più ricorrenti segnalate dagli uffici di liquidazione sono state quelle legate ai danni denunciati o alla dinamica del sinistro (1.027 segnalazioni sulle 1.839 complessive pari al 55,8%); quanto sopra trova rispondenza, in maniera generalizzata, nelle segnalazioni di quasi tutti gli uffici di liquidazione presenti sul territorio.

Querele presentate

Nel 2003 sono state presentate complessivamente 71 querele (a fronte delle 87 presentate nel 2002), di esse:

- 47 hanno riguardato la fase assuntiva;
- 24 hanno riguardato la fase liquidativa.

QUERELE PRESENTATE

	2001	2002	2003
Fase Assuntiva	40	62	47
Fase Liquidativa	29	17	24
Totale	69	79	71

E' confermata la crescita del fenomeno delle truffe in ambito assuntivo, anche per la crescente richiesta di accertamento che le Forze dell'Ordine inoltrano alle compagnie per appurare la reale esistenza di copertura assicurativa a fronte dei contrassegni esposti sui veicoli.

Politiche ed azioni del 2004

Nel corso del 2004 saranno messi in atto ulteriori progetti riguardanti:

1. confronto con Enti Aziendali interessati e collaboratori esterni (legali – investigatori) in relazione alle potenzialità offerte dalla legge n. 397/2000 sulle indagini difensive per potenziare (attraverso l'attività di pool antifrode costituiti nelle realtà maggiormente critiche) la fase repressiva finalizzata alla presentazione di querele nei confronti dei soggetti che mettono in atto fenomeni fraudolenti;

2. prosecuzione degli incontri formativi territoriali sulle problematiche antifrode con le strutture agenziali e di liquidazione.

3. completamento delle analisi congiunte con CED, Servizio Aree Speciali ANIA ed uffici antifrode delle altre più importanti Imprese finalizzato all'avvio del sistema di trasmissione "automatica" delle segnalazioni al Servizio Aree Speciali ANIA.

4. studio di fattibilità dei possibili interventi sui sistemi informativi (Sinistri e Portafoglio) delle Compagnie del Gruppo finalizzati all'introduzione di un sistema di indicatori di criticità (indicatori che consentano di catalogare in automatico una situazione – sia sul versante assuntivo che sul versante liquidativo – come "anomala", facendo scattare il meccanismo di segnalazione indipendentemente dalle valutazioni soggettive operate dagli addetti dell'ufficio che ha assunto il rischio o da quello che sta gestendo la pratica di sinistro).

L'intensa attività dell'Unità Antifrode, oltre che permettere di sventare, combattere e reprimere truffe, ha permesso alla Compagnia un considerevole recupero economico e di redditività, a conferma degli ampi spazi di lavoro in questo campo.

La tariffa RC Auto

Unipol dal gennaio 2002 non ha modificato la tariffa RC Auto e non la modificherà fino ad ottobre 2004.
Nel 2003 e per il primo semestre del 2004 la leva principale è stata la personalizzazione, mirante da un lato alla selezione qualitativa dei rischi per il miglioramento del mix e dall'altro a premiare i buoni assicurati e i clienti più fedeli.
Le principali azioni dell'Impresa nel 2003 sul fronte tariffario sono state indirizzate all'applicazione dell'accordo Governo-Ania-Associazioni dei Consumatori. L'attuazione puntuale dell'accordo è stata perseguita fortemente da Unipol, che già nell'immediatezza della sua stipula (5 maggio 2003) ne dichiarò il 22 maggio le modalità di applicazione.
Così nel corso del 2003 Unipol per esempio ha confermato la tariffa in vigore, a partire dal 1° luglio 2003 ha provveduto a ridurre la tariffa per i giovani dai 18 ai 21 anni del 5%, ha previsto per l'assicurato di poter trasferire la classe di merito maturata sulla prima vettura anche sulla eventuale seconda vettura, ha previsto il rilascio dell'attestato di rischio in caso di furto dell'autoveicolo, permettendo così all'assicurato di contrarre una nuova polizza, anche con altro assicuratore, facendo salva la classe di merito maturata.
Per una disamina in specifico dell'attuazione dell'accordo vedi pagina 130.

Dal 1994 un assicurato Unipol che desideri cambiare impresa non ha più l'obbligo di spedire la raccomandata di disdetta del contratto. Sarà sufficiente che l'assicurato, alla scadenza annua, non paghi il premio senza dover avere l'obbligo di comunicare alcunchè. Unipol comunque proseguirà la copertura della garanzia fino ad un massimo di 15 giorni successivi alla scadenza contrattuale per dar modo all'assicurato di stipulare la polizza con un'altra impresa.
Avendo eliminato l'istituto del "tacito rinnovo", Unipol ha quindi completamente sburocratizzato il rapporto assicurato/impresa lasciando al cliente la massima facoltà di scelta del proprio assicuratore RCA.
Inoltre Unipol garantisce la copertura assicurativa nel caso che un sinistro sia provocato da un assicurato che guidi con la patente scaduta, a patto che il Cliente produca successivamente la patente rinnovata.
Anche per i sinistri causati in stato di ebbrezza, Unipol ha voluto distinguere tra coloro che causano il sinistro in caso di ebbrezza occasionale, limitando la rivalsa ad un valore massimo di 500 Euro, da coloro che sono affetti da alcolismo cronico per i quali la rivalsa sarà totale.

Nel corso del 2003 particolare impegno è stato dedicato al controllo sulla filiera dei costi sui sinistri, che nonostante tutto, comprese le innovazioni di legge, continuano a salire, sia sul versante dei costi delle riparazioni che sul versante del danno a persona. Per

questo Unipol sta introducendo innovazioni e servizi che mirano a fidelizzare il cliente, predisponendo un "gemellaggio" tra una specifica rete di autoriparatori e la stessa rete delle agenzie, offrendo proposte migliorative (es: auto sostitutiva, pagamento diretto al carrozziere) che vogliono orientare e canalizzare il cliente verso percorsi precostituiti in caso di sinistri, così da poter tenere sotto controllo i costi delle riparazioni.

Nell'immediato si da grande affidamento sul CID lesioni, ossia l'estensione della procedura CID anche ai danni a persona. Ogni assicurato danneggiato potrà verificare e giudicare complessivamente, dalla assunzione alla liquidazione, il servizio della propria compagnia, la quale sarà responsabilizzata sempre di più ad erogare una prestazione assicurativa efficiente e tempestiva verso il proprio cliente. La nuova relazione che si verrà a creare, si spera possa ridurre in modo sostanziale il contenzioso e i costi legali ad esso collegati, con una ricaduta certamente positiva sull'andamento tariffario. La consapevolezza di incidere sempre più sulle intermediazioni e sui costi del contenzioso è ormai diffusa in tutte le componenti della relazione assicurativa ed è alla base della procedura di Conciliazione che è stata fortemente voluta dalle Associazioni dei Consumatori. Il CID lesioni sarà uno strumento con cui nell'immediato si giocherà una sfida che è interesse di tutti vincere per aumentare la trasparenza del mercato, ridurre i costi legali, di gestione, dei sinistri e ridisegnare un rapporto più maturo e reciprocamente rispettoso delle prerogative delle parti.

Unipol Assicurazioni, ci occorre ricordarlo, anni or sono introdusse sperimentalmente la Conciliazione in alcuni contesti territoriali, dimostrando di fare molto affidamento al valore di tale strumento. Così da tempo ha attivato la propria struttura interna, ha coinvolto la propria rete liquidativa e la rete agenziale sul territorio. I loro apporti sono considerati determinanti per l'affermarsi della Conciliazione.
Gradualmente il mercato sta individuando tra le parti i punti di contatto e confronti operativi, strumenti di collaborazione, come la CID lesioni o la Conciliazione diventeranno sempre più diffusi. Le Compagnie di Assicurazione, le Associazioni dei Consumatori, le stesse Istituzioni amplieranno sempre di più gli interventi sulle tematiche specifiche del mercato assicurativo; a tutte le parti toccherà il compito di costruire un mercato più equo, più trasparente, più efficiente, più corrispondente ai bisogni futuri di sicurezza e prevenzione del cittadino.
Unipol, coerentemente con il ruolo che storicamente ha svolto, offrirà collaborazioni e progetti di lavoro specifici con le Associazioni dei Consumatori e gli stakeholder di riferimento.

Unibox Strada Sicura

Unibox consente la localizzazione del veicolo attraverso le coordinate dal GPS (latitudine e longitudine) riportate su cartografia. Grazie al collegamento satellitare, poi, i dati raccolti vengono inviati ad una centrale multiservizi in grado di rielaborarli e renderli disponibili sia per le compagnie assicurative sia per i clienti stessi, che vi possono accedere con una password ed un login, attraverso un sito Internet (www.octotelematics.com).
Il software installato a bordo è in grado - attraverso un accelerometro - di rilevare, in caso di incidente, tutte le caratteristiche del crash, dalla velocità alla reazione di frenata, ed elaborare immediatamente il profilo del sinistro. Inoltre, i dati raccolti vengono registrati per creare statistiche aggregate sull'utilizzo dell'auto, fasce orarie, tipologia di strada utilizzata, totale dei chilometri percorsi, frequenza delle accensioni. In caso di furto, **Unibox** funziona da antifurto satellitare, permettendo di individuare il percorso e localizzare il veicolo sottratto.
A tutela della privacy dell'automobilista, i dati personali sono consultabili solo dietro suo specifico consenso.

L'utilizzo della tecnologia è sempre più auspicato da molti, il suo uso può essere utile per aumentare il grado di personalizzazione della polizza RC Auto e ottenere così effetti sulla riduzione dei premi; infatti può aumentare la possibilità di ricostruire la dinamica degli incidenti e quindi rilevare i comportamenti truffaldini, influenzando quindi il comportamento di guida degli automobilisti ed aumentando la prevenzione e la sicurezza stradale.
L'esperienza nel campo degli autotrasportatori per le polizze furto incendio sull'uso degli antifurti satellitari ha prodotto risultati più che positivi, arrivando a ridurre considerevolmente il rischio e quindi anche il costo della polizza.
Per quanto riguarda il mercato della RC Auto, ossia la massa degli automobilisti, siamo però ancora nelle fasi di sperimentazione.
Unipol è stata la prima assicurazione in Italia a puntare su questa esperienza, avviando il progetto denominato "Unibox Strada Sicura", che ha comportato l'istallazione di uno specifico congegno su circa 3.000 autovetture, di cui 500 camion appartenenti a due cooperative di autotrasportatori, la CTA e la CTL di Bologna.
Recentemente anche il Ministero delle Attività Produttive e l'Ania stanno avviando un esperimento che prevede l'istallazione di oltre 3000 apparecchi su altrettanti veicoli nella provincia di Napoli, e altre primarie compagnie stanno sviluppando esperienze analoghe.
A distanza di oltre un anno dall'avvio della sperimentazione, Unipol valuta positivamente i primi dati dell'esperienza che si stanno raccogliendo, anche se, occorre dirlo, bisognerà aspettare ulteriormente prima di avere una massa di dati su cui poter ragionare e avviare riflessioni e determinazioni da riversare sulle tariffe o sull'analisi dei sinistri.
Un elemento critico in questa fase è la limitata diffusione del congegno, con inevitabili ripercussioni sul costo unitario, ancora troppo elevato per essere ammortizzato velocemente.
Unipol si sta facendo parte attiva per individuare un punto di equilibrio favorevole per l'assicurato in termini di costo del sistema e tariffa, ritenendo infatti che per un assicurato RC Auto medio il costo del congegno dovrebbe essere ammortizzabile in almeno due anni, grazie all'aspettativa di un'eventuale riduzione tariffaria.
Le imprese detentrici del know-how, le case costruttrici di automobili, le stesse Assicurazioni e il Governo dovranno, via via che i dati dell'esperienza si accumuleranno, individuare una soluzione che fissi un giusto rapporto tra il costo del congegno, i premi medi e i vantaggi sia per l'assicurato che per la collettività, valorizzando e contabilizzando per quest'ultima anche la maggiore correttezza e sicurezza dei comportamenti sulla strada.

"Unipol Risponde"

Nel corso dell'anno 2003 l'ufficio "Unipol Risponde" ha registrato un numero complessivo di reclami trattati pari a 2.375, dei quali 974 scritti e 1.401 telefonici.
I reclami pervenuti tramite ISVAP sono stati 662 e rappresentano il 67,9% del numero totale dei reclami scritti.
Tale percentuale è ormai in aumento da diversi anni e nel corso del 2003 si è riscontrato un intervento particolarmente "incisivo" dell'Istituto di Vigilanza, che ha potuto registrare una riorganizzazione all'interno del proprio Servizio Tutela degli Utenti, scorporando il medesimo in due distinti segmenti: il Servizio Tutela degli Assicurati ed il Servizio Tutela dei Danneggiati.

Relativamente alle sanzioni erogate dall'Istituto di Vigilanza alla Compagnia Unipol, si è potuto registrare un "assestamento" sul numero di 114, inferiore a quello che si poteva legittimamente temere a fronte della notevole proliferazione di sanzioni ISVAP a cui si era assistito nell'anno 2002 (105), per i motivi descritti nel precedente rapporto.

Per i reclami, in generale, il ramo RC Auto è stato interessato da 742 reclami (pari al 78,18%) ed ha rappresentato di gran lunga, come negli anni precedenti, il ramo assicurativo sul quale si sono maggiormente incentrati i reclami.
Per ciò che riguarda il "motivo scatenante" i reclami, si rileva che l'ambito sinistri-liquidazione ha rappresentato, con 732 reclami, il 75,15% del totale, seguito dalla sfera contrattuale con 222 reclami, equivalenti al 22,79%.

All'inizio dell'anno 2003 si è registrato un consistente numero di reclami telefonici (225) relativi alle richieste di rimborso di aliquote di premi RC Auto, reclamati alle primarie compagnie assicuratrici a seguito della decisione dell'Autorità Garante della Concorrenza.
Tale fenomeno che, come si ricorderà, aveva impegnato notevolmente "Unipol Risponde" sul finire dell'anno 2002, nel corso del 2003 risulta completamente scemato e "naturalmente" esaurito, all'incirca dopo il primo quadrimestre.
Si è continuato anche nel 2003 a riscontrare la presenza di richieste di consulenza o di informazioni riguardo alle polizze volte a tutelare il nucleo famigliare e l'abitazione.

Sul fronte invece delle tematiche RC Auto, costantemente all'ordine del giorno per il grande impatto ed interesse che queste suscitano nell'utenza e nella gran parte dei consumatori italiani, si è riscontrato un notevole numero di richieste o di informazioni sulle "aperture" a favore degli Assicurati, introdotte dal Protocollo d'Intesa sull'assicurazione RCA, sottoscritto il 5/05/2003 dal Governo, dall'ANIA e dalle principali Associazioni dei Consumatori.

Le tematiche che hanno principalmente catalizzato l'attenzione degli utenti sono risultate: la possibilità della corresponsione di un premio assicurativo pari a quello della prima auto anche per la seconda autovettura di nuova immatricolazione, il pattuito non aumento delle tariffe RC Auto sino al 31/12/2003, la conservazione della classe di merito in caso di furto del proprio autoveicolo.

Un altro evento di notevole rilevanza, verificatosi nell'arco del 2003, è stato la pubblicazione da parte dell'ISVAP della propria Circolare n°518/D.
L'Istituto di Vigilanza infatti, con questa sua Circolare ha richiesto a tutte le Compagnie di Assicurazioni di istituire un "Registro dei Reclami" ed ha indicato le procedure da seguire per gestire le controversie che dagli stessi emergessero, nella consapevolezza della rilevanza da attribuire alla "…qualità del rapporto intercorrente tra le Imprese di Assicurazione ed i propri clienti, oltre che con i soggetti danneggiati...".

La Compagnia Unipol, da sempre orientata alla gestione trasparente e costruttiva dei reclami, ne ha recepito i contenuti e si è predisposta alla gestione degli stessi secondo la nuova procedura, della quale illustriamo brevissimamente alcune caratteristiche essenziali.

A partire dal 31 marzo 2004, è stato istituito un apposito Registro, in forma elettronica, per la catalogazione dei reclami ricevuti e delle richieste di informazioni effettuate dall'ISVAP in relazione agli stessi.
La Compagnia dovrà mantenere l'evidenza documentale delle segnalazioni gestite a mezzo posta, telefax, e-mail e della relativa trattazione.

La responsabilità della gestione del Registro dei Reclami farà capo, secondo quanto previsto nella Circolare ISVAP, al Responsabile dell'Internal Auditing della Compagnia, che sarà responsabile nei confronti dell'ISVAP per le problematiche concernenti la gestione dei reclami.

Nel Registro dei Reclami dovranno essere indicati:

- i dati identificativi dell'utente;
- l'area aziendale o l'intermediario interessati al reclamo;
- i dati generali sul reclamo con 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.

Il nuovo sistema di gestione dei reclami prevede che, dal 31 marzo 2004, le Imprese debbano rispondere direttamente ai reclami degli utenti.
Le risposte della Compagnia devono essere evase entro 45 giorni dalla data di ricevimento del reclamo.

Per Unipol Assicurazioni SpA la gestione di tutti reclami, come referente unico aziendale, è stata affidata ad UNIPOL RISPONDE, in ragione della sua ormai collaudata esperienza come interlocutore aziendale esclusivo per le risposte ai reclami provenienti dall'ISVAP.

Rispetto alla classificazione delle caratteristiche dei reclami si può verificare come nel triennio vi sia stata una crescita dei reclami della controparte dovuto all'effetto dell'aumento dei reclami provenienti dall'ISVAP.

PROVENIENZA GEOGRAFICA RECLAMI SCRITTI

REGIONE	2001		2002		2003	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
ABRUZZO	4	0,3	11	1,2	19	1,95
BASILICATA	1	0,1	14	1,5	9	0,92
CALABRIA	31	3,2	38	4,0	30	3,08
CAMPANIA	171	18,0	175	18,6	185	18,99
EMILIA-ROMAGNA	102	10,7	86	9,1	83	8,52
FRIULI-V.G.	16	1,6	4	0,4	10	1,03
LAZIO	120	12,6	113	12,0	123	12,63
LIGURIA	28	3,0	17	1,8	19	1,95
LOMBARDIA	82	8,6	86	9,1	91	9,34
MARCHE	20	2,2	15	1,6	17	1,75
MOLISE	9	1,0	0	0,0	5	0,51
PIEMONTE	34	3,6	36	3,8	36	3,70
PUGLIA	67	7,1	58	6,2	71	7,29
SARDEGNA	21	2,2	15	1,6	11	1,13
SICILIA	74	7,8	119	12,6	121	12,42
TOSCANA	66	7,1	64	6,8	65	6.67
TRENTINO A. ADIGE	3	0,3	5	0,5	7	0,72
UMBRIA	13	1,4	19	2,0	10	1,03
VALLE D'AOSTA	-	-	1	0,1	-	-
VENETO	59	6,2	46	4,9	50	5,13
N. C. + ESTERI	20	2,1	19	2,0	12	1,23
TOTALE	946	100	941	100	974	100

DATI RIASSUNTIVI DELL'ATTIVITA' DI "UNIPOL RISPONDE"

	2001	2002	2003
Reclami scritti	946	941	974
Reclami telefonici	950	1.919	1.401
Totale Reclami Unipol	1.896	2.860	2.375
Totale reclami scritti ANIA	2.008	1.840	1.827
Totale reclami scritti ISVAP	28.925	29.781	33.694
Sanzioni ISVAP - Unipol	8	105	114
Sanzioni ISVAP - Mercato	1.293	4.430	(*)6.456

Dati ISVAP (riferiti solo ai rami Danni)
(*) relativi all'attività reclami

CLASSIFICAZIONE E CARATTERISTICHE DEI RECLAMI

TIPOLOGIE	2001		2002		2003	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Assicurati	626	66,2	516	55	492	50,51
Controparti	320	33,8	425	45	482	49,49
TOTALE	946	100	941	100	974	100

I rimborsi RCA e il contenzioso

A seguito della nota vicenda relativa alla sanzione inflitta nel 2000 dall'Autorità Garante della Concorrenza, nel corso del 2003 circa 3.200 contraenti hanno richiesto, tramite cause avanti i Giudici di Pace, il rimborso del 20% dei premi R.C. Auto pagati dal 1995 al 2000. Unipol ha ritenuto infondate le richieste e ha deciso di resistere in giudizio.
Nel 2003 sono state emesse 487 sentenze favorevoli e 1.307 contrarie, con un costo complessivo di circa 1,1 milioni di Euro.

L'entrata in vigore del Decreto Legge 8 febbraio 2003 n. 18, che ha imposto al Giudice di Pace di decidere secondo diritto e non secondo equità, ha rallentato fortemente il trend delle richieste e delle cause, in considerazione del fatto che la decisione secondo diritto consente alle Compagnie di impugnare le sentenze negative avanti il Tribunale.
Nel 2003 sono stati proposti 115 appelli.

Nel settore della liquidazione dei sinistri, obiettivo prioritario rimane quello di contenere al massimo l'insorgenza del contenzioso giudiziale, anche con lo scopo di evitare gli oneri conseguenti alla gestione della causa.

Anche nel 2003, pertanto, si è proseguito nell'attività di revisione del contenzioso pendente, per favorire soluzioni transattive, e di attenta valutazione delle cause nuove.
Sul fronte penale, in collaborazione con l'ANIA, è stata potenziata l'attività diretta alla prevenzione ed alla repressione delle frodi, sia in fase liquidativa che in fase assuntiva, anche tramite presentazione di numerose querele all'Autorità Giudiziaria.
Per quanto riguarda il contenzioso instaurato nel 2003, in alcune realtà si registra un incremento delle cause, dovuto ad una maggiore azione di resistenza da parte della Compagnia, direttamente connessa all'intensificata attività di prevenzione delle frodi.

Per quanto riguarda, infine, la vertenza con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, riguardante l'impugnativa avanti il Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio della delibera relativa ad un presunto accordo intercorso tra Unipol ed altre primarie imprese di assicurazione, concernente i contratti assicurativi con gli Enti Pubblici in Emilia Romagna, si rileva che l'udienza per la discussione si è tenuta il 28 gennaio 2004. In tale data, con sentenza il cui disposto è stato depositato il 4/2/2004, il TAR del Lazio ha respinto il ricorso presentato da Unipol, che si riserva di valutare la possibilità di impugnare tale decisione avanti al Consiglio di Stato.

Diritto all'informazione

Lo stato di incertezza che caratterizza i nostri tempi si manifesta anche nella vita quotidiana con cambiamenti nei consumi, nella propensione al risparmio e nelle scelte d'investimento.
L'orientamento al rischio dei risparmiatori si è drasticamente ridotto e le nuove scelte d'investimento si indirizzano a soluzioni che rispondono ad esigenze di sicurezza e tranquillità. Anche la comunicazione è stata influenzata da questi cambiamenti. I suoi messaggi sono riferiti a sicurezza dell'investimento (del capitale, del rientro, del rendimento), tranquillità per il futuro personale e familiare, solidità e oculatezza tipiche della gestione assicurativa, piuttosto che a prodotti ad alto contenuto finanziario.
Anche gli strumenti si sono evoluti e arricchiti. La stessa comunicazione pubblicitaria, che punta innanzi tutto a favorire il contatto tra le parti, non è più sufficiente per sostenere le attività di sviluppo di un'offerta consulenziale.
Occorre sviluppare una comunicazione più articolata, di tipo divulgativo, che si preoccupi di fornire maggiori informazioni al Cliente al fine di facilitare un percorso di conoscenza del prodotto offerto e di favorire una scelta consapevole.
Una informazione al cliente che venga veicolata attraverso i valori di riferimento di Unipol e che passi attraverso la rete delle Agenzie, sfruttando le capacità di relazione delle Agenzie con il cliente, per offrire servizio e consulenza.
Tutta la strategia informativa e di marketing di Unipol è mirata al rispetto dei codici deontologici e della normativa di riferimento più avanzata.

L'informazione agli stakeholder

Accanto agli strumenti occasionali finalizzati a specifiche esigenze informative legate a contingenti bisogni comunicativi, Unipol tradizionalmente diffonde specifici strumenti informativi legati alle sue attività sociali e di servizio.
Ne ricordiamo alcuni:

- Il Bilancio Sociale, indirizzato ai diversi stakeholder di Unipol, con l'obiettivo di diffondere le caratteristiche istituzionali di Unipol e il complesso dei valori che ne guidano l'attività. Viene stampato sia in forma integrale che in versione sintetica e in versione CD-Rom, tradotto in lingua Inglese e Francese, e diffuso anche on-line, scaricabile direttamente dal sito Internet www.unipolonline.it;
- Il Report annuale di "Unipol Risponde" (l'ufficio reclami), presentato e distribuito alle Associazioni dei Consumatori e alle strutture delle Organizzazioni Socie;
- Le Newsletters "InformaCRU" e "CesarInforma", rivolte ai CRU (Consigli Regionali Unipol) e alla società civile, in particolare ai quadri territoriali delle Organizzazioni Socie e delle Associazioni dei Consumatori e alle associazioni del sociale, con lo sco-

po di diffondere l'attività sociale dei CRU ed approfondire le tematiche assicurative di loro interesse.

A questi strumenti propri di Unipol Assicurazioni, si affiancano l'azione divulgativa e gli strumenti di informazione e di approfondimento della Fondazione Cesar. Inoltre è notevolmente migliorata grazie ad Internet la possibilità per l'Azienda di promuovere programmi di comunicazione rivolti non solo ai Clienti, ma a tutti i pubblici di riferimento.

Sempre più vanno usate le potenzialità offerte dalla Rete per fornire maggiori servizi ai Clienti, agli Agenti e al mercato, e per accrescere l'interattività finalizzata a garantire l'accesso a informazioni e servizi personalizzati.

I siti attualmente presenti sono:

- Il sito www.unipolonline.it, in particolare, dedica ogni anno, a favore dei diversi stakeholder e del mercato in generale, un ampio spazio al Bilancio Sociale e al Bilancio Economico di Unipol, con lo scopo di rafforzare la trasparenza della Governance aziendale. L'area servizi del Sito è stata, inoltre, arricchita con i seguenti applicativi:
  - la preventivazione RCA on line, che permette a chiunque di calcolare il premio della polizza auto e di conoscere tariffe e condizioni di assicurazione. I clienti già assicurati con una polizza Unipol possono in questo modo, a 60 giorni dalla scadenza, conoscere il premio di rinnovo della polizza RCA per l'anno successivo;
  - la presentazione delle Convenzioni assicurative esistenti con le diverse Associazioni;
  - l'accesso a informazioni utili per il soggiorno in un Paese Europeo, nel caso di Clienti delle Compagnie aderenti ad Eureka.
- Il sito www.unipolonline.com rappresenta una comunità virtuale rivolta alla rete delle Agenzie e offre informative aziendali, notizie su corsi di formazione e aggiornamento, presentazioni delle campagne commerciali e la possibilità di reperire degli 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 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.

Le sponsorizzazioni di Unipol

Nell'anno 2003 Unipol Assicurazioni ha aderito a due progetti, il primo di forte impegno civile, il secondo di grande rilevanza culturale. Entrambi testimoniano l'attenzione con cui Unipol sceglie i propri partner:

- **Unipol sostiene Libera**
- **Duccio, alle origini della pittura senese**

"**Libera - Associazioni, nomi e numeri contro le mafie**" (www.libera.it), fondata nel 1995 e sin da allora presieduta da Don Luigi Ciotti, coordina l'impegno antimafia di oltre mille associazioni e gruppi sia locali che nazionali.
Nel 2003 Unipol Assicurazioni ha dato il proprio sostegno a "Libera" con l'attività di comunicazione "Sosteniamo chi coltiva grandi progetti" e la partecipazione alla "Carovana antimafie".
"Sosteniamo chi coltiva grandi progetti" è stata presentata alla Festa de l'Unità 2003 per dare visibilità all'attività di "Libera Terra" e della Cooperativa Placido Rizzotto.
La cooperativa si occupa della coltivazione di terreni confiscati alla mafia e della vendita di prodotti biologici, anche attraverso la grande distribuzione Coop, contribuendo all'inserimento di persone svantaggiate nel mondo del lavoro e al recupero sociale e ambientale di territori di inestimabile bellezza.
Unipol Assicurazioni anche nel 2003 ha seguito la "Carovana antimafie" in un viaggio di diverse tappe che ha dato la possibilità a diverse realtà territoriali di mettere a fuoco i propri bisogni di legalità, con il coordinamento della Consulta Nazionale dei Consigli Regionali Unipol e il coinvolgimento della Fondazione Cesar.

"Un bambino che disegna un sole splendente in un cielo azzurro è l'immagine scelta per i manifesti e le pagine pubblicitarie della campagna "Libera", a rappresentare la voglia di una società nuova, pulita, che uscendo dal grigio vuole crescere e modellare il proprio ambiente per viverci meglio e più sicura."

" Condividere l'impegno di chi è teso a fare cultura vuol dire per Unipol tutelare i valori sociali e civili della comunità locale e nazionale: significa essere coerenti con il ruolo di attore sociale in cui la Compagnia si è sempre riconosciuta."

Collaborazione di grande rilevanza culturale invece quella fra Unipol e gli organizzatori dell'importante iniziativa **"Duccio. Alle origini della pittura senese".** Dal 4 ottobre 2003 al 14 marzo 2004 si è tenuta a Siena la più grande mostra-evento che sia mai stata dedicata al capostipite della scuola pittorica senese: Duccio di Buoninsegna. Oltre all'esposizione di più di cento capolavori, fra cui la grande Maestà a due facce, e a moltissime opere tornate in Italia per l'occasione, la novità assoluta è stata rappresentata dal ciclo di affreschi rinvenuto solo di recente nella "cripta" della Cattedrale di Siena e reso accessibile per la prima volta al pubblico.

Unipol ha sponsorizzato un'adeguata comunicazione dell'evento attraverso il coinvolgimento volontario della rete delle proprie Agenzie, dislocate su tutto il territorio nazionale. Ai propri clienti Unipol ha garantito sconti esclusivi sui biglietti d'ingresso, sul catalogo e sui pacchetti soggiorno, materiale informativo e la possibilità di ricevere in omaggio l'esclusivo CD-Rom dedicato alla mostra.

Unipol ha inoltre partecipato all'organizzazione della mostra, garantendo una completa copertura assicurativa dell'evento. Molto più di una semplice sponsorizzazione, quindi: un impegno significativo e di prestigio nell'offrire ad un avvenimento di tale rilevanza la tutela assicurativa ottimale.

Innovare la comunicazione

Alla fine del 2003 Unipol ha affidato a Databank un'indagine di mercato per conoscere le preferenze e la ricettività dei propri clienti, per nuove modalità di comunicazione.
Gli obiettivi della ricerca sono stati l'analisi delle preferenze e del gradimento dei clienti verso nuovi mezzi di comunicazione da affiancare a quelli tradizionalmente utilizzati dalla Compagnia, nell'ottica di un miglioramento delle modalità di contatto e comunicazione con la propria clientela.

Le tematiche approfondite nell'indagine sono:

- Verifica del gradimento verso modalità di contatto più immediate ed innovative come la posta elettronica o i messaggi SMS, per fornire una serie di notizie da affiancare ai tipi di contatto più tradizionali, come la posta o il contatto personale o telefonico con l'agente/l'agenzia;
- Misurazione della presenza di Internet e dell'utilizzo della posta elettronica (e-mail) da parte dei clienti.

Sono stati inoltre rilevati i seguenti altri argomenti:

- La frequenza di visita in agenzia e le tipologie di materiale informativo ivi reperito;
- Le modalità e la frequenza di contatto con l'agente e con la Compagnia.

Sintesi e valutazioni della ricerca

La valutazione delle tipologie di comunicazione gradite ai clienti Unipol evidenzia il permanere di una preferenza elevata per quelle di tipo tradizionale, la posta e la comunicazione con l'agente e l'agenzia in primo luogo.
Si tratta delle modalità di comunicazione finora utilizzate dalla Compagnia e dalle Agenzie, ed alle quali i clienti si sono abituati ed affezionati.
Il ruolo della *posta* è rilevante: viene vista come mezzo di comunicazione dotato di "ufficialità" e di "sicurezza" ed è sentita come imprescindibile per determinati contenuti, come, ad esempio, gli avvisi di scadenza.
Il contatto con *l'agente* e *l'agenzia* è piuttosto assiduo ed il legame è forte.
Tra le modalità "innovative" proposte come alternativa, sembra destinata ad una certa fortuna la posta elettronica (e-mail), la cui validità per i clienti cresce soprattutto quando i contenuti delle informazioni da veicolare sono di carattere più generale.
La diffusione di Internet raggiunge il 52% dei clienti, mentre un ulteriore 11% (22% su coloro che non hanno ancora una connessione) prevede di potersi collegare nei prossimi 2 anni. Il 30% dei clienti (58% di quelli che hanno una connessione) utilizza l'e-mail per ricevere informazioni.
Sulla validità di Internet per ricevere informazioni ed offerte personalizzate dal proprio agente Unipol, il 53% dei clienti

(il 65% di quelli con una connessione) risponde positivamente.

La ricerca (cluster analysis) dei clienti più disponibili verso modalità alternative ed innovative di comunicazione, ha portato all'individuazione di 4 gruppi di clienti tra i quali emergono:

- quelli abituati a ricevere comunicazioni con i mezzi tradizionali, non riescono ad "immaginare" qualcosa di diverso. Non ci sono problemi di tempo a disposizione limitato che possano giustificare l'uso di posta elettronica, vista come forma di comunicazione esclusivamente privata e poco adatta a comunicare argomenti assicurativi, anche quelli più "generici": il ruolo della posta e degli incontri con l'agente/l'agenzia non sono in dubbio;
- un gruppo, che raccoglie circa l'8% dei clienti (i Disinvolti Innovativi), che sostiene fortemente l'utilizzo di nuove modalità di comunicazione, in specie della posta elettronica, come mezzo adatto, senza particolari preclusioni, per tutte le informazioni provenienti dalla Compagnia. Si tratta dei clienti più giovani, istruiti, informati, con elevata propensione al risparmio. 8 su 10 sono connessi a Internet, il 29% risiede in Emilia Romagna;
- due gruppi molto legati alle comunicazioni tradizionali, ma non chiusi a quelle "innovative", almeno per alcuni contenuti: gli Evoluti Metodici (27%) e gli Indaffarati Diffidenti (26%), tra i quali oltre la metà dispone di una connessione a Internet ed i due terzi valutano positivamente la possibilità di ricevere comunicazioni e offerte dal proprio Agente Unipol con questo mezzo.

La comunicazione attuale con l'agente e l'agenzia è ben radicata, dato che l'80% dei clienti si è recata personalmente in agenzia nell'ultimo anno. Il cliente che si reca in agenzia inoltre, trova o riceve del materiale informativo (essenzialmente dépliant/folder): chi lo ha consultato lo valuta positivamente nel 93% dei casi.

Altri indicatori del legame con l'agente e l'agenzia sono i contatti intervenuti su iniziativa dello stesso o del cliente.

Nell'ultimo anno il 47% dei clienti è stato contattato dal proprio agente/agenzia, frequenza considerata positiva dal 69% dei clienti. La modalità "postale" è nettamente la prevalente (56%). Nello stesso periodo una quota analoga, il 47%, ha contattato di propria iniziativa l'agente/agenzia, ed in questo caso l'incontro personale è prevalente anche per la quota non trascurabile di una "tradizione di rapporto".

Infine, la rilevazione del profilo di immagine mette in luce una percezione nettamente positiva da parte dei clienti sull'operato di Unipol, anche se, su alcune tematiche, soprattutto sull'impegno nel sociale ed il rafforzamento delle posizioni sul mercato assicurativo quote tutt'altro che marginali di clienti si sono dichiarate impreparati per rispondere e che potrebbero quindi essere recuperati.

Il rapporto con le Associazioni dei Consumatori

Fin dall'avvento sulla scena nazionale delle Associazioni dei Consumatori nel nostro Paese all'inizio degli anni '90, Unipol ha sempre ricercato con essi un confronto continuo, dedicandovi anche strutture organizzative che potessero ricercare un dialogo costruttivo permanente non solo sui temi delle tariffe o contingenti, ma allargando i momenti di verifica ai temi della comunicazione, della qualità del servizio e ai rami e alle tematiche della previdenza e della sanità integrativa.
D'altronde, Unipol era da tempo abituata a confrontarsi su questi temi con le proprie Organizzazioni Socie, rappresentanti del mondo del lavoro dipendente e autonomo, e delle piccole e medie imprese.
Con esse infatti si stipulano Convenzioni e si studiano nuovi prodotti e condizioni da offrire ai loro iscritti. Con le Organizzazioni Socie, in quanto rappresentanti dei loro iscritti assicurati con Unipol, che costituiscono buona parte del suo mercato di riferimento, l'Impresa ha creato da tempo canali di dialogo e strutture con cui verificare periodicamente il servizio e la corrispondenza delle convenzioni ai bisogni di sicurezza degli assicurati.
Era naturale quindi allargare tali processi a chi nel tempo andava aumentando progressivamente la propria capacità organizzativa e si guadagnava sul campo la legittimità di rappresentare gli interessi dei Consumatori contribuendo così anche nel mercato italiano ad introdurre elementi di moderno consumerismo che sono la base dell'odierno confronto tra le imprese e il mercato.
Per questo Unipol non si è mai sottratta al confronto e alla collaborazione via via possibili con le principali Associazioni dei Consumatori, nel rispetto dei ruoli e delle prerogative di ciascuna delle parti, coscienti della responsabilità reciproca che tocca a tutti nella costruzione di un mercato equo e trasparente.

Da questo anno Unipol incrementa l'inclusione delle Associazioni dei Consumatori nel processo di elaborazione del proprio Bilancio Sociale, aumentando il coinvolgimento delle strutture tecniche della Compagnia per sviluppare incontri e gruppi di lavoro congiunti sulle tematiche della RCA, del consumerismo, dei rami infortuni e malattia e della qualità del servizio.

Attuazione Protocollo d'intesa Governo - ANIA - Associazioni dei consumatori del maggio 2003

Il 5 maggio 2003 tra Governo, Ania e alcune Associazioni dei Consumatori è stato firmato un Protocollo di Intesa che affronta importanti problematiche della RCAuto.
Unipol, uniformandosi a questo Protocollo, il 22 maggio esplicita autonomamente le sue posizioni, su tutti i punti dell'accordo, confermando un atteggiamento di operatività nel merito dei problemi, di completa disponibilità e di ulteriore ricerca di soluzioni più avanzate con tutti i rappresentanti degli utenti.
Tale posizione veniva anche relazionata con la sintesi che segue nel Bilancio Sociale dello scorso anno.
A distanza di un anno esatto dall'entrata in vigore di quell'accordo ci sembra opportuno non sottrarci alla verifica su quanto l'accordo Governo-Ania-Consumatori prevedeva (prima colonna) e su quanto Unipol si proponeva (seconda colonna).
La terza colonna invece rendiconta lo stato dei fatti per Unipol al 30 giugno 2004.

PROTOCOLLO D'INTESA SULLA R.C.A. TRA GOVERNO, ANIA E ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI DEL 5 MAGGIO 2003

Protocollo d'Intesa sulla R.C.A.	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. nel 2003	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. al 30 giugno 2004
AUTODISCIPLINA TARIFFARIA		
1 - Contenimento generale delle tariffe.	Unipol non aumenterà le tariffe fino al 31/12/2003.	Unipol ha confermato la tariffa di luglio 2003 inizialmente fino al 31/12/2003, poi ulteriormente prorogata, sempre senza modifiche, fino al 30/06/2004.
2 - Agevolazioni tariffarie per i giovani.	A partire dal prossimo 1° luglio 2003 Unipol concederà uno sconto del 5% ai giovani da 18 a 21 anni, sia nuovi che già assicurati.	A partire dal 1° luglio 2003 Unipol ha ridotto la tariffa del 5% per i giovani da 18 a 21 anni.
3 – Agevolazioni tariffarie per l'assicurazione dei ciclomotori.	Unipol, con il proprio sistema "Sconto in assenza di sinistri", riconosce già una riduzione di almeno il 5% l'anno agli assicurati senza sinistri, nell'ambito di una tariffa competitiva.	Unipol prevede una riduzione di tariffa per i contratti che, andando in bonus, passano dalla classe di ingresso 6° alla 5° per le classi di merito dalla 5° alla 1° la riduzione del coefficiente è di 5 punti per ciascuna fascia.
Condizioni tariffarie di maggior favore per i proprietari di più veicoli.	Unipol adotta da tempo la clausola "bonus famiglia", che dà una agevolazione a chi sostituisce l'auto intestando la nuova ad un congiunto. Inoltre nell'ambito del nucleo familiare, al proprietario che assicuri un secondo veicolo, Unipol riconoscerà la stessa classe di merito raggiunta dal primo veicolo.	Unipol ha previsto l'applicazione di maggior favore per l'Assicurato, disponendo la conferma della classe di merito maturata sul primo veicolo per l'assicurazione del 2° veicolo dello stesso proprietario.

Protocollo d'Intesa sulla R.C.A.	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. nel 2003	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. al 30 giugno 2004
Indennizzo diretto dei trasportati da parte dell'assicurazione del veicolo vettore.	Unipol si dichiara disponibile ad aderire ad un accordo fra imprese assicuratrici attraverso il quale ciascuna Compagnia possa risarcire i trasportati del proprio assicurato senza limiti di danno e con la possibilità di rivalersi nei confronti della impresa assicuratrice del responsabile del sinistro.	Unipol conferma la disponibilità ad aderire ad un accordo fra imprese assicuratrici. In Ania è allo studio un progetto che prevede il risarcimento diretto al trasportato del proprio assicurato, con la possibilità poi per la compagnia di recuperare quanto pagato per conto terzi. Il Ministero dell'Industria d'altro canto sta elaborando un testo unico delle assicurazioni che prevede l'obbligo della compagnia del vettore a risarcire tutti i propri trasportati. Si ricorda che la convenzione CID lesioni impegna a liquidare e garantisce il risarcimento dei Terzi trasportati della vettura non responsabile con il limite di 15.000 Euro per occupante.
Danno biologico – completamento del quadro normativo.	Unipol auspica che entro il termine di 6 mesi previsto dal Protocollo venga definita una normativa che disciplini i parametri economici del danno biologico per tutti i livelli di invalidità permanente.	L'art. 5 della Legge 57/2001 prevedeva l'emanazione di tabelle delle menomazioni alla integrità psico-fisica comprese tra uno e nove punti. Tali tabelle sono state emanate con il decreto 3 luglio 2003 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'11 Settembre 2003. Si tratta di una novità di grande rilievo, attesa in quanto per legge vengono disciplinati e codificati i valori percentuali delle micropermanenti fino a 9 punti di invalidità. Tale novità, insieme alle tabelle del risarcimento del danno a persona, determina una maggior certezza nell'ambito del risarcimento del danno a persona in quanto: 1. viene codificato il valore del punto di invalidità in base all'età e al punto complessivo di invalità riconosciuto; 2. viene determinato un minimo e massimo per ogni lesione di carattere permanente fino al 9%.
Estensione della procedura CID ai danni alla persona.	Unipol condivide tale estensione ed auspica che la procedura venga estesa alle invalidità permanenti sino al 9% e ai danni ai trasportati.	A partire dal 1° giugno 2004 sarà operativa la nuova procedura CID lesioni. La stessa prevede l'applicazione della Convenzione CID anche nel caso in cui ci siano feriti a bordo della vettura da risarcire. Le principali novità più rilevanti: ■ vengono indennizzati i trasportati sulla vettura dell'assicurato e il conducente che hanno subito lesioni con il limite di 15.000 Euro per posizione (compreso il danno a cose); ■ si pagano le cose trasportate di persone a bordo del veicolo; ■ non è previsto l'intervento del patrocinatore.

allo studio di ANIA e Ministero
FATTO
FATTO

Protocollo d'Intesa sulla R.C.A.	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. nel 2003	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. al 30 giugno 2004
DISCIPLINA CONTRATTUALE PIU' FAVOREVOLE PER GLI ASSICURATI IN TALUNE SPECIFICHE SITUAZIONI:		
1 – furto, rottamazione o vendita del veicolo;	Unipol è già allineata a quanto previsto dal Protocollo in merito alla conservazione della classe di merito raggiunta dal veicolo rubato o rottamato. Per il rimborso del premio non goduto in caso di furto è necessario, come convenuto nel Protollo d'Intesa, che vengano modificati alcuni articoli della legge sull'assicurazione obbligatoria.	Dal 1° luglio 2003 Unipol ha modificato le proprie CGA per prevedere il rilascio dell'attestato di rischio in caso di furto del veicolo in corso d'anno, permettendo così all'assicurato di contrarre una nuova polizza, anche con diverso assicuratore, facendo salva la classe di merito maturata alla precedente scadenza annuale interamente conclusa. Per la restituzione del premio pagato e non goduto in caso di furto occorre una modifica delle normative per il trasferimento dei sinistri al FGVS. Per la gestione della vendita del veicolo senza cessione del contratto ed in assenza di acquisto di un nuovo veicoli, Unipol, dal 1° luglio 2003, ha modificato le proprie CGA per prevedere la restituzione del premio pagato e non goduto. Per la rottamazione del veicolo le CGA erano già allineate alla richiesta.
2 – attestato di rischio per ciclomotori e motocicli;	Unipol contribuirà all'elaborazione di proposte nello spirito di dare rapida attuazione anche a questa parte del Protocollo.	Aderendo all'indicazione pervenuta dall'ANIA, Unipol si è già predisponendo per la gestione della classe di merito di riferimento a partire dal 1° settembre 2004.
3 - sostituzione di un veicolo con altro di diversa tipologia.	Unipol lavorerà per elaborare e rendere operative le tabelle di "trasmigrazione" tra i vari sistemi (da autovetture a ciclomotori e viceversa, da tariffa fissa o con franchigia verso bonus malus e viceversa).	L'obiettivo è di conservare la storia assicurativa maturata nel passaggio da un settore tariffario ad un altro (per esempio da autovettura a due ruote o viceversa). Unipol si sta predisponendo per la gestione, a partire dal 1° settembre 2004, di un sistema che prevede l'applicazione di agevolazioni alla classe di ingresso o del pejus (per gli autocarri) che sia congruente con la sinistralità pregressa.
Procedura di conciliazione delle controversie.	Unipol aderisce all'Accordo ANIA/Associazioni dei Consumatori del 24 luglio 2001 e garantirà il proprio impegno anche dopo l'estensione a tutto il territorio nazionale della procedura di conciliazione.	Unipol, aderendo all'Accordo ANIA/Associazioni dei Consumatori del 24 luglio 2001, garantisce il proprio impegno, dall'entrata in vigore del 1° Luglio 2004; a tal fine ha già attivato le proprie strutture liquidative e inoltre si impegna per estendere a tutto il territorio nazionale la procedura di conciliazione.

Protocollo d'Intesa sulla R.C.A.	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. nel 2003	Posizioni di UNIPOL Assicurazioni S.p.A. al 30 giugno 2004
Informazione all'utenza.	Unipol ha realizzato sul sito Internet un programma che permette a tutti gli utenti di determinare il prezzo della propria polizza. Unipol continuerà a dialogare con le Associazioni dei Consumatori sia in materia di servizi che di tariffe.	Unipol ha realizzato sul sito Internet un programma che permetterà a tutti gli utenti di determinare il prezzo della propria polizza. Si garantisce continuità al dialogo con le Associazioni dei Consumatori sia in termini di tariffa che di qualità del servizio erogato.
Prevenzione degli incidenti stradali.	Unipol, anche in collaborazione con la Fondazione Cesar e SicurStrada, continuerà ad impegnarsi sul tema della prevenzione e della sicurezza e aderirà alle iniziative volte alla prevenzione dei rischi che saranno promosse di comune accordo dalle parti firmatarie del Protocollo d'Intesa.	Unipol, anche in collaborazione con la Fondazione Cesar e SicurStrada, continua ad impegnarsi sul tema della prevenzione e della sicurezza con propri specifici programmi e progetti e parteciperà alle iniziative volte alla prevenzione dei rischi che saranno promosse di comune accordo dalle parti firmatarie del Protocollo d'Intesa, e da quanti vi vorranno aderire.
Analisi sull'evoluzione del sistema R.C. Auto.	Unipol, d'intesa con ANIA, manifesta la propria disponibilità a studiare, insieme alle altre parti firmatarie del Protocollo, soluzioni di riforma dell'assetto normativo dell'assicurazione R.C.A.; ciò anche con riferimento al problema delle esclusioni e rivalse, ai tempi di disdetta, all'efficienza e all'accessibilità dei servizi.	Sul tema è in piedi un confronto in sede ANIA tra le parti interessate.

fatto
fatto
in corso di attuazione

La nuova conciliazione Consumatori - ANIA

Come risolvere le controversie dei sinistri RCA tra Compagnia e Assicurato.
Unipol è impegnata fortemente per diffondere la conoscenza della conciliazione presso la propria rete di Agenzie e verso i propri cilenti.

A partire dal 1° luglio 2004 entra in vigore l'accordo sulla Conciliazione nato dall'intesa fra l'Ania e alcune Associazioni dei Consumatori.

Il nuovo servizio ha *l'obiettivo di facilitare la soluzione delle controversie* riguardanti l'assicurazione di responsabilità Civile Auto e accelerare i tempi del risarcimento.

Vediamo in sintesi caratteristiche e uso 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).

Quando 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 della 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.

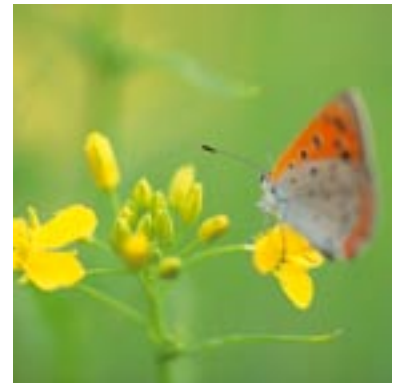
Associazioni dei Consumatori che aderiscono alla procedura di Conciliazione

Associazione	Indirizzo	Telefono
ACU	Via Padre Luigi Monti, 20/c - 20162 Milano	02 6615411
Adiconsum	Via Lancisi, 25 - 00161 Roma	06 4417021
Adoc	Via di Tor Fiorenza, 35 - 00199 Roma	06 45420928
Altroconsumo	Via Valassina, 22 - 20159 Milano	02 668901
Centro Tutela Consumatori Utenti	Via Dodiciville, 2 - 39100 Bolzano	0471 975597
Federconsumatori	Via Palestro, 11 - 00185 Roma	06 42020755
Lega Consumatori	Via delle Orchidee, 4/a - 20147 Milano	02 48303659

Gli azionisti, Investor Relation, l'amministrazione statale

- Gli azionisti 137
- Investor Relation 139
- L'amministrazione statale 141

Gli azionisti



Il Capitale Sociale di Unipol è suddiviso in azioni ordinarie (577.637.399 azioni da 1 Euro l'una al 16 aprile 2004), che danno diritto di voto sia nel corso delle Assemblee ordinarie che in quelle straordinarie, ed azioni privilegiate (333.943.334 azioni da 1 Euro l'una al 16 aprile 2004), che danno diritto di voto nel corso delle sole Assemblee straordinarie. Sono inoltre in circolazione, alla stessa data, 101.209.093 warrant Unipol ordinari e 171.702.317 warrant Unipol privilegiati, che possono essere convertiti, nelle rispettive categorie di azioni, entro il giugno 2005 con un rapporto di concambio di 1 azione ogni 5 warrant e pagando un prezzo pari rispettivamente 2,883 Euro per ogni azione ordinaria e 1,202 Euro per ogni azione privilegiata.
Il notevole incremento del Capitale Sociale (+79,9%) deriva principalmente dall'aumento di capitale effettuato nel Luglio 2003 da Unipol Assicurazioni, nell'ambito del reperimento delle fonti di finanziamento necessarie per l'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia. In particolare, sono state emesse 397.071.441 nuove azioni (252.829.824 azioni ordinarie e 144.241.617 azioni privilegiate) per un controvalore complessivo di 1.054 milioni di Euro.

Il 2003 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 115,7 milioni di Euro (+103 % rispetto all'esercizio precedente), con un pay out che ha raggiunto l'86,3%. I dividendi unitari distribuiti sono stati pari a 0,125 Euro per le azioni Unipol Ordinarie e 0,130 Euro per le azioni Privilegiate, in crescita rispettivamente del 13,2% e del 12,6%, nonostante il notevole aumento delle azioni aventi diritto in seguito all'aumento di Capitale Sociale sopra descritto.

UNIPOL ASSICURAZIONI SPA: DIVIDENDI DISTRIBUITI AL 30.04.2004

	1999	2000	2001	2002	2003
Numero di azioni ordinarie aventi diritto (mln)	170,8	273,3	319,1	321,8	576,9
Dividendo Unitario ordinarie (Euro)	0,0826	0,0826	0,0950	0,1104	0,1250
Dividendo Unitario ord. con credito d'imposta (Euro)	0,1311	0,1311	0,1484	0,1725	*0,1894
Numero di azioni privilegiate aventi diritto (mln)	110,9	177,8	184,4	184,9	329,3
Dividendo Unitario privilegiate (Euro)	0,0877	0,0877	0,1002	0,1156	0,1302
Dividendo Unitario priv. con credito d'imposta (Euro)	0,1394	0,1394	0,1566	0,1806	*0,1973
Utile Netto (mln Euro)	39,25	59,59	83,18	103,08	134,11
Utile distribuito (mln Euro)	23,86	38,20	48,80	56,90	115,68
Pay Out	60,8%	64,1%	58,7%	55,2%	86,3%

** per i percettori che ne hanno ancora diritto*

Il Rating di Unipol

Moody's

Rating "A2" da Moody's	
Outlook	stabile
Data ultimo update	17/06/04

Rating

"A2" di solidità finanziaria assicurativa (insurance financial strenght) di Unipol.
"Baa1" sui 2 prestiti subordinati da 300 milioni di Euro ciascuno, con scadenza 2021 e 2023.

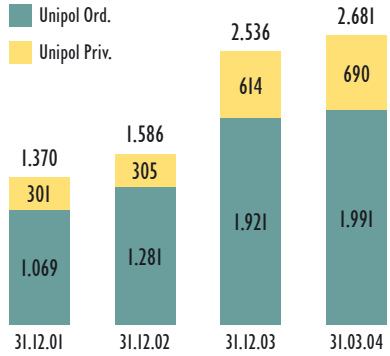
Standard & Poor's

Rating "A–" da Standard & Poor's	
Outlook	stabile
Data ultimo update	22/10/03

Rating

"A–" di controparte e solidità finanziaria di Unipol.
"BBB" sui 2 prestiti subordinati da 300 milioni di Euro ciascuno, con scadenza 2021 e 2023.

CAPITALIZZAZIONE DI BORSA



Dati in milioni di Euro

Il dividend yield (rapporto tra dividendi pagati e prezzi di borsa) delle azioni Unipol si è mantenuto su livelli di eccellenza: rispettivamente il 6,24% per le azioni Unipol Privilegiate ed il 3,62% per le azioni Unipol Ordinarie, nella fascia alta del settore assicurativo.
L' azione Unipol Ord. fa parte del MIDEX, l'indice della Borsa Italiana riservato alle società quotate di media capitalizzazione.
Ai prezzi di borsa del 31 marzo 2004 la capitalizzazione di Borsa di Unipol era pari a 2.681 milioni di Euro, rappresentando il quarto operatore assicurativo tra quelli quotati sul mercato italiano. La forte crescita di capitalizzazione rispetto ai dati al 31 dicembre 2002 (68,8%) è in gran parte dovuta all'aumento di capitale sopra descritto, a cui si aggiunge il contributo della conversione dei warrant in circolazione.

PREZZO UFFICIALE IN EURO*

	31.12.01	31.12.02	31.12.03	31.03.04
azioni ordinarie	3,912	3,988	3,323	3,449
azioni privilegiate	1,692	1,655	1,864	2,088

** Fino al 31.12.2002 compreso, prezzi rettificati per il coefficiente AIAF*

DIVIDEND YIELD

	2003
Milano rnc	7,19%
Milano	6,35%
Unipol Priv.	6,24%
Ras rnc	4,18%
Ras	4,12%
Fondiaria-Sai rnc	3,98%
Unipol Ord.	3,62%
Cattolica	3,04%
Alleanza	3,04%
Vittoria	2,40%
Fondiaria-Sai	2,09%
Ergo Previdenza	1,73%
Generali	1,59%

Dividend yield calcolato come rapporto tra il dividendo di competenza 2003 ed il prezzo al 31/3/04

Investor Relation

Nel 2003 si è consolidata l'attività di Investor Relation, 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.
Nel corso dell'anno si sono tenuti rapporti con 36 intermediari (Banche, SIM, Gestori), di cui 13 hanno effettuato analisi valutative sulle azioni Unipol ed eventuali raccomandazioni di acquisto/vendita in Borsa.
In particolare nel 2003 si sono svolti 21 incontri, di cui 3 sono stati eventi pubblici presso una platea di investitori (fondi comuni, banche o società di gestione del risparmio). Tra questi, si segnala la presentazione dell'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia e delle relative modalità di finanziamento (aumento di capitale e prestito subordinato), effettuata a Milano nel luglio 2003.
Nell'anno si è verificato un notevole incremento delle relazioni con analisti finanziari e gestori di portafogli, sia in seguito all'emissione dell'aumento di capitale (per 1.054 milioni di Euro, circa due terzi della capitalizzazione al 31/12/02) che alla maggiore visibilità ottenuta sul mercato internazionale in seguito all'acquisizione, sopra menzionata, dal Gruppo svizzero Crédit Suisse. Nell'ambito di tali rapporti, tenuti in prevalenza telefonicamente, sono avvenuti anche 5 incontri con analisti e 13 riunioni con gestori, di cui 12 appartenenti a società estere.
Nel complesso i Report (compresi gli aggiornamenti di studi effettuati precedentemente e le cosiddette note giornaliere) realizzati dagli analisti finanziari su Unipol nel 2003 sono stati 58, in notevole crescita rispetto ai 29 del 2002.
La funzione di Investor Relation è stata anche residualmente svolta, su tematiche finanziarie molto specifiche, nei confronti di singoli azionisti o obbligazionisti in stretta coordi-

ATTIVITA' INVESTOR RELATION 2002-2003

	2002	2003
N. intermediari che hanno effettuato studi su Unipol	13	13
N. Report su Unipol (report o aggiornamento di report)	29	58
N. incontrati "pubblici" organizzati da operatori finanziari	2	3
N. incontri *"1 to 1"* con analisti	7	5
N. gestori incontrati	12	13
- di cui stranieri	3	12
N. intermediari con cui si sono avuti contatti (telefonici o *"1 to 1"*)	36	36

Analisti che hanno effettuato studi finanziari sulle azioni di Unipol nel 2003
ACTINVEST
BANCA IMI
CABOTO
CENTROSIM
CREDIT AGRICOLE INDOSUEZ CHEUVREUX
EPTASIM
EUROMOBILIARE
FOX-PITT,KELTON
RADIOCOR- IL SOLE 24 ORE
JULIUS BAER
MEDIOBANCA
RASBANK
UBM Unicredit Banca Mobiliare

nazione con l'Ufficio Soci e Partecipazioni. Si è inoltre prestata collaborazione a diverse ricerche di carattere economico/finanziario da parte di Università o Istituzioni Finanziarie e fornito consulenza a progetti di carattere finanziario (di particolare rilievo quello relativo all'aumento di capitale) di interesse per il Gruppo.
Nel corso del 2003 è proseguito il potenziamento e l'aggiornamento della sezione "Investor Relation" del sito Internet (www.unipolonline.it), che contiene le informazioni maggiormente richieste dalla comunità finanziaria. Nel sito è ora disponibile l'elenco degli analisti finanziari che seguono le azioni Unipol.

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 riguardo alle tariffe RC Auto.
Questo particolare stakeholder coinvolge l'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 dovuti 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 dedicate al settore è ampio, articolato e in continuo aggiornamento.
Di seguito vengono elencate e descritte le principali novità normative per l'anno 2003 e per i primi mesi del 2004.

Novità normative dell'anno 2003, di interesse per il settore assicurativo

- con Decreto del Ministero delle Attività Produttive del 10/1/2003, è stata stabilita l'ulteriore riduzione del **contributo** dovuto dalle Compagnie per il **Fondo di Garanzia per le Vittime della Strada** (FGVS) dal 3% al 2,5%, con effetto su tutti i premi R.C.Auto incassati a partire dall'1 gennaio 2003. Unipol ha trasferito integralmente tale beneficio ai propri assicurati.

- Il 15 aprile 2003 ha preso il via la **Banca Dati** (istituita dall'ISVAP secondo le disposizioni contenute nella Legge 273/2002 di riforma della RC Auto), che contiene le informazioni relative ai sinistri avvenuti nel corso dell'anno e trasmesse mensilmente dalle Compagnie già dal gennaio 2001. La Banca Dati è consultabile per via telematica dalle Compagnie, dai magistrati e dalle Forze dell'Ordine.

- Dal 1° maggio 2003 è diventata operativa la **riforma della Legge R.C. Auto** (L. 12/12/2002 n° 273), che ha introdotto novità di rilievo quali: le disposizioni anti-frode, la pubblicizzazione delle tariffe anche via Internet, l'obbligo di presentazione della fattura per il risarcimento dei danni, lo snellimento delle procedure di disdetta, misure per favorire la tutela dei consumatori per i servizi assicurativi.

- Il 5 maggio 2003 è stato firmato un **Protocollo d'Intesa** sulla R.C. Auto tra l'ANIA, il Governo e le Associazioni dei Consumatori. Di conseguenza, la quasi totalità delle Compagnie di assicurazione (più del 97% del mercato) ha aderito, vedi scheda di pagina 130.

- Come concordato nell'ambito del Protocollo d'intesa Ania-Governo-Associazioni Consumatori del 5 maggio 2003, dal 1° 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. Vedi scheda di pagina 106.

- Dal 1° luglio è entrata in vigore la procedura di Conciliazione prevista dall'Accordo ANIA-Associazione dei Consumatori, siglato il 18/3/2004, 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 R.C.Auto, compresi i sinistri CID, accaduti a partire dall'1/7/2004, di importo uguale o inferiore a 15.000 Euro. Vedi scheda di pagina 134.

- Dal 30 giugno 2003 è entrato in vigore il **nuovo Codice della Strada**, con il quale è stata introdotta la patente a punti.

- Con decorrenza 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 ed abbinata ad un solo ciclomotore;
  - la 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.

- L'11 settembre 2003 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il Decreto 3 luglio 2003 del Ministero della Salute per la regolamentazione dei parametri di valutazione medico-legale dei danni alla persona, con invalidità permanenti fino al 9%, con il quale dovrebbe essere favorita una più corretta valutazione di questa tipologia di danni.

- In data 3/11/2003 è stato emanato il Decreto Legislativo n. 307 "Attuazione delle Direttive 2002/12/CE e

2002/13/CE concernenti il **margine di solvibilità** delle imprese di assicurazione, rispettivamente sulla Vita e nei rami Danni diversi dall'assicurazione sulla Vita", con il quale vengono apportate sostanziali modifiche ai criteri di determinazione del margine di solvibilità. Le nuove disposizioni entreranno in vigore a partire dal bilancio dell'esercizio 2004.

- In data 21/11/2003, con Circolare n. 518/D, l'ISVAP ha disposto che ciascuna impresa di assicurazione istituisca il "**registro dei reclami** e procedure di gestione delle controversie", che dovrà essere tenuto, in forma elettronica, a partire dal 31 marzo 2004.

- Il 10 dicembre è stata presentata, presso il Ministero delle Attività Produttive, la bozza del nuovo "**Codice delle assicurazioni private**", che dovrebbe entrare in vigore dall'1/1/2005. La bozza, che è costituita da circa 400 articoli, contiene i principi e le regole per una nuova configurazione del settore assicurativo e sostituisce un migliaio di norme espressamente abrogate.

- Il 28/2/2003 ed il 23/7/2003 l'ISVAP ha richiesto alle compagnie informazioni relative agli investimenti ("**monitoraggio investimenti**") in essere al termine di ciascun trimestre. In data 24/12/2003, inoltre, ad integrazione, sono state richieste specifiche evidenze degli investimenti (e di eventuali garanzie di natura assicurativa e non) con rischio di credito collegato a società del Gruppo Parmalat.

- Prosegue infine l'aggiornamento legislativo per l'adeguamento dei bilanci ai **principi contabili internazionali** (i cosiddetti IAS, che assumeranno la denominazione di IFRS). Per quanto riguarda il settore assicurativo, si rileva che non è ancora stato emesso il principio contabile specificamente riferibile ai bilanci delle imprese di assicurazione.

Uno sguardo ai primi mesi del 2004

Per quanto riguarda il settore assicurativo, nei primi mesi del 2004 diverse Compagnie hanno ridotto le tariffe R.C. Auto per gli automobilisti "virtuosi", in particolare per quelli residenti nelle aree più a rischio.

Unipol, a seguito dell'incontro svoltosi tra i rappresentanti del Governo e dell'Ania del 5 febbraio 2004 in merito alle tematiche relative alle tariffe R.C. Auto, e in accoglimento all'invito dell'Associazione ad "incentivare gli assicurati virtuosi della Campania", ha deciso di riconoscere una riduzione di tariffa agli assicurati più prudenti della Regione.

Pertanto tutti gli assicurati Unipol che risulteranno inseriti nella massima classe di sconto e che non abbiano denunciato sinistri negli ultimi cinque anni, usufruiscono, a partire dal mese di aprile, di una riduzione del premio del 5% sulla tariffa autovetture.

Ricordiamo infine che dall'1/1/2004 è entrata in vigore la **riforma societaria**, di cui ai D.Lgs. n. 5 e n. 6 del 17/1/2003. In data 6/2/2004 è stato emanato il D.Lgs. n. 37, che apporta alcune modifiche ed integrazioni ai provvedimenti già ricordati, nonché coordina il Testo Unico delle leggi in materia bancaria e creditizia (D.Lgs. n. 385 del 1/9/1993) e inoltre il Testo Unico dell'intermediazione finanziaria (D.Lgs. n. 58 del 24/2/1998).

Un breve cenno anche alle novità normative di carattere fiscale

- Il 7/4/2003 è stata emanata la Legge n. 80 titolata "Delega al Governo per la riforma del sistema fiscale statale", il cui primo modulo, relativo alla tassazione delle società, è entrato in vigore il 1° gennaio 2004 (con l'emanazione del Dlgs. 344 del 12/12/2003). Di rilievo l'introduzione dell'IRES (con aliquota unica al 33%) e conseguente abrogazione dell'IRPEG, della Dual Income Tax e del credito d'imposta sui dividendi.

- Con la Finanziaria 2004 ed il suo Provvedimento collegato, è stata disposta la riapertura dei termini per avvalersi del condono fiscale, ampliandone inoltre la portata fino all'esercizio 2002.

Gli Agenti e il personale

- Le Agenzie private 147
- Le Agenzie societarie 153
- Il personale dipendente 156
- La formazione 162
- Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza 164
- Sicurezza e prevenzione negli ambienti di lavoro 165
- Il Circolo aziendale 166

Le Agenzie private

Il 2003 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 +12% e con un significativo +19,7%nei rami Vita;
- dall'altro il rapporto tecnico nei rami Danni (escluse le rettifiche di bilancio) ha chiuso al 70,8%, in lieve peggioramento sul 2002 per effetto di alcuni sinistri catastrofali, ma in linea per garantire l'equilibrio tecnico.

La sostanziale stabilità del numero dei punti di vendita, che nel 2003 non si sono modificati rispetto all'anno precedente, unita al significativo incremento della raccolta premi, ha consentito un ulteriore 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 5 anni:

Anno	Numero Agenzie	Incassi Medi
1999	508	1.776.402
2000	487	1.984.010
2001	484	2.215.881
2002	485	2.474.851
2003	**485**	**2.764.087**

importi in Euro

Sul versante della rete di vendita e dei dipendenti di Agenzia, l'evoluzione intervenuta nel 2003 è sintetizzata nella tabella che segue.

	2003
Nr agenzie	485
Nr agenti	759
(di cui iscritti all'albo)	707
Nr impiegati FT	837
Nr impiegati PT	282
Nr Subagenti FT	902
Nr Subagenti PT	905
Nr Produttori FT	353
Nr Produttori PT	99
Nr Procuratori	110
Nr Resp. Comm	31

I fatti salienti intervenuti nel corso del 2003:

a) **il cambio delle apparecchiature informatiche di Agenzia;**
b) **la sottoscrizione del nuovo contratto integrativo.**

Il cambio delle apparecchiature informatiche

L'intervento, completamente finanziato dalla Compagnia, ha portato alla sostituzione di oltre 4.000 vecchie macchine che sono state sostituite con altrettanti PC di ultima generazione in ambiente Windows XP collegate via Ethernet alla rete aziendale. La tecnologia e gli applicativi installati potranno determinare importanti miglioramenti sia sul piano operativo sia sulle nuove opzioni che potranno essere attivate sul versante della comunicazione, sia nei confronti del Cliente che nei confronti della Compagnia e delle sue strutture.

Per valorizzare adeguatamente le possibilità offerte dalla nuova tecnologia, l'Associazione Agenti e la Compagnia hanno condiviso la necessità di attuare un percorso formativo, in cui saranno coinvolte le strutture operative di tutte le Agenzie Unipol e la cui programmazione è stata fissata per il secondo semestre 2004.

Il rinnovo dell'Accordo Integrativo Agenti – Impresa

Nel corso del mese di settembre 2003 è stato avviato il confronto fra le parti per il rinnovo del Contratto Integrativo in scadenza nel dicembre 2004.
A latere dell'Accordo è stata condivisa una riduzione provvigionale su Ramo RCA, differenziata in funzione dei settori tariffari; il minor gettito derivante da tale riduzione è stato recuperato attraverso il potenziamento del sistema incentivante danni, il tutto finalizzato a garantire un significativo *plus* economico per gli Agenti.
Da sottolineare che la scelta concordemente assunta dalle parti, costituisce un ulteriore rafforzamento di quella già compiuta nel 1977 e che di fatto ha permesso, stanti i miglioramenti tecnici conseguiti, di poter riconoscere alla Rete Agenziale maggiori risorse economiche, indispensabili per garantire la giusta remunerazione agli Agenti e per finanziare gli investimenti delle Agenzie.

Nell'articolato sono stati significativamente rivisitati i punti riguardanti:

a) il budget di Regione e di Agenzia, il piano regionale;
b) gli articoli riguardanti le reti di vendita delle Agenzie (Consulenti assicurativi e subagenti);
c) la formazione;

d) i sistemi incentivanti;
e) la cauzione;
f) la durata; su questo ultimo punto è stata concordata la scadenza dell'Integrativo al 31/12/2008 per una durata complessiva di cinque anni. La scelta, è opinione delle parti, potrà consentire di pianificare un percorso di medio termine finalizzato ad incidere sulle variabili strutturali ed imprenditoriali delle Agenzie del Canale Appalto.

La collaborazione tra Agenzie e Unipol Banca

La collaborazione tra le Agenzie Unipol e la struttura di vendita di Unipol Banca nel 2003 è stata continua: oltre alle Agenzie abilitate, ai Negozi Finanziari ed alle Agenzie Integrate, nell'anno ha preso avvio la sperimentazione delle cosiddette "Agenzie di prossimità" che, a regime, coinvolgerà le Agenzie Unipol (ma anche quelle delle altre Compagnie del Gruppo) poste ad una distanza di 500 metri da una filiale Unipol Banca (1.000 metri nel caso di città o paesi capoluogo di provincia). Attraverso tale modello la filiale della Banca costituirà un punto di servizio baricentrico in grado di rispondere alle esigenze bancarie e finanziarie dei clienti assicurativi.
Sempre più spesso, grazie anche alla crescita delle Filiali Unipol Banca, si realizza una sinergia di clientela bi-direzionale, con positivi effetti anche sulla crescita della raccolta assicurativa generata dai clienti della Banca.

Alla fine del 2003 erano operativi:
- 53 negozi finanziari, aperti presso altrettante Agenzie (la diminuzione rispetto ai 57 negozi finanziari del 2002 è dovuta alla trasformazione di una parte di essi in "Agenzia integrata");
- 81 Agenzie integrate con altrettante filiali di Unipol Banca (contro le 60 del 2002);
- 425 Promotori Finanziari operativi.

A tali strutture si devono aggiungere altre 104 filiali tradizionali di Unipol Banca. L'attuazione del piano di sviluppo di Unipol Banca è stata favorita da una partecipazione convinta degli Agenti Unipol che, oltre a condividere la strategia, hanno fornito un contributo importante al raggiungimento dei risultati attesi.

870.000 Euro per il sociale e le comunità locali

La ricerca sulla spesa sociale delle Agenzie

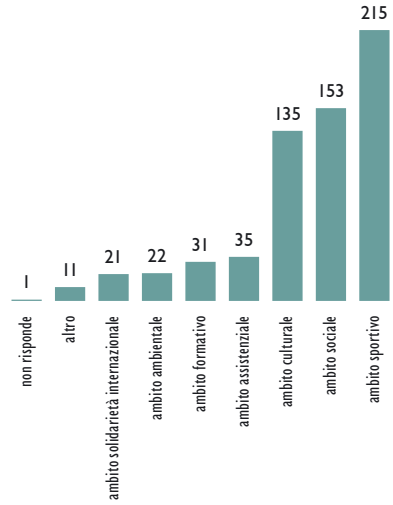
È opportuno che il Bilancio Sociale di Unipol renda conto anche delle attività sociali e di solidarietà che la Rete degli Agenti sviluppa sul territorio di riferimento: questo perché esse ben rappresentano l'impegno sociale e la sensibilità con cui gli agenti sanno interpretare il loro ruolo di imprenditori nelle comunità in cui operano.
Si è così realizzata da parte dell'Unità Bilancio Sociale un'indagine per rilevare le attività sociali delle agenzie: lo scopo era di effettuare una stima monetaria dell'impegno delle agenzie, la tipologia e l'ambito degli interventi realizzati, il livello di coinvolgimento di partner nella realizzazione degli interventi, il livello di programmazione degli stessi e del coordinamento con le diverse strutture di Unipol.
Di seguito riportiamo una breve sintesi dell'indagine.

Su 485 questionari inviati, ben 396 sono state le risposte (81%). Oltre il 70% delle agenzie dichiara di effettuare interventi di carattere sociale rivolti alla comunità locale. L'impegno monetario stimato su dati medi dichiarati è di oltre 870.000 Euro.

La tipologia di intervento prevalente è quella della sponsorizzazione e della partecipazione alle attività locali nei seguenti ambiti:

- Sportivo (sostegno di squadre sportive locali e sponsorizzazione di gare e tornei);
- Sociale (dalla sponsorizzazione di feste patronali locali al sostegno dato a centri impegnati su temi di disagio sociale);
- Culturale (ad esempio: sponsorizzazione di concerti, di rassegne cinematografiche, ecc.).

AMBITO DI INTERVENTO



Le attività di intervento diretto invece sono rivolte ad azione di formazione verso giovani diplomati o laureati per l'inserimento nel mondo del lavoro, o verso giovani sulle tematiche della sicurezza stradale o su tematiche assicurative (pre-

videnza, risparmio, ecc.), rivolte a specifiche categorie di cittadini.
In particolare sono state privilegiate le partnership con associazioni non profit territoriali, con enti pubblici ed istituzioni scolastiche. Nella categoria "altro" sono inseriti soggetti quali associazioni di categoria o sindacali e agenzie formative.

I soggetti che hanno beneficiato delle attività svolte dalle agenzie sono molteplici; in particolare le iniziative sono state indirizzate ai giovani e ragazzi delle scuole, ai cittadini in generale e ai cittadini in condizioni di svantaggio. Nella categoria "altro" sono incluse inoltre le associazioni (culturali e sportivo-ricreative), gli istituti e i centri di ricerca.

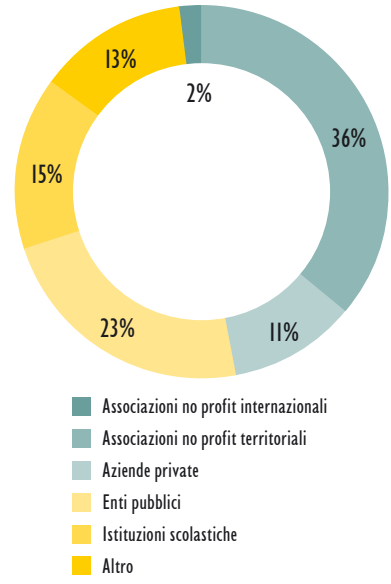
I risultati dell'indagine indicano pertanto come l'impegno sociale delle agenzie sia fortemente legato al territorio locale e veda l'agenzia porsi come interlocutore di enti ed associazioni che realizzano attività a beneficio di vari gruppi della comunità. È forte l'interesse a partecipare ad iniziative sulla Responsabilità Sociale d'Impresa coordinate da Unipol, che da un lato consentano di mantenere il legame con il territorio e dall'altro diano un filo conduttore condiviso di una strategia sociale dell'impresa.

L'indagine ha fatto emergere l'esistenza di un generale consenso a coinvolgere nelle iniziative anche altre strutture aziendali, per creare sinergie e più capacità di mobilitazione e ci si auspica un rilancio ed una programmazione di tali collaborazioni; ciò potrebbe accrescere la redditività e la reputazione di Unipol e delle stesse agenzie.

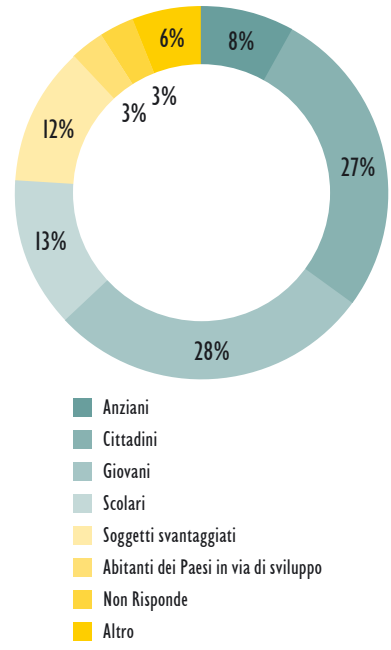
Creare sinergie fra strategie sociali di Unipol, le strutture aziendali presenti sul territorio e la rete agenziale consente di rendere più visibili e meno dispersivi e occasionali i singoli interventi programmati e le stesse strategie sociali che Unipol promuove.

I risultati dell'indagine sulle iniziative sociali promosse dalle agenzie Unipol ha costituito la base su cui costruire il Progetto "Dalla sensibilità sociale alla responsabilità sociale d'impresa – Obiettivo Barriere". Questo progetto di Responsabilità Sociale d'Impresa che l'Associazione Agenti Unipol e la stessa Unipol hanno lanciato vuole estendere questa prassi alla rete commerciale e inoltre rendere ancora più stretti i legami tra l'impresa e i suoi agenti, per ribadire così un modo di intendere l'impresa nella società.

ATTORI CON CUI E' AVVENUTA LA COLLABORAZIONE



SOGGETTI BENEFICIARI



La responsabilità sociale d'impresa coinvolge le Agenzie di Unipol

Il progetto delle Agenzie del Gruppo Unipol: "Dalla sensibilità sociale alla responsabilità sociale d'impresa - Obiettivo barriere"

Nel 2003 Unipol lancia l'idea di superare il vecchio dialogo stellare con i propri stakeholder e di avviare un dialogo a rete con essi per esaltare le loro diverse specificità e valorizzare la capacità di confronto e di sviluppo su particolari progetti operativi.
Su quest'idea si è sviluppato il coinvolgimento degli Agenti Unipol e di concerto con l'Impresa si è dato avvio al progetto: "Dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa – Obiettivo Barriere", il cui fine è di estendere la RSI dall'Impresa alla filiera della rete di Agenzie composta da oltre 485 PMI dislocate sul territorio. Il progetto ha l'obiettivo di coniugare la RSI con il principio di sussidiarietà auspicato dalla nostra Costituzione e prende l'avvio dalla campagna che Cittadinanzattiva, il Gruppo di Frascati (di cui Unipol è membro fondatore) e il comitato "Quelli del 118" hanno lanciato per l'applicazione dell'Articolo 118, ultimo comma, della Costituzione: *"Stato, Regioni, Provincie, Città metropolitane favoriscono l'autonoma iniziativa dei cittadini singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di Sussidiarietà."*

Il progetto si muove lungo due direttrici.

La prima attiene all'adesione autonoma di ogni Imprenditore-Agente ai principi di RSI e alla costruzione di un network locale attraverso la promozione di momenti formativi e divulgativi rivolti sia agli Agenti che ai loro dipendenti, ai quadri delle Organizzazioni Socie di Unipol e delle Associazioni del Sociale operanti nel territorio di riferimento dell'Agenzia.

La seconda direttrice è rivolta invece allo sviluppo specifico del progetto "Obiettivo Barriere". Per il 2004, proclamato dall'Unione Europea "Anno Europeo dell'educazione attraverso lo sport", il progetto 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 agli impianti sportivi accessibili ed inoltre una iniziativa denominata "Io elimino una barriera", finalizzata all'adozione simbolica di un impianto sportivo per favorire l'abbattimento delle barriere architettoniche presenti.

"Un naso rosso contro l'indifferenza"

"Un naso rosso contro l'indifferenza" è il progetto a cui l'Associazione Agenti Unipol (AAU) ha destinato quest'anno un fondo di 25.000 Euro.
Nel 1992 il clown francese Miloud Oukili ha lanciato un progetto dedicato ai ragazzi di strada di Bucarest e alla loro difficile condizione. Soli e senza riferimenti, facevano dei canali sotterranei della città il loro rifugio dal freddo e dalla solitudine. Da allora Miloud non li ha più lasciati: li ha conquistati con le arti del circo e ha creato con loro la Fondazione Parada che offre assistenza medica e psicologica e la possibilità di costruire un futuro diverso. Dal 1998, al loro fianco c'è COOPI – Cooperazione Internazionale, che con la campagna "Un naso rosso contro l'indifferenza" fornisce a Parada supporto organizzativo, progettuale ed economico. Moltissimi giovani sono riusciti a lasciare la strada, hanno ripreso a studiare o a lavorare. Una compagnia di clown formata da circa sessanta ex-ragazzi di strada – ambasciatori dei diritti dell'infanzia – gira per l'Europa raccontando la propria storia e le proprie speranze. Aderendo a tale progetto, l'AAU ha voluto mantenere fede alla propria tradizione di impegno sociale e di solidarietà che in passato l'ha già vista al fianco di associazioni territoriali, nazionali ed internazionali a sostegno di iniziative concrete di aiuto a singoli ed a comunità , non ultimo l'aiuto alle popolazioni in stato di bisogno a seguito di calamità naturali.

Le Agenzie societarie

Nel 2003 le Agenzie Societarie hanno subito modificazioni nella loro composizione.
La Fe-CNA è entrata a far parte della Ferrara 2482 e si è realizzato l'ingresso nel canale Agenzie Societarie della agenzia di Firenze 56 in data 31/12/2003.
Il consuntivo è però rimasto inalterato, per cui il canale risulta essere ancora composto da 13 Agenzie operanti in Emilia Romagna, ad esclusione della provincia di Piacenza, e nelle provincie di Firenze, Siena e Grosseto.
Anche il 2003 è stato un anno molto impegnativo per le Agenzie del Canale, per il perdurare di un quadro congiunturale instabile e problematico e per le ricadute delle perturbazioni sui mercati finanziari, che ha determinato un calo dei margini economici e della redditività del Ramo Vita e sugli andamenti dei tassi di interesse, che hanno continuato a incidere sulle scelte di investimento delle famiglie e delle imprese.
Le principali linee di azione sviluppate hanno continuato a riguardare il consolidamento e la razionalizzazione dei processi operativi, sia gestionali che commerciali, al fine di migliorare il controllo dei costi e rendere più efficace l'azione di offerta e di servizio nei confronti della clientela.

AGENZIE SOCIETARIE: LOCALIZZAZIONE E INCASSI AL 31-12-2003

Agenzie	incassi 2003	incassi 2002	Var % su 02	Punti Vendita	Sub-agenzie	totale sportelli
Bologna	103.056	94.177	9,4%	21	20	41
Ferrara	20.124	19.075	5,5%	5	16	21
Forlì	66.417	57.722	15,1%	3	28	31
Grosseto	23.768	20.395	16,5%	6	24	30
Imola	40.351	15.529	159,8%	3	7	10
Modena	110.878	81.734	35,7%	12	21	33
Mo-CNA	11.423	9.422	21,2%	1	6	7
Mo-Frignano	3.831	3.485	9,9%	1	10	11
Parma	27.769	25.003	11,1%	4	20	24
Ravenna	60.472	47.674	26,8%	7	24	31
Reggio Emilia	76.709	68.374	12,2%	17	36	53
Siena	62.112	23.000	170,1%	4	28	32
Totale 12	**606.910**	**465.590**	**30,4%**	**84**	**240**	**324**

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

In sintesi:

- Lo sviluppo premi è stato assai significativo attestandosi a dicembre 2003 a un +30%;
- Si è ulteriormente rafforzato il recupero tecnico S/P sul totale danni (69,55%), in forte miglioramento sull'anno precedente;
- Nel settore Vita lo sviluppo realizzato è stato rilevante, con un +9,6% di nuova produzione e un +69,7% di incassi;
- Si è incrementata la collaborazione e la sinergia tecnico/commerciale con Unipol Banca.

Linee per il 2004

- Nella prima metà del 2004 sarà avviato un progetto di medio/lungo termine il cui obiettivo finale, in ottica consortile, riguarderà il miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia della rete Assicoop, sia sul lato costi che su quello ricavi. Saranno messi in opera quattro cantieri di lavoro su tematiche specifiche: **Call Center, Marketing, Risorse umane, Amministrazione e Servizi generali.**
  Questo progetto, studiato da gruppi misti composti da risorse della Direzione Unipol, delle Assicoop e di alcuni consulenti esterni, dopo la fase di analisi e stesura di un Master Plan, ini-

AGENZIE SOCIETARIE: SITUAZIONE OCCUPATI AL 31-12-2003

Agenzie	Sub-agenti	Produttori	Promotori Finanziari	Totale Rete	Dipendenti(**)	Dipendenti+Rete
Bologna	11	10	27	48	101	149
Ferrara	12	11	4	27	22	49
Forlì	29	20	3	52	59	111
Grosseto	18	4	11	33	33	66
Imola	6	5	1	12	16	28
Modena	13	20	5	38	93	131
Mo-CNA	4	6	0	10	10	20
Mo-Frignano	2	1	0	3	4	7
Parma	18	10	3	31	24	55
Ravenna	21	18	10	49	53	102
Reggio Emilia	23	7	5	35	82	117
Siena	15	11	1	27	23	50
Totale 12	**172**	(*)**123**	**70**	**365**	**520**	**885**

N.B.: Per quanto riguarda Sub-agenti, Produttori e P.F. i dati sono relativi a F.T. e P.T.

(*) di 123 produttori 33 sono dipendenti Assicoop e 90 sono a contratto provvigionale | (**) escluso Produttori dipendenti

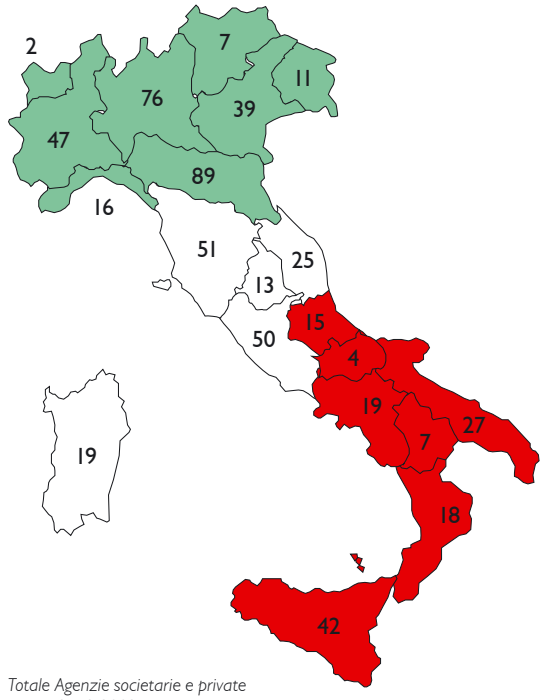
zierà ad essere messo in opera nella seconda metà dell'anno.

- Saranno messe in campo e incentivate le iniziative di Marketing operativo con le seguenti priorità:
  - dare continuità e sviluppo alle azioni di successo lanciate nel 2003;
  - caratterizzare la comunicazione e il Marketing di Agenzia;
  - sviluppare il co-marketing e i nuovi servizi.

- Continuerà poi un intenso lavoro sul piano del rafforzamento della collaborazione con le strutture di Unipol Banca, impegnate nella realizzazione di un progetto strategico di sviluppo di grande rilevanza, al cui raggiungimento le Agenzie Societarie intendono attivamente partecipare con l'obiettivo di concorrere, in termini significativi, sia alla raccolta del risparmio gestito, sia alla collocazione dei prodotti bancari standardizzati alla propria clientela "retail".
  Inoltre, per quanto riguarda il risparmio gestito si procederà, in sinergia con la Banca, alla realizzazione e alla messa in opera di un software specifico per la consulenza.

- Un impegno particolare continuerà ad essere rivolto all'erogazione dei servizi assicurativi e finanziari nei confronti delle Organizzazioni Socie e dei loro aderenti. La strategia di offerta e di servizio delle Agenzie Societarie nei loro confronti dovrà essere ulteriormente rafforzata nel corso del 2004, al fine di valorizzare sempre più la condivisione dei valori e la stessa presenza delle Organizzazioni nelle compagini azionarie delle Agenzie Societarie.

DISTRIBUZIONE DELLE AGENZIE PER REGIONE



Totale Agenzie societarie e private
dati al 31.12.2003

Il personale dipendente

Il Gruppo assicurativo

A fine 2003 il Gruppo Assicurativo Unipol, con l'acquisizione delle compagnie del Gruppo Winterthur, registra complessivamente 4.512 dipendenti a tempo indeterminato. Rispetto all'intero mercato assicurativo il personale del Gruppo rappresenta circa l'11,5% della forza lavoro. Considerando anche Unipol Banca il numero dei dipendenti, sempre a fine 2003, ammonta complessivamente a circa 5.700 persone. Al 31 dicembre 2003 i dipendenti in forza nelle società del Gruppo Assicurativo risultano così ripartiti:

DIPENDENTI DEL GRUPPO UNIPOL

Organico 31/12/2003	UOMINI	inc.za %	DONNE	inc.za %	Totale 2003	Totale 2002
UNIPOL	656	45,6%	784	54,4%	1.440	1.442
GRUPPO WINTERTHUR*	784	51,0%	753	49,0%	1.537	*1.601
MEIEAURORA	498	59,2%	343	40,8%	841	861
LINEAR	76	28,7%	189	71,3%	265	220
UNISALUTE	62	29,8%	146	70,2%	208	161
NAVALE	35	33,3%	67	66,7%	102	98
BNL VITA	43	50,6%	42	49,4%	85	85
QUADRIFOGLIO VITA	8	40,0%	12	60,0%	20	14
NORICUM VITA	5	35,7%	9	64,3%	14	14
TOTALE GRUPPO ASSICURATIVO UNIPOL*	2.165	48,0%	2.347	52,0%	4.512	** 2.895
UNIPOL BANCA					1.149	736
TOTALE MERCATO ASSICURATIVO 2003	22.243	57,5%	16.431	42,5%	38.674	39.379

** Al 31/12/2002 il Gruppo Unipol contava 2.895 unità, infatti il Gruppo Winterthur Italia è stato acquisito nell'ottobre 2003*

*** 4.496 con Winterthur Italia*

Rispetto al 2002 hanno registrato un sensibile incremento di personale le società Unisalute e Linear, che grazie allo sviluppo dei rispettivi Call Center, hanno aumento complessivamente di circa 100 dipendenti la propria forza lavoro, garantendo uno sbocco occupazionale a tempo indeterminato a molti giovani.

Sempre per quanto riguarda i Call Center la previsione occupazionale a tempo indeterminato a fine del 2004 è in ulteriore aumento; si stima che a fine 2004 saranno circa 600 i lavoratori occupati all'interno di queste strutture delle società del Gruppo Unipol.
A tale proposito si sottolinea che tutto il personale dei Call Center è inquadrato, coerentemente con 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.
Si conferma anche per il 2003 la considerevole presenza di personale femminile all'interno del Gruppo Unipol, attestandosi sul 52%, in contrapposizione ad un dato di mercato che, mediamente, non supera il 42%. Si osserva inoltre che complessivamente circa il 15% dei dipendenti ha un orario "part-time", con la maggior concentrazione ovviamente nelle centrali operative telefoniche.

DIPENDENTI PART-TIME DEL GRUPPO UNIPOL

	Dipendenti Part-time	Totale	inc.za % sul totale dipendenti
UNIPOL	271	1.440	18,8%
GRUPPO WINTERTHUR	120	1.537	8,4%
LINEAR	105	265	39,6%
UNISALUTE	98	208	47,1%
MEIEAURORA	40	841	4,8%
NAVALE	5	102	4,9%
QUADRIFOGLIO VITA	3	20	15,0%
NORICUM VITA	0	14	0,0%
BNL VITA	0	85	0,0%
Totale Gruppo Unipol	**642**	**4.512**	**14,6%**
Totale Mercato assicurativo 2002			**8,6%**

Aggiornamento al 31/12/2003

CALL CENTER

	Organico al 31/12/2003			Previsione dell'organico al 31/12/2004		
	Tempi Indeterminati	Tempi Determinati	Totale	Tempi Indeterminati	Tempi Determinati	Totale
UNIPOL SERTEL (*)	188	1	189	250	0	250
UNISALUTE	118	0	118	130	0	130
LINEAR	183	24	207	220	0	220
Totale organico Call Center	**489**	**25**	**514**	**600**	**0**	**600**

(*) compresi i distaccati di Meieaurora

La capogruppo: Unipol Assicurazioni

A fine 2003 il personale di Unipol Assicurazioni ammonta a 1.440 unità a tempo indeterminato, rimanendo stabile rispetto al 2002. Rispetto al totale dei dipendenti, oltre il 54% è rappresentato da personale femminile.

Partecipazione alla vita dell'impresa

Le relazioni industriali

L'azienda da sempre ha caratterizzato la sua azione nei confronti del personale al massimo rispetto di quanto prevedono le leggi e i contratti in vigore.

In Unipol le relazioni industriali sono tradizionalmente improntate alla massima considerazione e rispetto del ruolo del Sindacato e della partecipazione dei dipendenti.

Per quanto riguarda le politiche e le procedure di informazione e di consultazione con le Organizzazioni Sindacali, in caso di rilevanti ristrutturazioni aziendali sono regolate dagli Artt. 14 e 15 del Comitato Collettivo Nazionale di Lavoro del settore assicurativo (CCNL ANIA), che prevede momenti formali di informazione agli Organismi Sindacali, in via preventiva rispetto alla realizzazione dei provvedimenti deliberati.

Nello specifico l'Art. 14 prevede che: "...nei casi di rilevanti ristrutturazioni aziendali, anche derivanti da innovazioni tecnologiche, concentrazioni, scorpori di attività che possono incidere concretamente sui livelli occupazionali aziendali, ovvero comportino modifiche nello svolgimento della prestazione lavorativa di gruppi di personale o ne comportino la mobilità, l'impresa informerà in via preventiva gli Organismi Sindacali Aziendali..." "In sede di confronto saranno fornite le informazioni utili alla miglior comprensione delle finalità di ristrutturazione, dei tempi di realizzazione nonché degli eventuali riflessi organizzativi. Il confronto sarà finalizzato al raggiungimento di una possibile intesa".

Il 2003 è stato un anno caratterizzato da una intensa attività sindacale, per la quale sono state utilizzate circa 26.000 ore di permesso sindacale. Buona parte dell'attività svolta è stata dedicata al confronto sulla Direzione Liquidazione di Gruppo, che dal 2004 si occupa della raccolta delle denunce e della liquidazione dei sinistri per Unipol, Linear e Aurora.

Per quanto riguarda le agitazioni sindacali, sono state circa 9.000 le ore di sciopero fatte nel 2003.

L'adesione ad Organizzazioni Sindacali da parte dei dipendenti di Unipol è significativa: circa il 61% degli stessi risulta iscritto ad un Sindacato.

La gestione del personale

Il 2003 è stato anche l'anno che ha visto avviarsi in Unipol il nuovo sistema di rilevazione automatizzata della presenza. Tale sistema si avvale di supporti tecnologici avanzati che permettono al dipendente di interagire con il sistema attraverso la rete informatica interna (Intranet), dalla quale si possono vedere in tempo reale le proprie timbrature, la situazione ferie e tutto ciò che riguarda la presenza/assenza. Tutto ciò ha permesso l'eliminazione dei supporti cartacei, oltre a semplificare e velocizzare la gestione del personale.

Risultati e Premi

In base all'utile lordo registrato nel Bilancio 2002, pari a 175 milioni di Euro, nel 2003 a tutti dipendenti delle Società di Bologna (non considerando i dipendenti di Winterthur, Meieaurora e Navale) è stato erogato il Premio Aziendale Variabile previsto dal Contratto Integrativo Aziendale.
Nel 2003 sono stati inoltre erogati i premi previsti dal sistema premiante per le strutture liquidative, con il fine di premiare i buoni risultati qualitativi e quantitativi raggiunti dalla struttura liquidativa territoriale nell'anno 2002. In ragione dei risultati raggiunti, sono stati premiati oltre 100 dipendenti che operano nella rete liquidativa.

Tutela sociale sul lavoro - alcuni indicatori

Nel 2003 in Unipol 74 persone (66 donne e 8 uomini) 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 39.000 ore.
A ciò si deve aggiungere un monte complessivo di circa 12.900 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, ecc..
Di queste ore, oltre 4.500 sono state utilizzate da 32 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 Legge 68/99 sul "collocamento obbligatorio", si osserva che in Unipol circa il 9% dei dipendenti appartiene a tale categoria, esattamente 124 persone, di cui 72 disabili e 52 orfani o profughi.

UNIPOL ASSICURAZIONI - ANNO 2003

	UOMINI	DONNE	TOTALE	%
Personale per fascia di Età				
fino a 20 anni	1	1	2	0,1%
21 ÷ 30 anni	45	86	131	9,1%
31 ÷ 40 anni	164	258	422	29,3%
41 ÷ 50 anni	250	315	565	39,3%
51 ÷ 60 anni	181	120	301	20,9%
oltre 60 anni	15	4	19	1,3%
Totale	**656**	**784**	**1440**	**100,0%**
Personale per titolo di studio				
Laureati	219	199	418	29,0%
Diplomati	357	405	762	52,9%
Licenza Media / Elementare	80	180	260	18,1%
Totale	**656**	**784**	**1440**	**100,0%**
Ripartizione per livello				
Dirigenti	53	4	57	4,0%
Funzionari	111	41	152	10,6%
Amministrativi	463	614	1077	74,7%
Addetti call center	21	111	132	9,2%
Produttori	8	14	22	1,5%
Totale	**656**	**784**	**1440**	**100,0%**

				di cui call center		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Assunzioni nel 2003						
Tempi indeterminati	24	47	71	10	30	40
Tempi determinati	7	17	24	0	0	0
Totale	**31**	**64**	**95**	**10**	**30**	**40**
Cessazioni nel 2003						
Tempi indeterminati	35	37	72	10	5	15
Tempi determinati	7	11	18	2	1	3
Totale	**42**	**48**	**90**	**12**	**6**	**18**
Promozioni / Riconoscimenti						
Passaggi di qualifica	66	55	121	3	3	6
Riconoscimenti individuali	127	99	226	0	0	0

UNIPOL ASSICURAZIONI - ANNO 2003

	UOMINI	DONNE	TOTALE	%
Personale per fascia di anzianità aziendale				
da 0 a 5 anni	137	232	369	25,6%
da 6 a 10 anni	81	79	160	11,1%
da 11 a 15 anni	182	161	343	23,8%
da 16 a 20 anni	122	131	253	17,6%
da 21 a 25 anni	60	88	148	10,3%
da 26 a 30 anni	41	30	71	4,9%
da 31 a 35 anni	32	50	82	5,7%
oltre 35 anni	1	13	14	1,0%
Totale	**656**	**784**	**1.440**	**100,0%**
Personale per Area geografica				
Emilia-Romagna	451	645	1.096	76,1%
Nord	65	56	121	8,4%
Centro/Sud	140	83	223	15,5%
Totale	**656**	**784**	**1.440**	**100,0%**
Cessazioni ripartite per tipologia				
Dimissioni	10	11	21	29,2%
Pensionamenti	13	17	30	41,7%
Passaggi a Società del Gruppo	7	6	13	18,1%
Superamento periodo di comporto (ex art 2110 c.c.)	4	2	6	8,3%
Decessi	1	1	2	2,8%
Totale	**35**	**37**	**72**	**100,0%**

La formazione

Formazione per i dipendenti di Unipol Assicurazioni

Nel 2003 sono state attuate azioni formative che hanno visto coinvolti più di 2200 partecipanti (1600 nel 2002), per un totale di circa 30.000 giornate/uomo (23.500 nello scorso anno).
Le azioni formative rivolte ai dipendenti della Compagnia sono state principalmente dedicate alle risorse che operano nella Direzione Liquidazione di Gruppo, alla luce dell'integrazione delle reti liquidative di Unipol e di Meieaurora.
Si sono svolti 10 corsi di formazione per responsabili di CLG, ai quali hanno partecipato 87 persone per 174 giornate/uomo. A questi si aggiungono i 49 corsi di aggiornamento tecnico sulla Legge 57 e sui prodotti che hanno coinvolto tutta la rete liquidativa, per circa 600 giornate di formazione.
Nella centrale di Sertel, 21 iniziative di aggiornamento hanno coinvolto 871 partecipanti, comportando circa 1.500 giornate/uomo di formazione.
Sono inoltre proseguiti i corsi di aggiornamento sulle lingue straniere e quelli di addestramento all'uso dei pacchetti informatici, che hanno coinvolto in tutto 462 partecipanti.

Temi	N° Corsi	N° Partecipanti
Neoassunti	1	24
Corsi di Informatica	32	444
Corsi di lingue straniere	4	18
Corsi per operatori di call center	20	847
Formazione al ruolo	11	97
Altri corsi di aggiornamento tecnico e specialistico	53	772
Totale	**121**	**2.202**

Formazione per la rete esterna

I corsi rivolti al personale delle agenzie hanno coinvolto nelle attività di aula quasi 2.100 partecipanti, per un totale di circa 3.250 giornate/uomo di formazione.
E' proseguito il piano di interventi rivolti agli agenti, per accrescerne le capacità manageriali di gestione delle Agenzie.
Sono state realizzate iniziative di inserimento di neoconsulenti assicurativi e di aggiornamento tecnico-commerciale utile a supportare le capacità di consulenza assicurativa della rete secondaria.
Oltre agli interventi rivolti alla rete per il miglioramento delle competenze di vendita della rete secondaria, il 2003 si è caratterizzato per una forte spinta su temi a carattere tecnico-commerciale.
Gli interventi hanno sostenuto le campagne commerciali della primavera 2003 rivolte ai clienti "privati" e lo sviluppo di competenze tecniche utili a gestire clienti aziende.

Per le Assicoop sono stati realizzati due interventi per i gruppi dirigenti, per accompagnare i processi di riorganizzazione interna e sviluppare senso di appartenenza e capacità operative di gestione dei processi commerciali.
E' continuato il programma di selezione e inserimento di neoconsulenti assicurativi per potenziare la rete delle Agenzie Societarie. L'inserimento e la formazione di tali neoconsulenti ha toccato la conoscenza dei prodotti, ma soprattutto le capacità di consulenza e servizio al cliente.
L'inserimento dei nuovi venditori è avvenuto in quasi tutte le Assicoop.

Temi	N° Corsi	N° Partecipanti
Corsi su nuovi prodotti assicurativi e su prodotti a contenuto finanziario	33	519
Corsi su tecniche di vendita e approccio al cliente	21	211
Corsi per agenti	10	94
Direttori e Capicanale Assicoop	4	35
Altri corsi	113	1.238
Totale	**181**	**2.097**

Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza

Il Fondo Pensione e la Cassa di Assistenza dei Dipendenti delle Imprese del Gruppo Unipol sono stati costituiti nel 1988 in base al Contratto Integrativo Aziendale 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 Vice-presidente sono assunte a rotazione dai consiglieri di nomina aziendale e dei 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 2003 il Fondo Pensione contava 2.794 adesioni e l'ammontare complessivo delle attività economiche maturate è pari a circa 47.6 milioni di Euro.

Nel 2003 i contributi versati, sia da parte delle imprese che dei dipendenti, sono stati circa 7.608.000 Euro.

La Cassa di Assistenza, sempre al 31 dicembre, contava 2.823 iscritti. Per l'esercizio 2003 i versamenti fatti alla Cassa sono stati circa 2.240.000 di Euro, di cui circa 300.000 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 e accertamenti diagnostici.

Per l'anno 2003 sono state erogate complessivamente circa 19.000 prestazioni, per un importo rimborsato pari a oltre 2.000.000 di Euro.

Sicurezza e prevenzione negli ambienti di lavoro

La gestione della sicurezza sul posto di lavoro viene effettuata in attuazione della Legge 626/94, che detta le disposizioni a cui un'azienda si deve attenere per garantire gli standard di sicurezza a tutti i lavoratori. Si tratta di una legge considerata tra le più avanzate nel mondo occidentale, che raccoglie i principi e direttive delle più importanti agenzie e istituti internazionali (ILO, UE, ecc.). Ai sensi di quanto prevede la legge 626 sulla sicurezza negli ambienti di lavoro, in Unipol è stata eletta una Rappresentanza dei Lavoratori per la Sicurezza, che è stata rinnovata nel 2003. Tale rappresentanza è composta da 6 lavoratori, in parte operanti presso la direzione di Bologna e in parte nelle principali sedi territoriali (Milano e Roma). Dopo la loro nomina, così come previsto dalla legge, hanno ricevuto una settimana di formazione, per un totale di 240 ore, da parte di consulenti specializzati, necessaria per svolgere adeguatamente il loro compito.

Sono stati realizzati interventi formativi per:

a) personale neo assunto presso la centrale operativa Sertel, ogni dipendente ha ricevuto mezza giornata di informazione di base in materia di sicurezza, per un totale di 160 ore;
b) la squadra di emergenza, che ha partecipato a un corso di aggiornamento in parte teorico sui rischi aziendali e in parte pratico con una esercitazione di spegnimento presso un campo prove adeguatamente attrezzato;
c) per le RLS (come visto sopra).

Nel 2003 è continuata l'attività volta a migliorare le condizioni di sicurezza sul lavoro e le misure di igiene ambientale.

Gli interventi hanno riguardato principalmente:

- la realizzazione di alcune nuove uscite di emergenza;
- è stata migliorata l'accessibilità alla sede di Direzione da parte di portatori di handicap;
- sono state migliorate le condizioni microclimatiche in alcune aree di lavoro;
- è stato condotto un monitoraggio specifico sulle sedi periferiche per valutare le condizioni di sicurezza e comfort ambientale;
- è stato introdotto il divieto di fumo in alcune aree aziendali;
- è stata estesa la sorveglianza sanitaria, che ora riguarda 1.031 dipendenti, con la nomina di due nuovi medici competenti;
- è iniziata la graduale introduzione di monitor a cristalli liquidi per le postazioni di lavoro a videoterminale, che sarà completata entro la fine dell'anno;
- si sono avviati lavori per migliorare le condizioni di sicurezza antincendio nelle aree del piano seminterrato e degli archivi.

Queste iniziative si affiancano a tutte le attività di routine condotte dal Servizio di Prevenzione e Protezione, in particolare quelle rivolte alla informazione e formazione del personale, alla periodica verifica dei rischi residui, alla sorveglianza sulle dotazioni di sicurezza, ecc..

Nel 2003 si sono verificati 29 infortuni sul lavoro di cui circa il 90% in itinere.

Il Circolo aziendale

Il bilancio del Circolo aziendale Unipol per l'anno 2003 è risultato estremamente positivo. I soci sono stati oltre 850, organizzati in dieci sezioni che curano altrettante attività di carattere sportivo, culturale e ricreativo. Nel 2003 è stata attivata la sezione dedicata al trekking, che ha già coinvolto diversi partecipanti nelle escursioni domenicali organizzate ogni 2 settimane.

In particolare e per sintesi le attività sono state le seguenti:

- **pallavolo**: una palestra è a disposizione per tutto l'anno, un giorno la settimana, per gli amanti di questo sport, che quest'anno ha coinvolto anche soci dell'Unipol Banca;
- **tennis:** un gruppo di dipendenti ha partecipato al Torneo Intercooperativo di Milano Marittima con buoni successi di squadra e dei singoli; notevole il successo registrato dai vari tornei di Circolo organizzati durante tutto l'anno, che hanno visto incrementare il numero dei partecipanti, specie di sesso femminile;
- **pesca:** numerose e con un numero di partecipanti sempre nutrito sono state le gare tenutesi nel laghetto di Marzabotto, sintomo d'interesse e di desiderio di aggregazione;
- **mountain-bike:** si è ripetuta la consueta gita annuale cui hanno partecipato circa 40 persone, oltre alle numerose pedalate domenicali sui nostri Appennini;
- **basket:** la squadra del Circolo ha partecipato al Torneo Denzi organizzato dalla Lega Basket UISP, classificandosi al primo posto per il quarto anno consecutivo;
- **calcetto:** una palestra è a disposizione dei soci una volta la settimana; partecipazione al torneo Noricum Vita classificandosi ancora una volta al primo posto;
- **calcio:** partecipazione al trofeo Seragnoli, manifestazione Provinciale di grande rilievo, conquistando il terzo posto;
- **teatro:** 30 tessere di 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.

Anche nel 2003 sono state confermate le tradizionali iniziative curate dal Circolo Aziendale, quali la festa dedicata ai più piccoli, che si è svolta durante le festività natalizie e la redazione del giornalino interno, "Idee in Circolo", che ha proposto articoli di "colore" sulla vita aziendale.

La collettività

- I Consigli Regionali Unipol (CRU) **169**
- La Fondazione Cesar **170**
- Unipol e il mondo della scuola **172**
- L'impegno per l'Ambiente e la Sostenibilità **173**
- Unipol e la Responsabilità Sociale d'Impresa..... **179**

I Consigli Regionali Unipol (CRU)

La specificità di Unipol Assicurazioni è l'aver dato vita a strutture regionali di concertazione e discussione che operano direttamente con il pubblico di riferimento, i Consigli Regionali Unipol (CRU), un'articolazione presente in ciascuna Regione italiana. Lo scopo di questa struttura aziendale è quello di favorire la partecipazione delle Organizzazioni del lavoro, socie di Unipol, alla vita dell'Impresa, nonché di facilitare la penetrazione di Unipol nel mercato preferenziale.

Si dette vita ai CRU nella seconda metà degli anni '70, conseguentemente all'ingresso nel capitale sociale delle Organizzazioni Socie.

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, nonchè delle strutture aziendali di Unipol.

Con il tempo, nelle varie Regioni i CRU si sono via via aperti alle rappresentanze della società civile, istituzionale ed economica, di ciascuna comunità locale, così che si è arricchita la possibilità di sviluppare iniziative di verifica sul servizio assicurativo erogato da Unipol, ed anche programmi e partecipazioni su temi come la prevenzione e la sicurezza stradale, la previdenza pensionistica, le tematiche legate alla riforma del Welfare, i progetti di impegno per l'educazione alla legalità. Si sono sviluppati così uno strumento e una prassi di responsabilità sociale d'impresa, una collaborazione permanente tra il mondo aziendale, le Organizzazioni Socie e le singole comunità locali.

Infatti i Consigli Regionali Unipol rappresentano una tra le più evidenti peculiarità pratiche dell'Economia Sociale e costituiscono lo snodo principale della strategia di Responsabilità Sociale di Unipol.

La struttura dei CRU svolge la propria attività in stretta collaborazione con la Fondazione Cesar e 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 ed informative, sviluppando il dialogo con tutti gli stakeholder e la struttura delle agenzie.

La struttura dei Consigli Regionali Unipol

La Fondazione Cesar

La Fondazione Cesar – Centro Europeo di Ricerca dell'Economia Sociale e dell'Assicurazione – è stata fondata nel 1990 per iniziativa di Unipol Assicurazioni.
La Fondazione, insieme ai CRU, costituisce il presidio principale dell'impegno di Unipol nel Sociale.
L'attività della Fondazione Cesar si articola in aree di lavoro, suddivise per grandi tematiche sociali e rappresentate da altrettanti gruppi di professionisti e collaboratori di formazione specialistica nell'ambito di riferimento. Ad ogni area fanno riferimento le Associazioni e le collaborazioni che si configurano come partners operativi della Fondazione.

L'Area Assicurazione rappresenta naturalmente uno dei principali filoni dell'attività di ricerca di Fondazione Cesar.

L'Area Welfare e Lavoro si occupa di monitorare i diversi aspetti del mercato del lavoro e dell'occupazione.

L'Area Sicurezza sviluppa due canali di impegno sociale fortemente radicati nella tradizione della Fondazione. Le due Associazioni afferenti a quest'area, SicurStrada e SicurEuropa, sono oggi completamente autonome dal punto di vista della progettazione e gestione di percorsi di legalità e prevenzione.

L'Area Europa
Un filone specifico di attività è dedicato ai rapporti internazionali: la Fondazione può infatti contare su un'estesa rete di rapporti con imprese assicurative e mutualistiche, che con Unipol condividono un forte radicamento sociale. In particolare, la Fondazione Cesar è socio fondatore del "Pôle Européen des Fondation de l'Economie Sociale".

L'Area Progetti Speciali
L'Area Progetti Speciali porta avanti una serie di esperienze, alcune già consolidate, altre da considerarsi sperimentali: l'attenzione particolare per le risorse informatiche della Rete a servizio del mondo del Volontariato, la sperimentazione dell'esperienza consortile di "Noi Con", il valore di un riconoscimento importante come "Le Chiavi del Sorriso".

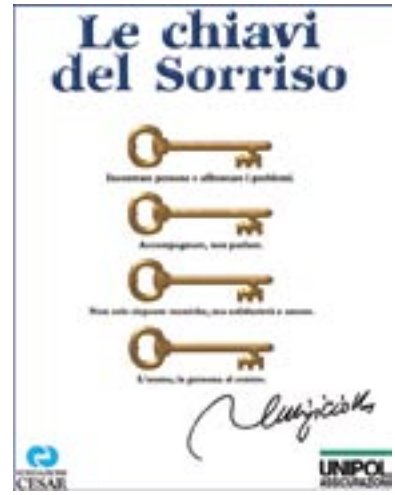
FONDAZIONE
CESAR
Centro Europeo di Ricerche
dell'Economia Sociale e dell'Assicurazione

Le Chiavi del Sorriso - edizione 2003

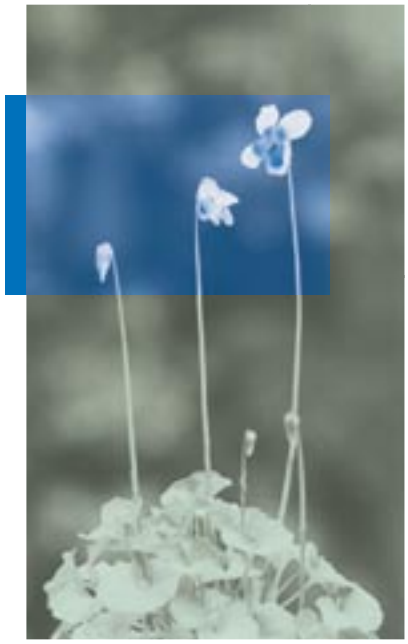
L'acqua è stato il filo conduttore dell'edizione 2003 delle "Chiavi del Sorriso", un dono fatto simbolicamente da Don Luigi Ciotti alla Fondazione Cesar. Quattro chiavi che significano "accogliere, ascoltare, aiutare, mettere l'uomo al centro". «Non c'è vita senza acqua. L'acqua è un bene prezioso, indispensabile a tutte le attività umane»: recita così la Carta Europea dell'Acqua approvata dal Consiglio d'Europa nel 1981.
L'acqua è una risorsa preziosa, ma talvolta questo bene essenziale per la vita si rivela avaro, nemico e causa di malattie e distruzioni.
I Consigli Regionali Unipol e la Fondazione Cesar, ideatrice del premio, insieme al progetto "Mare e Giovani – Riccardo Domenici" hanno infatti voluto dedicare questa edizione delle "Chiavi del Sorriso" a chi con la sua opera ha promosso e salvaguardato il patrimonio idrico.
La Consulta Nazionale dei CRU ha proposto di premiare:

- l'Associazione Nazionale Cooperative di Consumo per i progetti sociali in Paesi del Sud del mondo.
- il Dipartimento della Protezione Civile per il suo costante impegno nel tutelare l'integrità della vita e l'ambiente dai danni derivanti da calamità naturali.
- l'Associazione Solidarietà e Sviluppo (Ases) per l'impegno nel promuovere e salvaguardare l'agricoltura dei piccoli Comuni di montagna.
- Legambiente per l'impegno profuso nella difesa del patrimonio idrico italiano, in nome della tutela dell'ambiente e della difesa della salute dei cittadini.
- la Popolazione di Longarone per aver saputo coniugare voglia di riscatto e memoria storica della tragedia del Vajont.
- Fabio Fazio per il suo impegno nel comunicare con ironia e leggerezza temi come l'acqua, il clima e la tutela del patrimonio idrico ambientale.

Il Premio speciale "Mare e Giovani" è stato assegnato alla Federazione Italiana Sport Disabili (Fisd) ed è stato consegnato al Presidente Luca Pancalli dalla Signora Orietta Dolcetti, mamma di Riccardo Domenici, giovane istruttore subacqueo di Perugia scomparso per un tragico incidente in piscina, a cui è intitolato il progetto "Mare e Giovani".



Unipol e il mondo della scuola



Unipol da sempre è disponibile alle sollecitazioni provenienti dal mondo della scuola. Nel 2003 in Unipol sono state ospitate 27 persone a titolo di stage aziendali: di queste 20 hanno seguito il tirocinio formativo di otto settimane, propedeutico alla assunzione presso la Centrale Operativa telefonica Sertel. Questo tirocinio è organizzato sulla base di due moduli formativi, che prevedono quattro settimane di "aula" e quattro settimane di addestramento operativo. Altre 7 persone hanno svolto uno stage all'interno di altrettante aree aziendali, in base a convenzioni stipulate con diversi enti promotori, fra cui la Facoltà di Scienze Statistiche dell'Università degli Studi di Bologna, il MIB School of Management di Trieste, la Business School del Sole 24 Ore di Milano. Queste iniziative formative hanno avuto una durata da un minimo di due mesi ad un massimo di cinque mesi. Al termine dei vari stages sono state assunte 4 persone.

Anche la Fondazione Cesar ha contribuito ad alimentare la collaborazione con il mondo dell'Università e con enti di formazione per l'ospitalità di stage formativi, ben 8 nel 2003.

Nel corso del 2003 la Fondazione ha ottenuto il riconoscimento per l'ospitalità del Servizio Civile Volontario Nazionale, che ha visto nell'anno 2003-04 la presenza di 5 volontari su tre sue sedi (Bologna, Roma, Genova).

L'impegno per l'Ambiente e la Sostenibilità

Utilizzo di materiali

L'utilizzo di **carta** rappresenta per Unipol uno dei consumi a maggiore impatto ambientale. Ciò dipende dal fatto che in una compagnia di assicurazioni l'attività è fortemente collegata all'uso di carta sia per la presentazione delle proposte assicurative, che per la sottoscrizione dei contratti, che per la presa in carico dei sinistri, sia per le varie altre incombenze di natura amministrativa e gestionale.
I tipi di stampati in carico nel magazzino sono più di trecento e il consumo di carta per stampati, per fotocopie e per stampanti è di circa 200 tonnellate l'anno.
A ciò si deve aggiungere il consumo di carta per libri, periodici e riviste, stampati pubblicitari, difficilmente quantificabile.

La **carta riciclata** viene utilizzata per la stampa di pubblicazioni aziendali (per esempio il bilancio sociale e i suoi allegati) e, in via sperimentale, per le fotocopie.
Anche per la fornitura di asciugamani di carta, l'approvvigionamento avviene abitualmente presso fornitori di carta riciclata, accreditati con adeguate certificazioni.

Occorre poi porre in rilievo il fatto che la informatizzazione diffusa in Unipol ha determinato 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 allo studio ulteriori interventi organizzativi intesi a contenere ed a razionalizzare ulteriormente il consumo di carta attraverso l'espansione dell'utilizzo di supporti elettronici nell'ambito della modulistica aziendale.

Tra gli altri, ricordiamo i seguenti progetti:

- il progetto di rilevazione elettronica delle presenze, già in fase di avanzata realizzazione, che eliminerà progressivamente l'uso dei Cartellini presenza;
- il progetto di creazione di modulistica in formato elettronico per la trasmissione in via telematica alle agenzie, attualmente in fase di studio, che ridurrà il consumo di carta attraverso la razionalizzazione dell'impiego della modulistica e l'eliminazione delle scorte.

Consumi energetici

Per quanto riguarda i **consumi elettrici, il riscaldamento e la refrigerazione** della sede di Unipol, la fonte di produzione è la Centrale Termo-Frigorifera del Fiera District di cui Unipol è azionista, insieme alle principali realtà imprenditoriali insediate in Zona Fiera (Bologna Fiere, Unicooper, Holiday Inn, Telecom, Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna, UniCredit, ecc.).
La Centrale è alimentata a gas metano e produce:

- energia elettrica, tramite turbine, che viene 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.

La Centrale inoltre risponde all'obiettivo di ridurre notevolmente la quantità di emissioni in atmosfera, rispetto ai tradizionali sistemi di riscaldamento e refrigerazione, in uso precedentemente dalle imprese ed Istituzioni operanti nel Fiera Disctrict.
La Centrale serve l'immobile di Via Stalingrado nel quale risiedono le sedi centrali di Unipol Assicurazioni, Quadrifoglio Vita, Unipol Banca e Finsoe.

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA

	2003
Consumi totali (MWh)	3.378
Consumi per m2 (kWh per m2)	106
Consumi per dipendente (kWh per dip.)	2.367

Nel 2003 i consumi di energia elettrica sono stati pari a 106 kWh per metro quadrato.
Per la riduzione dei consumi elettrici, sono allo studio ipotesi di interventi per la dotazione di lampade a basso consumo energetico, in subordine comunque alla possibilità che si realizzi un risparmio certo dal saldo tra minori consumi e costi di ammortamento dell'investimento.

CONSUMI DI CALORE

	2003
Consumi totali (Mcal)	584.362
Consumi per m2 (kcal per m2)	1.826
Consumi per dipendente (kcal)	409.504

I consumi totali annuali per generare caldo d'inverno e freddo d'estate sono pari a 584.362 megacalorie annue. Questi consumi dipendono per il 56% dal riscaldamento invernale e per il 44% dal raffreddamento estivo.
Tali consumi sono strettamente correlabili alla situazione climatico/ambientale in cui si inseriscono le sedi aziendali fruitrici, nonché alle caratteristiche tecniche della struttura immobiliare in fatto di coibentazione.
A questo ultimo riguardo sono già state adottate misure di adattamento per il contenimento dei ponti termici.

Consumi di acqua

Per quanto riguarda i consumi di **acqua**, l'approvvigionamento avviene attraverso l'acquedotto pubblico gestito da Hera.
I consumi totali annui di acqua per l'immobile di Via Stalingrado sono stati nel 2003 di 17.835 m^3. Il consumo di acqua nelle sedi di Unipol è quasi esclusivamente riferibile ai servizi igenici; solo una piccola parte residuale è imputabile alla irrorazione estiva degli spazi verdi, che avviene attraverso microdiffusione.

CONSUMI DI ACQUA

	2003
Consumi totali (m3)	17.835
Consumi per dipendente (m3)	12,5

Mobilità sostenibile

La Compagnia segue con interesse le iniziative promosse dal Ministero dell'Ambiente volte a salvaguardare la qualità dell'aria e a migliorare la mobilità nei centri urbani, anche incentivando l'impiego dei mezzi pubblici negli spostamenti tra casa e lavoro.
Il 2003 ha visto la conclusione delle attività già iniziate negli anni precedenti, che hanno portato alla presentazione del Piano degli spostamenti casa-lavoro per i dipendenti che hanno sede di lavoro nel Comune di Bologna (Direzione Centrale, Centri di Liquidazione di Gruppo, Uffici di Via Galliera).

L'iniziativa più concreta è stata la sottoscrizione nel maggio 2004 delle convenzioni con ATC (società che gestisce il trasporto pubblico urbano ed extraurbano a Bologna) e con FER (società che gestisce linee ferroviarie ed automobilistiche in Emilia Romagna). Queste convenzioni prevedono una riduzione di circa il 25% del prezzo di acquisto degli abbonamenti annuali urbani, extraurbani e ferroviari.
Per sensibilizzare i dipendenti, è stato realizzato un sito dedicato alla "mobilità e agli spostamenti casa-lavoro" sulla Rete Intranet aziendale, da dove è possibile collegarsi ai siti di ATC, Trenitalia e a quelli di altre società di trasporto pubblico per avere informazioni sugli orari e sui percorsi di autobus e treni.

SPESE PER LA MOBILITA'

viaggi in auto	2.708.508 km
Autostrada	79.905 Euro
Treno	129.610 Euro
Aereo	201.525 Euro
Autobus	2.154 Euro
parcheggio e taxi	203.127 Euro

La tabella mostra la composizione delle spese effettuate dai dipendenti di Unipol in base al mezzo di trasporto utilizzato (per un totale di giornate di trasferta di 18.562).
Nel 2003, il 75% dei rimborsi sono relativi a trasferte effettuate in macchina, mentre il 10% riguarda trasferte in treno.

Gestione dei rifiuti

Per l'attività che svolge, Unipol non consuma né produce rifiuti tossici nocivi. I rifiuti speciali non nocivi vengono smaltiti prevalentemente con l'intervento di aziende specializzate in possesso dei requisiti e delle autorizzazioni di legge, oppure direttamente riutilizzati da fornitori o da enti Onlus cui vengono dati in donazione o a prezzo simbolico.

Le aziende specializzate che curano per Unipol lo smaltimento dei rifiuti sono in possesso di Certificazioni di Qualità ISO e trasmettono sempre copia dei formulari di identificazione utilizzati per il trasporto dei rifiuti.

Le principali raccolte differenziate riguardano:

- la carta prodotta negli uffici;
- i rifiuti da imballaggio (cartone, legno, polistirolo);
- le cartucce per le stampanti e le fotocopiatrici;
- i mobili di ufficio.

Per quanto riguarda la **carta**, i documenti contenenti dati sensibili vengono raccolti in appositi contenitori, ritirati dalla CRBC, triturati e poi trasportati in cartiera per il riutilizzo. La stessa procedura viene seguita per tutta la carta dimessa dall'archivio e per tutta la carta da macero raccolta in occasione dei traslochi.

Il ricavato della vendita alle cartiere viene devoluto all'AISM, associazione Onlus per la lotta alla sclerosi multipla. Per quanto riguarda i **rifiuti da imballaggio** (cartone, legno, polistirolo), Special-Trasporti mette a disposizione di Unipol dei cassettoni per la raccolta e lo smaltimento è indirizzato al riciclaggio nella quasi generalità dei casi.

Per quanto riguarda le **cartucce delle stampanti**, quelle ricaricabili vengono direttamente ritirate dai fornitori abituali (Olivetti e Rank Xerox), che provvedono direttamente al loro riutilizzo; le altre vengono consegnate a CoopService Divisione Ecologica che provvede a smistarle in aziende autorizzate al riciclaggio.

I **mobili usati** vengono destinati ad associazioni Onlus o ad enti ed associazioni vicini alla nostra realtà imprenditoriale. In qualche caso vengono rivenduti a privati. E' allo studio una ipotesi di lavoro per la destinazione sistematica dei residuati legnosi ad enti direttamente preposti al loro riciclaggio, che siano in possesso delle adeguate certificazioni.

Impatto ambientale dei fornitori

Mentre per quanto riguarda l'esercizio della attività assicurativa propria di Unipol i problemi legati al suo diretto impatto sull'ambiente si possono definire di

scarso rilievo, diverso si presenta il discorso per quel che attiene le attività dei suoi principali fornitori: 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 ecc.
E' stata effettuata una ricognizione orientata a classificare i più importanti fornitori in modo da valorizzare le politiche di sostenibilità ambientale da loro già adottate.
In tal modo infatti, si è potuto verificare il grado di sensibilità dei nostri più importanti fornitori sui temi ambientali e iniziare a proporre una graduale incentivazione alla presa in carico della consapevolezza ambientale ed allo sviluppo di interventi conseguenti .

Per avviare un processo di sensibilizzazione sui temi ambientali è stata inviata una scheda di rilevazione ai principali fornitori di Unipol. I fornitori coinvolti sono stati selezionati tenendo conto delle tipologie di beni forniti e della rilevanza degli stessi in termini di fatturato.

In particolare, la scheda richiedeva di rilevare i sistemi di gestione e le certificazioni relative:

- al rispetto dell'ambiente;
- alla qualità dei prodotti o dei servizi erogati;
- alla tutela dei diritti dei lavoratori.

In tal modo Unipol ha segnalato in modo formale a propri principali fornitori il suo interesse a dare rilievo, nella scelta dei propri fornitori, all'atteggiamento da questi assunto ed alle relative credenziali disponibili, in materia di sostenibilità ambientale.

La totalità dei fornitori interpellati ha avviato percorsi volti ad assicurare un approccio sistematico alle condizioni aziendali per la qualità, fino ad ottenere, nella maggior parte dei casi, la **certificazione di qualità** dei propri processi aziendali in conformità alle norme internazionali ISO 9000.

Per quanto riguarda i **sistemi di gestione relativi al rispetto dell'ambiente** gli strumenti più utilizzati dai fornitori di Unipol sono la definizione di politiche ambientali, l'utilizzo di Certificazioni della serie ISO 14000 e registrazioni EMAS. Nello specifico è particolarmente diffusa l'ISO 14000, che rappresenta un sistema di gestione ambientale strutturato per definire obiettivi e strategie per l'ambiente, raggiungere tali obiettivi e dimostrare che sono stati raggiunti. La norma ISO 14000 non specifica livelli di performance ambientale, ma rappresenta comunque una garanzia del fatto che i fornitori di Unipol tengono monitorati gli aspetti ambientali e definiscono piani di miglioramento per la riduzione degli impatti.

Alcuni fornitori che utilizzano sistemi di gestione ambientale sono:

- **METHIS**
  (divisione attraverso cui Coopsette opera nel mercato dell'arredamento per ufficio)
- **DAUPHIN ITALIA**
  (progettazione e distribuzione di sedie ergonomiche per ufficio)
- **XEROX**
  (prodotti relativi alla stampa, copiatura, esecuzione di fax e scansione e software per gli uffici)
- **F.LLI BIAGINI**
  (materiale di cancelleria e informatico)
- **CEIF**
  (impianti elettrici e telefonici)

Alcuni fornitori che hanno ottenuto certificazioni di prodotto:

- CEA ESTINTORI
  (progettazione e produzione di estintori)
- OLIVETTI TECNOST
  (prodotti per ufficio, stampanti
  e accessori)
- ELECTRIC SYSTEM SRL
  (impianti e sistemi di sicurezza)
- METHIS
- XEROX

Oltre alle Certificazioni del sistema aziendale (sistemi di qualità o sistemi di gestione ambientale), 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.
Si tratta ad esempio di dichiarazioni di sicurezza e qualità dei prodotti forniti, rispetto dei requisiti normativi in merito ai livelli di rumorosità e alla compatibilità elettromagnetica e di sicurezza previsti da direttive europee, presenza di procedure codificate per la realizzazione del prodotto, attenzione nei processi di produzione all'utilizzo di prodotti che non generino rifiuti tossici oppure attenzione all'utilizzo di materiali compatibili con l'ambiente.

Rispetto alla **tutela dei lavoratori** tutte le aziende contattate sono dotate di procedure codificate per la gestione del personale nel rispetto del CCNL di settore. Inoltre nei processi di produzione dei prodotti molti dei materiali di consumo sono studiati e progettati in modo da garantire la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori sul luogo di lavoro.

Da parte sua Unipol adegua il suo comportamento a pratiche di programmazione, di continuità, di correttezza e di celerità nei pagamenti e nelle prassi commerciali, tali da garantire tranquillità e capacità di previsione ai propri fornitori.

Unipol e la Responsabilità Sociale d'Impresa

Il Bilancio Sociale di quest'anno è l'undicesimo pubblicato da Unipol Assicurazioni. In questo lungo periodo l'Impresa ha costantemente accresciuto il suo impegno sulla Responsabilità Sociale d'Impresa.

Il suo ruolo di precursore, le continue innovazioni sul Bilancio sociale, le prassi avanzate di dialogo con i suoi stakeholder, il confronto continuo con le Associazioni dei Consumatori e le Organizzazioni Socie di Unipol e con rappresentanti di una parte importante del mondo del lavoro e della società civile, hanno fatto sì che Unipol costituisca una *best practice* per quanto riguarda la Responsabilità Sociale d'Impresa.

Unipol è stata una delle prime imprese in Italia a costruire al suo interno una specifica struttura organizzativa dedicata alla elaborazione del Bilancio sociale e della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Questo ha garantito una continuità del processo di elaborazione legato alla Responsabilità Sociale d'Impresa, una socializzazione di esperienze sia all'interno verso le strutture organizzative ed i dipendenti, sia all'esterno di Unipol verso il mondo dei media, dell'Università e dei centri di ricerca sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, delle ONG, fino a costituire numerose partnership con essi e con i vari stakeholder dell'azienda.

Lo stesso Bilancio Sociale in questi anni ha cambiato gradualmente la sua funzione e fisionomia: da mero strumento di comunicazione è diventato uno strumento di confronto e dialogo continuo, di inclusione e partecipazione graduale degli stakeholder su specifici progetti aziendali.

La contaminazione reciproca è stata costante, cercando sempre di dare concretezza e ottenere reciproca soddisfazione da una relazione che via via è diventata sempre più ampia e matura, estendendo prassi e progetti di Responsabilità Sociale non solo agli stakeholder della filiera produttiva, con il progetto di RES per le Agenzie, ma anche della stessa comunità.
Sia il Bilancio sociale che l'insieme dell'impegno di Unipol sulla Responsabilità Sociale d'Impresa sono oggetto di numerose tesi di laurea da parte di studenti in diverse facoltà universitarie, che spesso richiedono la presenza dei rappresentanti aziendali per illustrare la nostra esperienza nei vari corsi o master.

Articoli e commenti sono stati spesso dedicati dai media alla nostra esperienza che, per diversità aziendale e specificità, rimane unica.
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 di seguito riportate sono state redatte direttamente dagli stessi partner coinvolti.

Attività del Tavolo Q-RES 2004

La missione del progetto 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 2003 e nei primi mesi del 2004 si contraddistinguono per il rafforzamento della dimensione europea del Progetto, attraverso la continuazione della ricerca sulla convergenza degli standard di gestione per la CSR, finanziata dalla Commissione Europea, di cui Q-RES è Project Leader.
La ricerca europea vede come partecipanti, oltre a Q-RES, rappresentanti del SIGMA Project (UK), di AccountAbility (UK), del Values Management System (Center for Business Ethics di Costanza, Germania) e, da quest'anno, di AFNOR (Ente di normazione francese membro dell'ISO), e intende sviluppare i promettenti risultati già conseguiti nel 2002-2003, che hanno permesso la definizione di un *common framework* per la gestione della CSR a livello europeo. Il Progetto, avviato nel 2004, si concentra sull'identificazione di un insieme comune di specifici management tools per la CSR, ovvero strumenti in grado di favorire l'implementazione operativa delle strategie di CSR nelle imprese europee, nel quadro della logica comune sottostante ai sistemi di gestione per la CSR identificata nel progetto precedente.
Sono previste quattro Round Tables nei Paesi europei partecipanti alla ricerca, in cui si discuteranno le ipotesi di convergenza tra gli standard e le esperienze pratiche nell'utilizzo e nello sviluppo dei management tools, in un attivo confronto tra accademici e manager di imprese leader per la CSR in Francia, Gran Bretagna, Germania e Italia.
Oltre alle attività legate al Progetto europeo, il Tavolo Q-RES 2004 prevede la continuazione dei Progetti Pilota già avviati (Coop Consumatori Nordest, Autostrade per l'Italia) e del processo di consultazione sulla Norma Q-RES. Questo documento, la cui prima versione è stata prodotta dal Gruppo Normatore Q-RES nel 2003, ha una struttura compatibile con quella delle Norme ISO 9000 e intende essere il documento normativo di riferimento per una certificazione dei sistemi di gestione d'impresa orientati alla responsabilità etico-sociale.

Sito Internet:
www.qres.it

Impronta Etica

Dal 2002 Unipol è socio di Impronta Etica, associazione senza scopo di lucro nata nel 2001 su iniziativa di un gruppo di aziende emiliane per promuovere la Responsabilità Sociale d'Impresa. L'associazione intende essere un punto di incontro sulle tematiche dell'etica di impresa e dello sviluppo sostenibile, promuovendo un confronto tra i soci e gli stakeholder esterni.

In particolare le finalità perseguite sono:

- la valorizzazione delle esperienze e delle iniziative maturate dai soci: ad oggi 12 imprese su 19 hanno adottato strumenti di *accountability,* quali il bilancio sociale e ambientale e il bilancio di sostenibilità;

- l'aggiornamento costante sugli sviluppi in materia di RSI a livello nazionale e internazionale, attraverso la partecipazione a organizzazioni a livello europeo: Impronta Etica è, infatti, National Partner Organization del CSR Europe (network europeo per la promozione della Responsabilità Sociale delle Imprese). Partecipa, inoltre, al Multistakeholder Forum, organismo presieduto dalla Commissione Europea per migliorare la conoscenza sulla responsabilità sociale e verificare la possibilità di creare linee guida europee comuni;

- la diffusione della conoscenza sui temi della RSI attraverso lo sviluppo di canali di comunicazione e di informazione. I soci hanno partecipato a diversi convegni e seminari in qualità di relatori; inoltre sono stati organizzati eventi pubblici sulla RSI e sulle buone pratiche aziendali. Nel corso del 2003 Impronta Etica ha partecipato a due progetti di ricerca: il progetto Sme Key, promosso dal CSREurope, con il supporto della Commissione Europea per la promozione in Europa della Imprenditoria Responsabile presso le PMI e il progetto ECSF, promosso dall'Erasmus University di Rotterdam per la definizione degli strumenti da adottarsi in impresa al fine di definire e gestire la propria strategia di sostenibilità.

Nel luglio 2003 ha pubblicato il Manifesto "Per una responsabilità sociale che sia elemento distintivo dello sviluppo sostenibile", fornendo un contributo al dibattito nazionale ed europeo sulla RSI.

Sito internet:
www.improntaetica.org

Cittadinanzattiva

Cittadinanzattiva è un movimento che opera per promuovere la partecipazione civica e la tutela dei diritti dei cittadini. Si tratta di una 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 di sussidiarietà, introdotto nella nostra Costituzione con l'Art. 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 la prima Convenzione Nazionale sulla Sussidiarietà, che si è svolta a Roma il 16 marzo 2004.

Sito Internet:
www.cittadinanzattiva.it

In questa ottica di "responsabilità allargate e condivise", Unipol fa parte del **Gruppo di Frascati** per la Responsabilità Sociale d'Impresa, costituitosi nel '99 per iniziativa di Cittadinanzattiva, il cui fine è promuovere una nuova cultura imprenditoriale: quella della cittadinanza d'impresa. Cittadinanza d'impresa significa conciliare le esigenze di mercato con la tutela dei beni comuni e dell'interesse generale. Significa agire in modo responsabile nei confronti degli stakeholder d'impresa.

Il Gruppo di Frascati nel corso del 2003 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 dei luoghi dello sport, sia in quanto spettatori che in quanto attori;
- è stato partner nella realizzazione del terzo seminario internazionale sulla CSR che si è svolto a Frascati il 15 e 16 ottobre 2003;
- 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 Annam e la realizzazione di un ciclo di seminari tematici su vari aspetti della CSR (la comunicazione, le PMI, gli strumenti ecc.).

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.

Obiettivi dell'associazione sono:

- lo studio delle implicazioni derivanti da un'attività finanziaria basata sulla sostenibilità dello sviluppo;
- la diffusione di informazione e conoscenza;
- l'elaborazione di proposte innovative rivolte agli operatori e agli utenti dei servizi finanziari.

Il 2003 è stato un anno importante per il Forum. Da un lato, si è consolidato il network di organizzazioni associate; dall'altro, è aumentato il volume ed è migliorata la qualità delle attività svolte.
Le tipiche iniziative dell'associazione sono focalizzate nel campo della formazione e dell'informazione (convegni, seminari, corsi…), rivolte sia alla comunità finanziaria che al pubblico in generale.

Con riferimento ai progetti speciali, nella prima parte dell'anno, l'attività più significativa ha riguardato l'elaborazione delle Linee Guida per la Trasparenza dei Fondi Comuni di investimento socialmente responsabili, destinati a risparmiatori individuali. L'obiettivo finale era quello di offrire ai piccoli investitori uno strumento per capire che cosa c'è dietro l'etichetta di "fondo etico". In base a queste linee guida, i gestori si impegnano a fornire un complesso articolato di informazioni sulle caratteristiche del prodotto finanziario e sui processi che governano la sua gestione. L'aspetto innovativo del progetto è consistito nel fatto che è stato attivato un gruppo di lavoro composto sia dai gestori che da tutte le parti interessate (associazioni di rappresentanza di interessi diffusi).

Nel secondo semestre, il Forum ha prodotto la parte italiana di una ricerca europea sugli investimenti socialmente responsabili promossi da investitori istituzionali (fondazioni, fondi pensioni, enti religiosi e assicurazioni). Si è trattato del primo studio in questo settore.

Sito Internet:
www.finanzasostenibile.it

UIL Democrazia Economica

La UIL è stata, in ordine cronologico, a seguito della pubblicazione del Libro Verde da parte della UE, il primo sindacato italiano a misurarsi sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa, organizzando il 30 maggio 2002, anche grazie alla collaborazione di Unipol, un convegno nazionale a Roma.

La visione della UIL della Responsabilità Sociale d'Impresa è che essa deve essere complementare e in nessun modo sostitutiva alla legislazione che riguarda i diritti sociali e ambientali ed alle norme fissate dalla contrattazione collettiva; ciò comporta che ogni impresa che non rispetti le convenzioni, la legislazione o il dialogo sociale non potrebbe essere definita "socialmente responsabile".

La Responsabilità Sociale d'Impresa non deve essere vissuta come comportamento aggiuntivo alle attività d'impresa, ma deve segnare la stessa natura di quest'ultima, la sua "governance" e l'attività costante e continua della sua produzione, con l'integrazione dei temi sociali ed ambientali nella sua gestione quotidiana.

Non un approccio filantropico tradizionale o di "pubbliche relazioni".
La Responsabilità Sociale d'Impresa deve rappresentare una posta in gioco non solo da una prospettiva globale e per i Paesi in via di sviluppo, ma anche per un'Europa allargata e integrata a 25.

La UIL considera il rapporto con gli stakeholder interni, i lavoratori, il livello primario per lo sviluppo della RSI, il livello di relazione fondamentale per permettere in primo luogo quella condivisione dei valori e della *Mission* dell'impresa necessari a realizzare quella svolta che differenzia una impresa da una impresa socialmente responsabile.
È su questo terreno che per la UIL si misura il primo grado di responsabilità sociale di una impresa: nelle qualità delle relazioni industriali, nei processi di informazione, di consultazione e di coinvolgimento dei lavoratori.

In effetti, sarebbe paradossale per noi ritenere come "socialmente responsabile" un'impresa che non applica un accordo o non rispetta un contratto di lavoro. L'impresa può essere responsabile all'esterno solo se lo è all'interno.

La UIL è convinta che la costruzione di una strategia di RSI non può esaurirsi ai soli stakeholder rappresentanti il mondo del lavoro: l'impresa deve avere un approccio multi-stakeholder, aprendosi ai vari rappresentanti della sfera sociale e ambientale, alle grandi ONG, come al mondo della comunità locale.
Tale approccio deve sviluppare un effettivo coinvolgimento degli stakeholder in tutte le fasi della strategia di RSI e non solo nella rendicontazione.

Per questo la UIL promuove convergenze e progetti di partenariato con gli altri sindacati e con le ONG rappresentative di dipendenti, con le Associazioni dei Consumatori e i vari stakeholder aziendali che condividono i nostri valori.

Siamo convinti che nella comune complementarità delle azioni si debbano influenzare metodologie e standard capaci di evitare comportamenti d'impresa con una visione della RSI "alla carta", basata solo su alcuni elementi sociali ed ambientali, ignorando altri aspetti più importanti e critici.

Con questa consapevolezza, la UIL Democrazia Economica ha promosso una collaborazione permanente con la struttura di Unipol che si occupa della RSI , 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.

Sito Internet:
www.uil.it/dem_economica/

Adiconsum

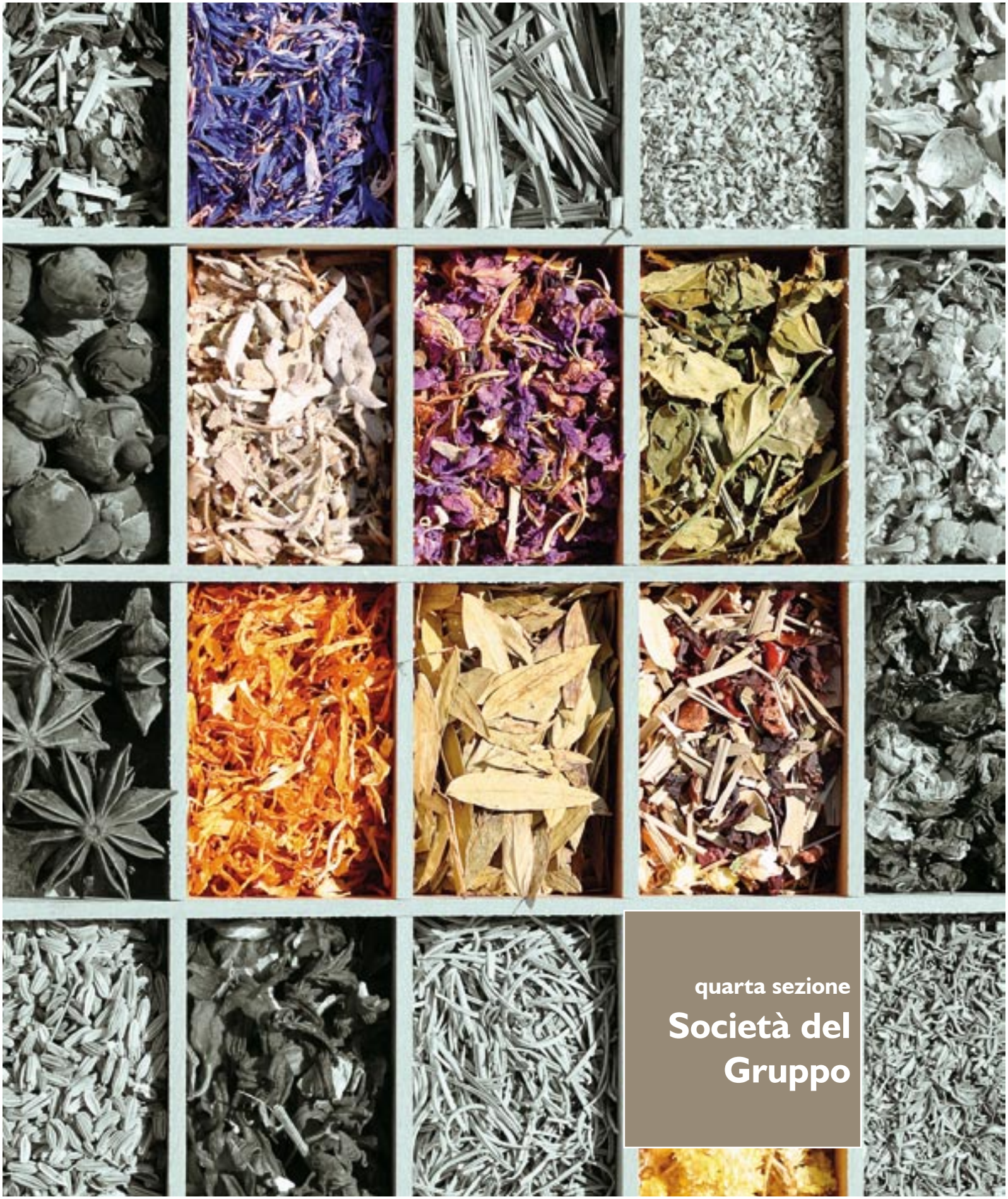
E' un'associazione di consumatori costituita nel 1987 su iniziativa della CISL, la quale opera a tutela dei consumatori in piena autonomia dalle imprese, dai partiti, dal governo e dallo stesso sindacato. Adiconsum svolge la propria attività in vari settori, per i quali ha istituito dipartimenti specializzati, 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.

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; più di recente, il 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.

Questo percorso prosegue con uno studio sui bilanci sociali delle imprese in Italia, Spagna e Polonia. Ciascun paese analizza i rapporti di sostenibilità socio-ambientale, rileggendoli nell'ottica degli interessi e delle aspettative dei consumatori, per valutarne punti di forza e lacune e per individuare eventuali margini di miglioramento.

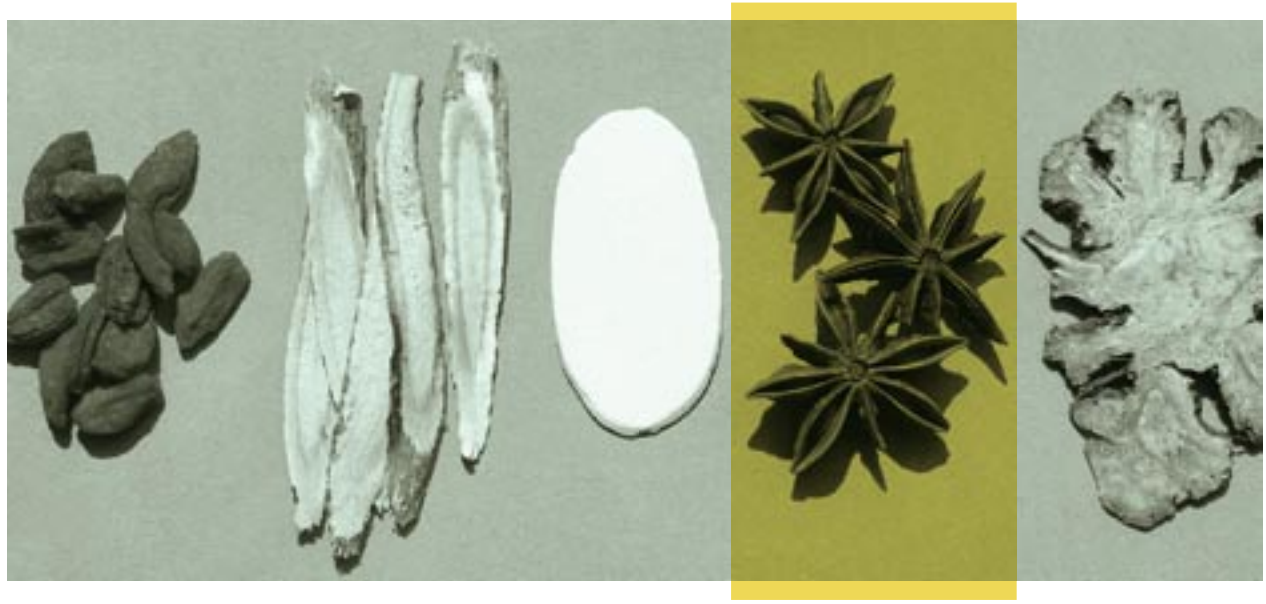
Unipol ha manifestato interesse per l'iniziativa, decidendo di aderire al progetto in qualità di sostenitore, mettendo a disposizione la propria esperienza e il proprio decennale impegno nel campo della CSR.

Sito Internet:
www.adiconsum.it



quarta sezione

Società del Gruppo

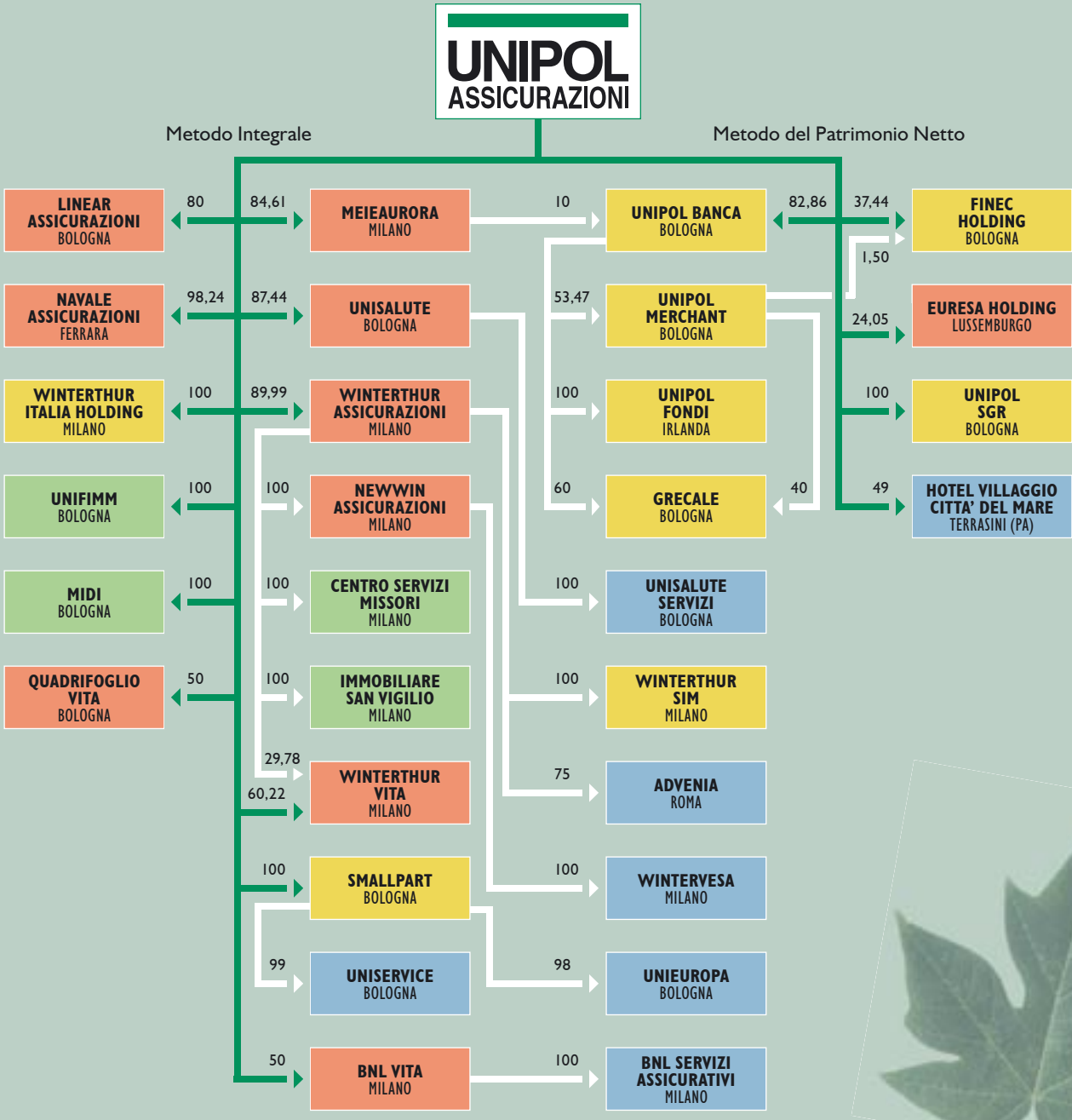


Le società del Gruppo Unipol

- Area di consolidamento 191
- Linear Assicurazioni 192
- UniSalute 194
- Meieaurora 196
- Gruppo Winterthur Italia 198
- Aurora Assicurazioni 201
- Navale Assicurazioni 202
- Unipol Banca 204
- Unipol Merchant - Banca per le Imprese S.p.A. 206
- Unipol Fondi Ltd 208
- Finec Holding S.p.A. - Bologna 209
- BNL Vita S.p.A. 210
- Quadrifoglio Vita 211
- Noricum Vita 212
- I progetti immobiliari di Unipol 213

Area di consolidamento

dati al 31 dicembre 2003



SOCIETA' ASSICURATIVE HOLDING ASSICURATIVE | IMMOBILIARI | SERVIZI FINANZIARI BANCHE | ALTRE (*)

(*) In prevalenza società di servizi strettamente funzionali all'attività assicurativa e patrimoniale.

N.B. Relativamente alle società del gruppo Winterthur Italia, acquisite in data 26/09/2003, si è proceduto al consolidamento integrale dello stato patrimoniale al 31/12/2003, mentre il conto economico è stato consolidato per il periodo 01/10/2003 - 31/12/2003.

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 17%.
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 2003 Linear ha raccolto premi per oltre 130 milioni di Euro, con una crescita sull'anno precedente del 33%. Lo sviluppo è stato alimentato anche dal crescente apporto del canale Internet che, con circa 48 milioni di euro di premi, contribuisce per un 37% della raccolta totale (32% nel 2002).
L'utile del 2003 è pari a 10,32 milioni di Euro, contro i 5,22 milioni di Euro del 2002.
Il patrimonio netto aumenta attestandosi sui 35,58 milioni di Euro, a fronte dei 25,11 milioni di Euro dell'anno precedente.
Il margine di solvibilità risulta ampiamente eccedente rispetto a quanto richiesto dalle norme di legge.

INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI

	2001	2002	2003
Utile netto	2,84	5,22	10,32
Patrimonio netto	13,88	25,11	35,58
Premi di esercizio	66,85	97,96	130,23

Importi in milioni di Euro

contatto

800 112233 (numero verde)

www.onlinear.it (Internet)

LINEAR
ASSICURAZIONI IN LINEA

Relazione sociale

Lo sviluppo di Linear è in relazione al numero degli assicurati che, nel corso del 2003, è incrementato di circa 64.000 unità, superando nettamente quota 300.000.
Il personale ha raggiunto a fine 2003 le 265 unità, con un aumento di 45 unità rispetto al 2002. Circa i 2/3 dei dipendenti sono impiegati nella centrale operativa (call center).
Molto elevata è la percentuale di donne, che costituiscono quasi i 3/4 della forza lavoro.

INDICATORI SOCIALI VERSO I CLIENTI

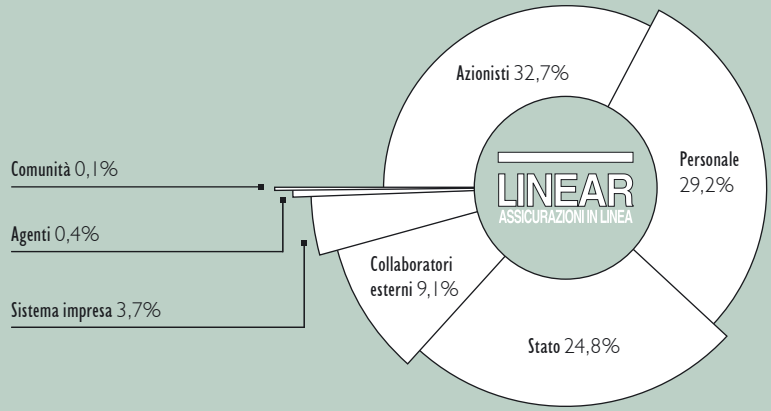
	2001	2002	2003
Nr. assicurati	185.000	250.088	314.000
Nr. sinistri denunciati	15.030	21.934	28.455
di cui:			
Nr. sinistri liquidati	7.206	11.569	15.686

INDICATORI SOCIALI VERSO I DIPENDENTI

	2001	2002	2003
Numero dipendenti	176	220	265
- di cui Uomini	32	55	76
- di cui Donne	144	165	189
Call Center	133	164	180
Categorie protette	7	11	11
Assunzioni	77	61	88
Cessazioni	26	17	33
Passaggi di qualifica	44	44	74
Riconoscimenti individuali	—	15	12

Il valore aggiunto

Per Linear il Valore Aggiunto nel corso del 2003 è risultato pari a 28,3 milioni di Euro (17,2 nel 2002). 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 ed avvocati): 11 milioni di Euro, corrispondenti al 38,7% del Valore Aggiunto complessivo.
Altra quota rilevante è costituita dai dividendi che sono destinati agli azionisti quale remunerazione diretta del loro investimento: 9,3 milioni di Euro, 32,7% del totale.
Un altro 24,9% (equivalente a 7,1 milioni di Euro) è attribuito al sistema delle pubbliche amministrazioni, mediante le imposte dirette sul reddito (Irpeg ed Irap) ed altre imposte.



Distribuzione del Valore aggiunto

Remunerazioni	2001	%	2002	%	**2003**	**%**
agli azionisti	(*) 2.842	32,6	4.800	27,9	**9.264**	**32,7**
al sistema impresa			425	2,5	**1.054**	**3,7**
al personale	4.475	51,3	6.298	36,7	**8.281**	**29,2**
allo Stato	414	4,7	3.564	20,7	**7.056**	**24,8**
ai collaboratori esterni	881	10,1	1.967	11,4	**2.564**	**9,1**
agli Agenti	112	1,3	120	0,7	**115**	**0,4**
alla comunità	2	0	4	0,1	**4**	**0,1**
Valore Aggiunto	8.726	100	17.178	100	**28.338**	**100**

(*) nel 2001 sono stati conteggiati come un'unica voce

importi in migliaia di Euro

UniSalute

L'identità

UniSalute nasce nel 1995 per rispondere nel modo migliore all'emergere di 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 ed Assistenza. 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.

Rendiconto

L'andamento di UniSalute anche quest'anno è stato contraddistinto da una crescita positiva, sia in termini economici che dimensionali, che l'ha portata ad ottenere nel ramo Malattia una quota di mercato prossima al 4%, con un posizionamento al 6° posto (7° nel 2002) fra le principali imprese che operano nel settore.

INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI

	2001	2002	2003
Utile netto	1,58	3,53	3,76
Premi di esercizio	42,60	53,67	64,83

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:

- 636 poliambulatori, centri diagnostici
- 160 case di cura, ospedali
- 217 centri odontoiatrici

contatto

800 114444 (numero verde)

www.unisalute.it (Internet)

UNISALUTE

Tale rete si è sviluppata e si incrementerà in rapporto ai contratti acquisiti con mutue, casse di assistenza e fondi.

INDICATORI SOCIALI VERSO I CLIENTI

	2001	2002	2003
Nr. assicurati	450.000	600.000	800.000
Nr. prestazioni	146.300	191.685	218.916
Nr. strutture convenzionate	751	799	1.013
Nr. chiamate al numero verde	106.776	312.015	325.017

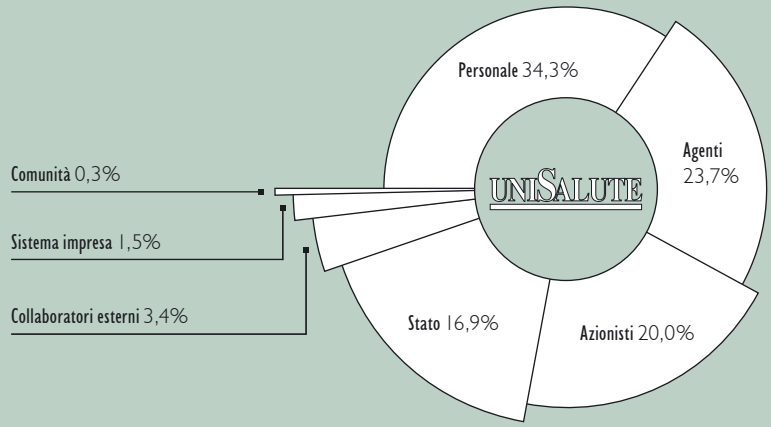
In merito ai dipendenti, UniSalute ha registrato una crescita di oltre il 30%, con 29 nuove assunzioni nel call center. Ai neoassunti, superato il periodo di formazione, viene garantito un contratto a tempo indeterminato.

INDICATORI SOCIALI VERSO I DIPENDENTI

	2001	2002	2003
Numero dipendenti	121	161	208
- di cui Uomini	37	51	62
- di cui Donne	84	110	146
Call Center	64	103	120
Categorie protette	6	10	10
Assunzioni	39	59	54
Cessazioni	14	6	14
Passaggi di qualifica	29	16	24

Il valore aggiunto

Il Valore Aggiunto di UniSalute al 31/12/2003 è pari a 17.514 migliaia di Euro (15.302 migliaia di Euro al 31/12/2002) e risulta così distribuito:



Distribuzione del Valore aggiunto

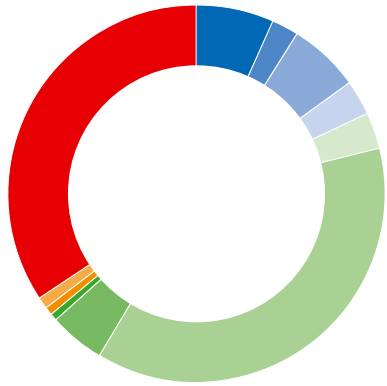
Remunerazioni	2001	%	2002	%	**2003**	**%**
al personale	3.971	38,4	5.080	33,2	**6.014**	**34,3**
agli Agenti	3.125	30,2	3.585	23,5	**4.145**	**23,7**
agli azionisti	1.487	14,4	3.325	21,7	**3.500**	**20,0**
allo Stato	1.295	12,5	2.632	17,2	**2.963**	**16,9**
ai collaboratori esterni	368	3,6	446	2,9	**587**	**3,4**
al sistema impresa	98	0,9	203	1,3	**259**	**1,5**
alla comunità	6	0,1	31	0,2	**46**	**0,3**
Valore Aggiunto	10.350	100	15.302	100	**17.514**	**100**

importi in migliaia di Euro

Come evidenziato nella tabella, la quota più rilevante del Valore Aggiunto (10.746 migliaia di Euro, pari al 61,4%) 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 20% della ricchezza prodotta, pari a 3.500 migliaia di Euro, e la parte destinata alle Istituzioni, sotto forma di imposte dirette sul reddito (IRPEG, IRAP) e altre imposte, per un ammontare complessivo di 2.963 migliaia di Euro, pari al 16,9% del valore aggiunto.

Meieaurora

Raccolta Premi 2003



	2002	2003	%
Infortuni	77.214	82.142	6,6
Malattie	28.091	28.136	2,3
Corpi veicoli terrestri	81.237	75.949	6,1
Incendio	37.245	37.707	3,0
Altri Danni ai Beni	36.148	38.561	3,1
RC Auto	465.142	462.956	37,4
RC Generale	48.743	60.003	4,8
Cauzione e credito	4.857	6.832	0,6
Assistenza	8.873	9.202	0,7
Altri	10.579	11.787	1,0
Vita	294.332	425.027	34,3
Totale	**1.092.461**	**1.238.302**	**100**

importi in migliaia di Euro

contatto

800 888777 (numero verde)

www.meieaurora.it (Internet)

MEIEAURORA ASSICURAZIONI

L'identità

Meieaurora nasce nel 2001 dalla fusione di due società: Meie Assicurazioni S.p.A. e Aurora S.p.A., acquisite rispettivamente da Telecom e Generali nell'anno 2000.
Attualmente il capitale sociale è di 190,7 milioni di Euro, con una partecipazione di Unipol all'84,6%.
Il numero di piccoli azionisti derivanti dalla demutualizzazione di Meie Assicurazioni nel 1998 è di oltre 129.000.
Nel dicembre 2003 è stato approvato il progetto di fusione per incorporazione di Meieaurora S.p.A. in Winterthur Assicurazioni S.p.A.
Con la fusione si darà origine ad una compagnia che per dimensioni si posiziona al terzo posto della graduatoria delle società assicurative multiramo.
Ciò consentirà lo sviluppo di importanti sinergie ed economie di scala, oltre che un significativo contenimento dei costi.

Rendiconto

L'anno 2003 è stato un anno di consolidamento dei risultati raggiunti.
La raccolta premi del lavoro diretto di Meieaurora S.p.A. è stata pari a 1.238,3 milioni di Euro, con una crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente di +13,3%, evidenziando un contenuto incremento nei rami Danni (+1,9%) ed una crescita più importante nei rami Vita (+44,4%).
Nel comparto Danni si è assistito ad uno sviluppo nei rami elementari pari al 9,0% e ad una diminuzione del comparto auto (Rca+Cvt) pari all' 1,4%.
L'esercizio ha chiuso con un utile netto di 38,3 milioni di Euro (30,2 milioni nel 2002), con un incremento del 26,8% rispetto l'esercizio precedente, a vantaggio degli azionisti.
Da segnalare, a garanzia degli assicurati, l'aumento delle Riserve del 15,5% rispetto all'esercizio 2002.
E' proseguita l'attività di integrazione con la Capogruppo, con lo sviluppo di sinergie per contenere i costi di gestione e per migliorare il servizio al Cliente.
In particolare, nel mese di febbraio 2003, è stata costituita la "Direzione di Liquidazione di Gruppo", che ha riunito sotto un'unica direzione la gestione dei sinistri di massa delle società del Gruppo (Unipol, Meieaurora, Linear).

INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI

	2001	2002	2003
N. clienti	1.200.000	1.200.000	1.111.000
Utile netto	11,02	30,2	38,3
Investimenti	2.466,1	2.682	3.101
Riserve Tecniche	2.340,6	2.566	2.964

importi in milioni di Euro

Relazione sociale

L'esercizio 2003 è stato l'anno del consolidamento.
L'obiettivo è stato quello di accelerare il ritmo di una crescita selettiva al fine di trasformare gli assicurati in clienti integrali, migliorando sempre la qualità del-

la presenza sul mercato, l'assistenza e il servizio al cliente (da parte delle Agenzie) ed all'Agente (da parte della Direzione). Attualmente Meieaurora dispone di un portafoglio di 1.111.000 Clienti ai quali offre servizi assicurativi e di risparmio di elevata qualità, attraverso la capillare rete delle oltre 500 Agenzie distribuite su tutto il territorio nazionale.
Il 2003 è stato contraddistinto anche dalla presa di coscienza del ruolo sociale dell'assicuratore. Un ruolo che si esplicita in diversi momenti e modalità: per l'Agente in un atteggiamento di maggiore attenzione alla corretta interpretazione delle esigenze di sicurezza del cliente; per la Compagnia nell'impegno a realizzare prodotti sempre più rispondenti a parametri di "eticità" (ad esempio prodotti etici legati ai Fondi sostenibili o la nascente Long Term Care).

INDICATORI SOCIALI VERSO I CLIENTI

	2001	2002	2003
N. agenzie	569	540	502
N. agenti	792	766	740
Premi per agenzia	1.820	2.024	2.467

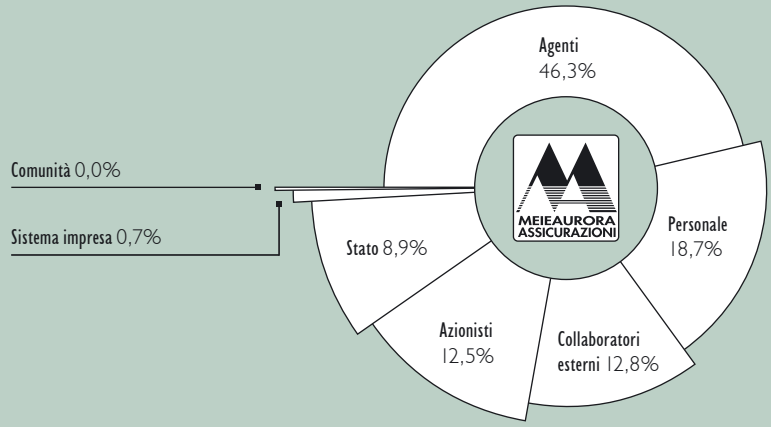
importi in milioni di Euro

INDICATORI SOCIALI VERSO I DIPENDENTI

	2001	2002	2003
N. dipendenti	863	861	841
- di cui uomini	527	523	498
- di cui donne	336	338	343
Assunzioni	36	36	16
Cessazioni	47	39	36
Dirigenti	20	20	18
Funzionari e quadri	168	173	174
Impiegati	675	668	649

Il valore aggiunto

La parte più rilevante del valore aggiunto è destinata agli Agenti (46,3%), al personale il 18,7%, ai collaboratori esterni il 12,8%, per un importo complessivo di 224.761 migliaia di Euro.
Seguono nella distribuzione la parte destinata agli azionisti (12,5%) per dividendi distribuiti; allo Stato (8,9%) come imposte sul reddito e altre imposte.



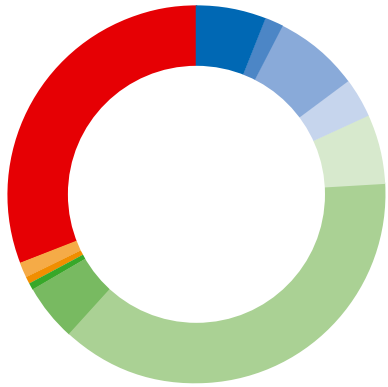
Distribuzione del Valore aggiunto

Remunerazioni	2001	%	2002	%	**2003**	**%**
agli Agenti	127.568	54,9	127.600	48,3	**133.860**	**46,3**
al personale	47.686	20,5	48.106	18,2	**54.092**	**18,7**
ai collaboratori esterni	34.595	14,9	35.936	13,6	**36.909**	**12,8**
agli azionisti	0	0,0	26.709	10,1	**36.248**	**12,5**
allo Stato	11.683	5,0	22.157	8,4	**25.823**	**8,9**
al sistema impresa	11.026	4,7	3.445	1,3	**2.017**	**0,7**
alla comunità	14	0,0	71	0,0	**39**	**0,0**
Valore Aggiunto	232.572	100	264.024	100	**288.988**	**100**

importi in migliaia di Euro

Gruppo Winterthur Italia

Raccolta premi 2003



	2003	%
Infortuni	113.809	5,9%
Malattie	30.277	1,6%
Corpi Veicoli Terrestri	140.460	7,3%
Incendio	65.922	3,4%
Altri Danni ai Beni	114.067	5,9%
RC Auto	726.771	37,7%
RC Generale	94.882	4,9%
Cauzioni e Credito	11.494	0,6%
Assistenza	11.471	0,6%
Altri Rami Danni	24.226	1,3%
Vita	595.880	30,9%
Totale	1.929.259	100,0%

importi in migliaia di Euro

winterthur

L'identità

Entrata a far parte del Gruppo Unipol nel settembre 2003, Winterthur Italia si presenta come una realtà solida all'interno del panorama assicurativo italiano, in cui opera dal 1926.
Nel 2003 può contare su una rete di circa 800 agenzie capillarmente diffuse su tutto il territorio nazionale e 2 milioni di clienti.
Il Gruppo Unipol rafforza così ulteriormente la propria posizione competitiva sul mercato consolidandosi al quarto posto nella graduatoria dei maggiori gruppi assicurativi e raggiungendo oltre 6,3 milioni di clienti attraverso una struttura distributiva di circa 4.000 punti vendita.
L'operazione rafforza la presenza di Unipol nel centro nord, soprattutto a Milano.

Rendiconto

A seguito delle operazioni di acquisizione, al fine di consentire un miglior coordinamento ed ottenere sinergie industriali, nell'ultimo trimestre 2003 sono state definite le funzioni di holding accentrate in Unipol, i cui servizi verranno progressivamente estesi a tutto il Gruppo. Esse riguarderanno:

- la gestione dei sinistri
- la gestione finanziaria
- la gestione del patrimonio immobiliare
- l'informatica e l'innovazione tecnologica di Gruppo
- la riassicurazione
- gli acquisti di Gruppo.

Relativamente alla Winterthur Assicurazioni, la società chiude l'esercizio con un utile netto di 75,4 milioni di Euro, lievemente inferiore a quello conseguito nel 2002 (86,8 milioni Euro), che aveva beneficiato di una minore fiscalità conseguente a significative perdite pregresse ed imposte anticipate.

La raccolta premi, sostanzialmente invariata nella propria composizione, evidenzia una crescita dell'1,2%, passando da 1.317 milioni di Euro a 1.333 milioni di Euro, per effetto di una diversa rilevazione delle annullazioni premi in linea con la prassi contabile del Gruppo e le conseguenti eliminazioni di tali titoli di credito.

I rami RC Auto sono in crescita del 3,1%. I corpi dei veicoli terrestri evidenziano una contrazione del 3,7% a causa della sfavorevole congiuntura economica e del conseguente perdurare della crisi del settore automobilistico. Anche i rami Infortuni e Malattie subiscono una flessione della raccolta del 11,7% a seguito della politica di riforma del portafoglio attuata dalla Società mentre tutti gli altri rami Danni evidenziano una crescita complessiva del 6,2%, in particolare nel ramo RC Generale (10,6%) e negli altri Danni ai Beni (7,4%).

La Winterthur Vita chiude l'esercizio con un utile netto di 18,8 milioni di Euro, in crescita rispetto al risultato di 10,4 milioni di Euro del 2002.

La raccolta premi, realizzata soprattutto con polizze di tipo tradizionale, ramo I°, che rappresentano il 67,6% del portafoglio, è diminuita del 17,4% rispetto all'anno precedente e passa da 722 milioni di Euro a 596 milioni di Euro. La diminuzione è attribuibile alla politica attuata dalla Società per disincentivare la produzione tradizionale a premio unico, di importo rilevante e di elevato livello di volatilità del portafoglio.

INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI

	2002	2003
Winterthur Assicurazioni		
Numero assicurati	1.690.000	1.701.000
Premi d'esercizio	1.317	1.333
Utile netto	87	75
Investimenti	2.338	2.511
Riserve tecniche	2.264	2.349
Winterthur Vita		
Numero assicurati	156.000	155.000
Premi d'esercizio	722	596
Utile netto	10	19
Investimenti	3.049	3.460
Riserve tecniche	3.066	3.448

importi in milioni di Euro

Relazione sociale

Il suo impegno si è concretizzato attraverso una serie di iniziative rivolte a sostenere il mondo dell'arte, dell'università e dello studio e alcune associazioni umanitarie.
L'iniziativa di maggiore portata è stata il sostegno all'Accademia di Arti e Mestieri dello Spettacolo del Teatro alla Scala, di cui Winterthur è uno dei soci fondatori. A fianco dell'Accademia vi è stato anche il sostegno parallelo alla Filarmonica della Scala.
In ambito accademico va menzionato il supporto all'Università Cattolica, all'Università Bocconi e all'Università di Castellanza, per finanziare corsi e master che permettono di formare futuri professionisti.
In campo artistico nel 2003 Winterthur ha rinnovato il suo impegno come partner istituzionale della Festa della Musica, un importante appuntamento culturale che promuove l'integrazione etnica e sociale delle diverse culture.
In ottobre ha partecipato, in qualità di sponsor tecnico, alla mostra-evento "Cittàzioni", lanciata dall'Associazione Culturale InPressione con il patrocinio del Comune di Milano e della Commissione Europea. Dodici giovani artisti hanno creato con le loro opere un percorso innovativo ed affascinante all'interno di Milano.
Winterthur, con il proprio contributo, ha anche permesso che venisse realizzata la mostra di quadri del pittore svizzero di origine italiana Mario Comensoli, molto famoso nella Confederazione Elvetica.

INDICATORI SOCIALI VERSO I DIPENDENTI

	2002	2003
Winterthur Assicurazioni		
Nr. dipendenti	1.453	* 1.398
- di cui uomini	769	721
- di cui donne	684	677
Assunzioni	175	53
Cessazioni	172	108
Dirigenti	42	35
Funzionari e Quadri	220	203
Impiegati	1.191	1.160
Winterthur Vita		
Nr. dipendenti	132	125
- di cui uomini	60	56
- di cui donne	72	69
Assunzioni	20	4
Cessazioni	10	11
Dirigenti	7	3
Funzionari e Quadri	17	17
Impiegati	108	105

** 1.398 sono i dipendenti della sola Winterthur Assicurazioni; in realtà il Gruppo comprende Winterthur Vita, Winterthur SIM e Newwin, per complessive 1.537 unità.*

In ambito scolastico è stato poi rinnovato l'impegno nell'erogazione di tre borse di studio alla memoria della figlia di un agente Winterthur scomparsa all'età di 18 anni e destinate a studenti diplomati che intendano proseguire gli studi all'Università.

Un impegno particolare è stato evidenziato anche a favore di associazioni umanitarie come il Cav for Kosovo, che si occupa dell'invio di generi alimentari e di prima necessità alle popolazioni del Kosovo che vivono ancora in condizioni di notevole disagio pur a qualche anno dalla conclusione della guerra; mentre uno stanziamento in via straordinaria è stato effettuato per la ricostruzione delle zone terremotate del Molise e della Puglia.

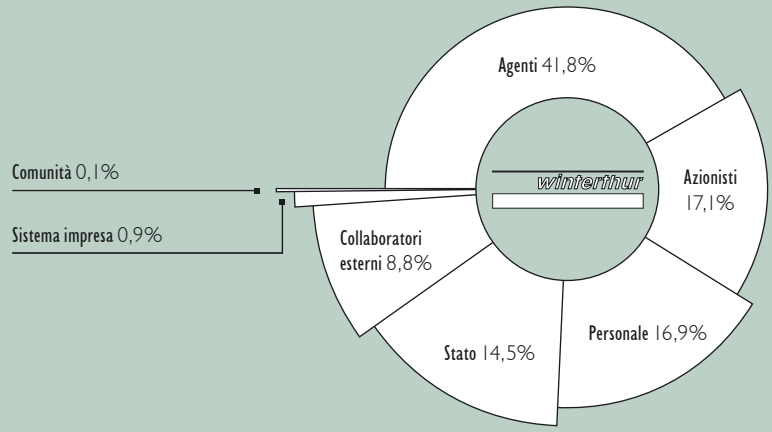
INDICATORI SOCIALI VERSO I CLIENTI

	2002	2003
Winterthur Assicurazioni		
Nr. Agenzie	783	791
Nr. Agenti	1.114	1.128
Premi per Agenzia	1,68	1,69
Winterthur Vita		
Nr. Agenzie	799	785
Nr. Agenti	1.131	1.121
Premi per Agenzia	0,90	0,76

importi in migliaia di Euro

Il valore aggiunto

Il Valore Aggiunto del Gruppo Winterthur al 2003 è pari a 523.070 migliaia di Euro e risulta così distribuito:



Distribuzione del Valore aggiunto

Remunerazioni	2002	%	**2003**	**%**
agli Agenti	215.648	45,9%	**218.496**	**41,8%**
agli azionisti	35.124	7,5%	**89.344**	**17,1%**
al personale	88.211	18,8%	**88.399**	**16,9%**
allo Stato	27.453	5,8%	**75.744**	**14,5%**
ai collaboratori esterni	41.158	8,8%	**45.797**	**8,8%**
al sistema impresa	62.175	13,2%	**4.932**	**0,9%**
alla comunità	86	0,0%	**358**	**0,1%**
Valore Aggiunto	469.855	100,0%	**523.070**	**100,0%**

importi in 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 218,5 milioni di Euro, 88,4 milioni di Euro e 45,8 milioni di Euro).
Seguono, nella distribuzione, la parte destinata agli Azionisti per dividendi distribuiti (89,3 milioni di Euro) e la parte destinata allo Stato come imposte sul reddito ed altre imposte (75,7 milioni di Euro).
Restano attribuiti al sistema impresa ed alla collettività rispettivamente 4,9 milioni di Euro e 0,3 milioni di Euro.

Aurora Assicurazioni

Aurora Assicurazioni, la compagnia nata dall'integrazione del Gruppo Winterthur Italia con Meieaurora

Nell'aprile 2004 è nata la terza compagnia assicurativa multiramo del mercato italiano.
Con il perfezionamento dell'integrazione di Meieaurora e NewWin Assicurazioni in Winterthur Assicurazioni, avvenuta il 19 aprile 2004, e del contestuale cambio di denominazione sociale di quest'ultima, è infatti ufficialmente operativa Aurora Assicurazioni S.p.A.
Il Consiglio di Amministrazione della compagnia ha avviato l'iter per l'integrazione anche di Winterthur Vita S.p.A.
Aurora Assicurazioni ha sede a Milano ed è in attesa del trasferimento nella nuova sede di San Donato Milanese, nel complesso E-Towers.

Può contare su una raccolta premi di 3,2 miliardi di Euro (dato 2003 riferito alla somma dei premi Gruppo Winterthur Italia e Meieaurora) che colloca Aurora Assicurazioni al terzo posto della classifica per volumi di raccolta delle compagnie multiramo, dei quali 2/3 nei rami danni; ha un patrimonio di circa 3 milioni di clienti, una rete distributiva di 1.300 agenzie diffusa in modo omogeneo sul territorio italiano e oltre 2.400 dipendenti.

Presidente della compagnia è Fabrizio Rindi, vice presidente Giovanni Consorte, amministratore delegato Ivano Sacchetti. I consiglieri di amministrazione sono: Umberto Bertelè, Carlo Cimbri, Riccardo Laurora, Franco Migliorini, Salvatore Petrillo, Tino Rampazzi e Enrico San Pietro. Giampiero Gelmi è il Direttore Generale della compagnia.

contatto

02 85471 (numero telefonico)

www.auroraassicurazioni.it (Internet)

Navale Assicurazioni

L'identità

Fondata nel 1914 a Genova, la Navale Assicurazioni entra nei primi anni '70 a far parte del Gruppo Generali, che realizza lo spostamento della sede a Ferrara; dal 2000 passa poi a far parte del Gruppo Unipol.

Partendo da una vocazione originaria che la vedeva operante unicamente nei rischi del trasporto marittimo, ha sviluppato negli ultimi 25 anni una sua professionalità e competenza che la porta ad essere presente in tutti i settori assicurativi, con prodotti specifici idonei a soddisfare sia i bisogni della clientela aziende, tramite rapporti con tutti i maggiori broker italiani, che quelli delle famiglie che raggiunge grazie alla rete agenziale dislocata su tutto il territorio nazionale.
Sono tuttavia due i settori dove la Navale ha sviluppato una specializzazione: i rischi dei trasporti, ove Navale si colloca tra i primi posti del mercato nella raccolta premi nei corpi marittimi, e quelli del turismo, a cui la Società si è dedicata a partire dalla fine degli anni '80 ed occupa oggi una posizione importante nel mercato assicurativo come compagnia non specialistica.

Negli ultimi anni, Navale ha iniziato a perseguire un obiettivo di miglioramento del proprio mix di affari, limitando le esposizioni nei settori dei rischi di punta, come i rischi industriali e le grandi navi commerciali, i cui risultati economici sono eccessivamente volatili nel tempo, e favorendo nel contempo la produzione in settori di più basso profilo di rischio. E' peraltro in corso di elaborazione un progetto volto a riqualificare il ruolo della Società nell'ambito del Gruppo Unipol, con una specializzazione più accentuata verso il canale distributivo dei piccoli-medi broker e delle agenzie plurimandatarie.

Rendiconto

L'anno 2003 è stato particolarmente difficile. E' 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, tra i quali uno di carattere straordinario per un valore di 9,3 milioni di Euro, che si somma a gravi danni a navi che hanno reso negativo il risultato tecnico del lavoro diretto. Le perdite subite dai riassicuratori negli esercizi precedenti hanno determinato un deciso peggioramento dei costi e delle condizioni delle protezioni riassicurative, che hanno generato un saldo per noi negativo per 4,8 milioni di Euro. Infine è stata messa in luce, da una approfondita analisi dei crediti, una inesigibilità a fronte della quale sono state operate svalutazioni e appostazioni a fondi per 3,4 milioni di Euro.
In conseguenza di quanto sopra, il risultato finale del bilancio presenta una perdita di 9,4 milioni di Euro; tale perdita è stata ripianata nel 2004 mediante un aumento di capitale di 25 milioni di Euro interamente sottoscritto.

contatto
0532 230711 (numero telefonico)
www.navale.it (Internet)

NAVALE ASSICURAZIONI

I premi acquisiti ammontano a complessivi 127.793 mila Euro, con un decremento dello 0.58% rispetto alla precedente annualità e sono ripartiti per il lavoro diretto come segue:

INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI

	2001	2002	2003
Premi lordi	115.408	128.542	127.793
Riserve tecniche	225.077	243.963	272.203
Investimenti e disponibilità	113.046	120.986	145.292
risultato	647	501	-9.429

importi in migliaia di Euro

Relazione sociale

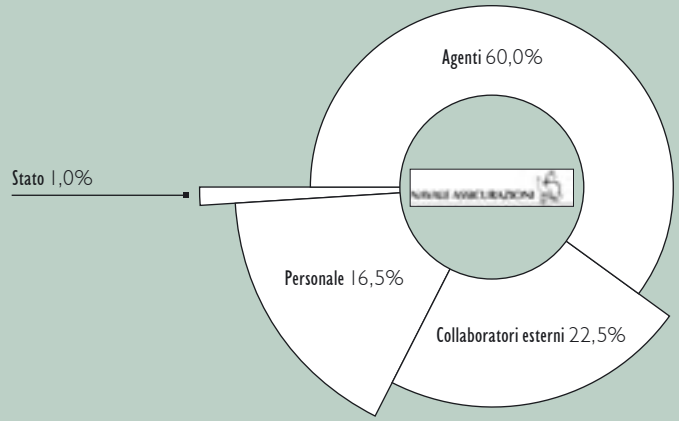
La rete di vendita, dislocata su tutto il territorio nazionale, è rappresentata dai brokers che raccolgono il 70% dei premi e da agenti plurimandatari, con il rimanente 30% del totale montepremi generati da coperture del turismo, della famiglia, commercianti e piccola industria.
L'organico della Società, che rimane pressoché invariato rispetto all'anno precedente, risulta formato come segue :

INDICATORI SOCIALI VERSO I DIPENDENTI

	2001	2002	2003
Nr. dipendenti	99	98	102
- di cui Uomini	59	63	67
- di cui Donne	40	35	35
Assunzioni	11	6	8
Cessazioni	2	7	4
Dirigenti	4	4	2
Funzionari	22	17	17
Impiegati	73	77	83

Il valore aggiunto

Per Navale Assicurazioni il valore aggiunto al 31/12/2003 è pari a 21.740 migliaia di Euro (32.901 migliaia al 31/12/2002) e risulta distribuito come segue:



Distribuzione del Valore aggiunto

Remunerazioni	2001	%	2002	%	**2003**	**%**
agli Agenti	18.388	63,8	20.288	61,7	**18.710**	**60,0**
ai collaboratori esterni	4.610	16,0	6.425	19,5	**7.010**	**22,5**
al personale	4.322	15,0	4.524	13,8	**5.149**	**16,5**
allo Stato	873	3,0	1.163	3,5	**300**	**1,0**
agli azionisti	525	1,8	420	1,3	**----**	**--,-**
al sistema impresa	122	0,4	81	0,2	**-9.429**	**--,-**
Valore Aggiunto	28.840	100	32.901	100	**21.740**	**100**

importi in migliaia di Euro

L'entità del Valore aggiunto della Società risulta influenzato dalla perdita di esercizio 2003, pari a 9.429 migliaia di Euro. La perdita è stata ripianata utilizzando interamente la riserva straordinaria (per 4.760 migliaia di Euro) e la riserva legale (per 1.402 migliaia di Euro); la perdita residua di 3.267 migliaia di Euro è stata riportata a nuovo.
In data 30 marzo 2004 il Consiglio di Amministrazione, in esecuzione della delega conferitagli dall'Assemblea Straordinaria del 5 settembre 2003, ha deliberato un aumento di capitale sociale da 10,5 milioni di Euro a 26,25 milioni di Euro, con una riserva sovraprezzo di azioni di 9,45 milioni di Euro, al fine di consentire alla Società di svolgere la propria attività imprenditoriale con una rafforzata situazione patrimoniale. L'operazione si è chiusa positivamente il 30 giugno 2004.
Gli elementi positivi del Valore Aggiunto assommano a 31.169 migliaia di Euro, e sono destinati quasi interamente (99%) alle risorse umane, ossia a coloro che attivamente partecipano allo sviluppo della Società.

Unipol Banca

Unipol Banca nasce nel 1998 con la rilevazione di 13 filiali della Banec (Banca dell'Economia Cooperativa). La caratteristica di Unipol Banca è quella di aver voluto realizzare un modello di rete distributiva basato sulla contiguità tra filiale bancaria e agenzia assicurativa, per poter rispondere alle esigenze di carattere bancario, finanziario, assicurativo e di gestione del risparmio del cliente.

Nel corso del 2003 ha messo a regime le 60 filiali di Capitalia acquisite alla fine del 2002 e sono stati aperti ulteriori 12 sportelli.
Nel corso dell'anno Unipol Banca ha assunto il controllo di Unipol Merchant Banca per le Imprese S.p.A. con l'acquisizione del 53,47% del capitale.

UNIPOL BANCA - ORGANIZZAZIONE TERRITORIALE AD APRILE 2004

contatto

800 112114 (numero verde)

www.unipolbanca.it (Internet)

UNIPOL BANCA

Rendiconto

Unipol Banca ha raggiunto nel 2003 una raccolta diretta da clientela pari a circa 2,63 miliardi di Euro (2,2 miliardi nel 2002) ed una raccolta indiretta di circa 11,5 miliardi di Euro.
Gli impieghi verso la clientela ammontano a circa 1,9 miliardi di Euro con una crescita del 18,2% rispetto all'anno precedente. Le sofferenze nette incidono sugli impieghi per lo 0,61%, percentuale invariata rispetto all'esercizio precedente. Il dato è comunque positivo se rapportato alla situazione di emergenze aziendali e ai casi di gestione aziendale spregiudicata che si sono verificati e che hanno interessato tutto il sistema bancario italiano.

UNIPOL BANCA - DATI DI SINTESI

	2001	2002	2003
Margine finanziario	29.994	37.425	**70.586**
Margine di intermediazione	55.497	83.673	**150.825**
Utile netto	1.600	5.300	**15.100**
ROE	0,55%	1,87%	**3,54%**
Patrimonio netto	286.800	327.152	**492.017**
Raccolta indiretta	6.275.375	6.979.371	**11.461.176**
Raccolta diretta	1.120.890	2.228.257	**2.627.539**
Totale raccolta	7.396.265	9.207.628	**14.088.715**

importi in migliaia di Euro

Relazione sociale

Nel corso del 2003 Unipol Banca ha dato continuità al progetto di sviluppo della rete distributiva che ammontava alla fine del 2003 a 185 filiali (192 ad aprile 2004), 81 sportelli integrati con agenzia assicurativa, 53 negozi finanziari, 425 promotori (438 ad aprile 2004), 200 punti vendita assicurativi abilitati alla distribuzione di prodotti bancari standard. (vedi cartina pagina precedente).
L'area e-banking ha visto un incremento di oltre il 56% degli abbonati al servizio virtuale, che hanno raggiunto 13.500 unità.

Novità del 2003 è stata l'istituzione dell'unità "Servizio Grandi Clienti", che ha generato rapporti con oltre 300 nuove aziende, portando i clienti corporate a quota 1.600 alla fine del 2003.
Nel corso dell'anno si è anche portato a compimento il processo per l'ottenimento della certificazione ISO 9001: 2000 nell'ambito del prodotto mutui.
Nel corso del 2003 il numero complessivo delle risorse impiegate è passato da 736 unità a 1.180 con un incremento pari al 37,63% rispetto al 2002.
L'incremento complessivo di 444 unità è dovuto principalmente alle 396 risorse inserite in organico dal 1° gennaio 2003, a seguito dell'acquisizione di 60 filiali ex-Capitalia, che hanno portato il totale dei dipendenti della Banca a 1.133 unità.

L'analisi organizzativa posta in atto nell'esercizio 2003 ha consentito il recupero di risorse delle filiali ex-Capitalia complessivamente per 75 unità. Ciò ha determinato sia un tangibile risparmio in termini di costi del personale sia un aumento degli indici di produttività in quelle filiali in cui il "personale recuperato" è stato impiegato per gestire il turn-over.
Per quanto concerne, in particolare, le politiche del personale, il 2003 è stato caratterizzato da due importanti accordi: il contratto integrativo aziendale e l'accordo relativo all'individuazione dei parametri ai quali correlare il premio aziendale.
Per quanto riguarda la formazione sono state erogate 6.792 giornate di formazione, che hanno coinvolto oltre 800 dipendenti.

La crescita dimensionale della Banca si pone in controtendenza rispetto all'andamento del settore, che risente ancora di forti tensioni occupazionali.

Le nuove assunzioni effettuate in numero di 96 unità hanno riguardato principalmente l'apertura delle nuove filiali e l'adeguamento dell'organico della Direzione Generale, le cui risorse rappresentano il 22,6% rispetto all'organico complessivo.

INDICATORI VERSO I CLIENTI

	2001	2002	2003
Nr. Filiali	95	173	185
Nr.negozi finanziari	60	57	53
Nr sportelli integrati con Agenzia assicurativa	—	—	81
Nr. Clienti	100.000	185.000	200.000
Nr.conti correnti	63.462	122.370	125.446
Nr. Promotori	373	408	425

INDICATORI VERSO IL PERSONALE

	2001	2002	2003
Totale personale	665	1.133	1.180
- di cui Uomini	420	716	744
- di cui Donne	245	417	436
Pari opportunità			
- donne (di cui 2 dirigenti)	245	417	436
- disabili	35	56	67
- orfani/profughi	17	28	27
- beneficiari della L.104/92	5	16	11
Assunzioni	164	131	96
- di cui a tempo indeterminato	140	76	65
Passaggi di qualifica	33	84	96
Cessazioni	33	60	49

NB. La colonna relativa al 2002 è comprensiva dei dipendenti assunti dal 1° gennaio 2003 relativi agli sportelli ex-Capitalia.
Il dato relativo agli occupati per il 2003 si riferisce sia ai lavoratori a tempo determinato che indeterminato. I lavoratori a tempo determinato sono 31.

Unipol Merchant

Banca per le Imprese S.p.A.

Capitale sociale:
99,6 milioni di Euro

L'esercizio 2003 è stato caratterizzato da profondi mutamenti ed eventi di carattere straordinario, attraverso i quali sono state poste le basi per il futuro sviluppo della Banca.
Nel mese di settembre 2003 Unipol Merchant ha ottenuto dalla Banca d'Italia l'autorizzazione all'esercizio dell'attività creditizia e di conseguenza ha modificato la denominazione sociale in "Unipol Merchant – Banca per le Imprese S.p.A.".
In attuazione delle strategie che l'hanno portata ad assumere il ruolo di "Banca per le Imprese", Unipol Merchant è entrata a far parte del Gruppo Bancario Unipol Banca. Al 31/12/2003 la Capogruppo Unipol Banca deteneva il 53,47% del capitale sociale.

Unipol Merchant ha integrato l'operatività precedentemente svolta nel campo del merchant banking e dell'investment banking con l'attività di credito a medio e lungo termine alle imprese, diventando in tal modo la banca specializzata nel segmento "corporate" del Gruppo Bancario Unipol Banca.

L'integrazione e la complementarietà delle due banche è garantita dalla rete di filiali di Unipol Banca, che costituisce il principale canale di vendita dei prodotti/servizi di Unipol Merchant nei confronti delle imprese clienti, e da alcuni servizi gestionali di direzione erogati dalla Capogruppo.

Unipol Merchant andrà in futuro sempre più assumendo la veste di interlocutore privilegiato delle imprese per le esigenze finanziarie che eccedono la gestione corrente, così da consentire al Gruppo Bancario di appartenenza, e più in generale al Gruppo Unipol, di qualificare e rafforzare il rapporto con la clientela "corporate", in particolare con quella caratterizzata da più elevati tassi di crescita e che maggiormente necessita di supporti finanziari per operazioni di natura straordinaria.

Unipol Merchant, al fine di dotarsi delle risorse necessarie a supportare il previsto piano di attività, ha eseguito nel mese dicembre 2003 una parte dell'aumento di capitale sociale deliberato dall'Assemblea Straordinaria dei Soci del 30 ottobre 2002. Pertanto, al 31 dicembre 2003, il capitale sociale è aumentato da 70,3 milioni di Euro a 99,6 milioni di Euro.

L'attività nel campo del merchant banking è stata particolarmente intensa nel 2003, con 58 mandati gestiti per 3,9 milioni di Euro di commissioni.
Unipol Merchant, in particolare ha partecipato nel corso dell'esercizio ad importanti operazioni societarie:

- la partecipazione, in qualità di co-lead manager, nelle quotazioni di Hera, nell'ambito della quale si è ricoperto anche il ruolo di advisor, e di Meta hanno avuto particolare rilievo tenendo conto che nel 2003 si sono realizzate, in totale, 9 Initial Public

contatto
051 6318211 (numero telefonico)
www.unipolmerchant.it (Internet)

UNIPOL MERCHANT

Offerings (IPOs). Ciò ha fatto di Unipol Merchant uno dei più attivi operatori nell'ambito delle quotazioni;

- le attività di consulenza prestate alla Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. nell'ambito dell'acquisizione del Gruppo Winterthur Italia hanno rappresentato un altro importante momento di visibilità per la Vostra società.
  Tale acquisizione ha infatti rappresentato una delle operazioni di M&A di maggiori dimensioni a livello europeo ed ha suscitato l'attenzione della comunità finanziaria nazionale.

Con l'obiettivo di rendere maggiormente presente Unipol Merchant sulle principali piazze d'affari italiane, nel mese di novembre è stata avviata l'attività dell'Ufficio di Rappresentanza di Milano ed è stata formalizzata l'istituzione dell'Ufficio di Rappresentanza di Roma.
La gestione dell'esercizio 2003 ha determinato un utile netto pari a 2,0 milioni di Euro.

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 2003 una massa gestita di 529,2 milioni di Euro, con un incremento di 257 milioni rispetto al dato di fine 2002.
La significativa crescita registrata (+94%) è dovuta principalmente alle incisive azioni di raccolta operate dalla rete commerciale di Unipol Banca.
L'utile netto 2003 ammonta a 811 mila Euro (38 mila a fine 2002).

contatto

800 112114 (numero verde)

www.unipolbanca.it (Internet)

UNIPOL FONDI

Finec Holding S.p.A. - Bologna

Capitale sociale al 31/12/03:
153,7 milioni di Euro

L'esercizio 2002 (01/01-31/12) è stato il primo periodo di attività dopo che Finec Holding, per effetto dell'operazione di scissione dalla ex Finec Merchant, avvenuta nel luglio 2002, ha acquistato il ramo d'azienda costituito principalmente da investimenti in partecipazioni non destinate alla negoziazione.

A seguito di tale operazione e delle successive acquisizioni effettuate, Finec Holding ha assunto pienamente il ruolo di finanziaria di partecipazioni in società operanti in diversi settori di attività.

Al 30/06/2003 gli investimenti in partecipazioni risultano essere pari a 123,5 milioni di Euro ed i finanziamenti a società partecipate pari a 15 milioni di Euro. L'esercizio chiuso al 30/06/2003 è stato di soli sei mesi: il risultato è pari a 2,1 milioni di Euro (0,3 milioni di Euro l'esercizio precedente).

Nel mese di gennaio 2004 il Capitale sociale è stato aumentato a 177,7 milioni di Euro.

contatto
051 333029 (numero telefonico)

Finec

BNL Vita S.p.A.

BNL Vita S.p.A. è controllata "paritetica-mente" da UNIPOL e da BNL S.p.A..
La Società dispone di un Capitale Sociale pari a 110.000.000 Euro.
L'anno appena trascorso ha fatto registrare per BNL Vita un risultato più che soddisfacente.
Infatti la nuova produzione con 1.925 mln di Euro ed un incremento del 29% rispetto al 2002 supera gli andamenti del mercato vita, mercato che aumenta complessivamente di un 15%.
Tale risultato appare ancor più importante se lo si analizza nel contesto della complessiva perdita di immagine e credibilità che ha così fortemente inquinato l'economia ed il mondo finanziario.
La raccolta complessiva di BNL Vita ammonta 2.077,2 mln di Euro con un incremento del 22,7%, di questi l'88,7% grazie al contributo del canale sportelli di BNL (c.a. 700), ed il 10,5% dei promotori finanziari (c.a. 960).
In linea con il mercato anche la suddivisione dei premi per ramo, dove a fare la parte del leone sono i prodotti di Ramo I°.

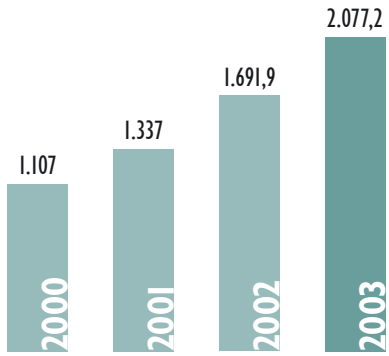
Difatti la ripartizione dei premi per ramo nel 2003 è risultata la seguente:

	premi	comp.%
ramo I	1.437,3	69,2%
ramo III	583,4	28,1%
ramo V	56,5	2,7%
Totale	2.077,2	100,0%

importi in milioni di Euro

Le spese di gestione (che comprendono le spese di acquisizione, di incasso e di amministrazione) rappresentano un'incidenza sui premi del 3,8% e si attestano sui 79,5 milioni di Euro.
Gli investimenti complessivi ammontano a 7.659,8 milioni di Euro (+1.634,8 milioni di Euro) a fronte di riserve tecniche pari a 7.564,4 milioni di Euro (+ 1.360,9 milioni di Euro).
Particolare attenzione è stata dedicata all'area della formazione sia interna che esterna, ed alla valorizzazione del "patrimonio umano" aziendale.
L'esercizio chiude, con un utile lordo di 50,8 milioni di Euro ed un utile netto di 31,2 milioni di Euro, dopo le imposte sul reddito di esercizio.

BNL VITA - PREMI INCASSATI



importi in milioni di Euro

SINTESI BNL VITA

	2001	2002	2003
Azionariato			
UNIPOL	50%	50%	50%
BNL	50%	50%	50%
Rete distributiva			
Sportelli bancari (ca)	700	700	700
Promotori (ca)	1.175	1.170	960
Contratti portafoglio	408.586	459.152	561.973
Nr. assicurati	702.500	725.070	765.003

contatto
02 724271 (numero telefonico)
www.unipolonline.it/
A-Gruppo_Unipol/bnlvita.html (Internet)

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 31/12/2003 la raccolta premi di Quadrifoglio Vita ha raggiunto 887 milioni di Euro (+8,1% sul 2002), cui hanno corrisposto riserve tecniche per un ammontare di 2.438 milioni di Euro (+49,8% sul 2002) e investimenti per 2.492 milioni di Euro (+49,7% sul 2002).
La nuova produzione realizzata è stata pari a 876 milioni di Euro (+8,7% sul 2002), a fronte di 17.182 contratti acquisiti.

Nel 2003 in un contesto caratterizzato da una diffusa richiesta di sicurezza da parte della clientela, la società ha commercializzato, prevalentemente, prodotti 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 consolidare il rapporto con la propria clientela.

SINTESI QUADRIFOGLIO VITA

	2001	2002	2003
Maggiori azionisti			
UNIPOL	50%	50%	50%
BAM	50%	50%	50%
Rete distributiva (nr. sportelli)			
Nr. sportelli	286	283	289
Nr. contratti in portafoglio	48.835	62.272	73.600

Il successo della Società è riconducibile ai seguenti fattori:

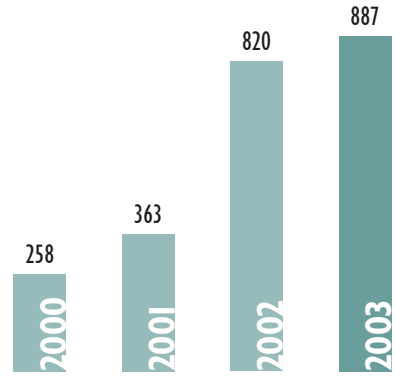
1. forte integrazione con le strategie commerciali della Banca collocatrice, sempre più orientata a proposte diversificate in relazione ai segmenti della clientela;

2. elevato livello di personalizzazione dell'offerta con un costante arricchimento del catalogo prodotti; nell'anno 2003 sono stati proposti 18 nuovi prodotti;

3. costante ricerca di innovazione nelle proposte assicurative offerte;

4. la ricerca costante di un servizio efficace e flessibile con il mantenimento di una struttura snella e qualificata,

QUADRIFOGLIO VITA - PREMI INCASSATI



importi in milioni di Euro

contatto

051 6313165 (numero telefonico)

www.quadrifogliovita.it (Internet)

come dimostra l'andamento dei principali ratios gestionali quali, ad es.:

- i costi di gestione che hanno un'incidenza del 2,3% (1,70% nel 2002 e 1,74% nel 2001);
- le altre spese di amministrazione che hanno un'incidenza dello 0,30% (0,20% nel 2002 e 0,37% nel 2001);
- i premi gestiti per dipendente che ammontano a 44,3 milioni di Euro.

Con l'avvio dell'anno 2004 la Società ha provveduto alla revisione ed all'ampliamento 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, per favorire i sottoscrittori delle Unit-Linked i cui fondi interni hanno ormai compromesso le proprie possibilità di performare oltre i livelli di garanzia prefissati contrattualmente, ha proseguito nella politica, già avviata nel 2003, mettendo a disposizione della clientela altre linee di investimento assicurativo con gestioni più dinamiche, senza richiedere alcun costo aggiuntivo e con la piena facoltà di scelta del cliente stesso.

Noricum Vita

Nel 2003 si è registrata la cessione al Gruppo San Paolo IMI della partecipazione detenuta in Noricum Vita (premi per circa 300 milioni di euro). La cessione ha inciso in misura limitata sulla raccolta complessiva da canali bancari del Gruppo Unipol, per gli elevati volumi produttivi Vita registrati da Unipol Banca (che ha quasi quadruplicato la propria raccolta per circa 126 milioni di Euro) e dalle compagnie di bancassicurazione Quadrifoglio Vita e BNL Vita (nel complesso + 18 % sul 2002).

I progetti immobiliari di Unipol

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 di realizzare un complesso polifunzionale ed un parcheggio pluripiano.
Per la realizzazione delle opere di urbanizzazione primaria di detto 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 sui propri terreni ha sviluppato 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 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 realizzazione di edifici ad uso uffici e negozi, con ampi spazi commerciali e con relativi parcheggi su più piani.

cittàDomani

- 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;

Principali Caratteristiche del Complesso

Onde 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.

SINTESI DEL PROGETTO MIDI

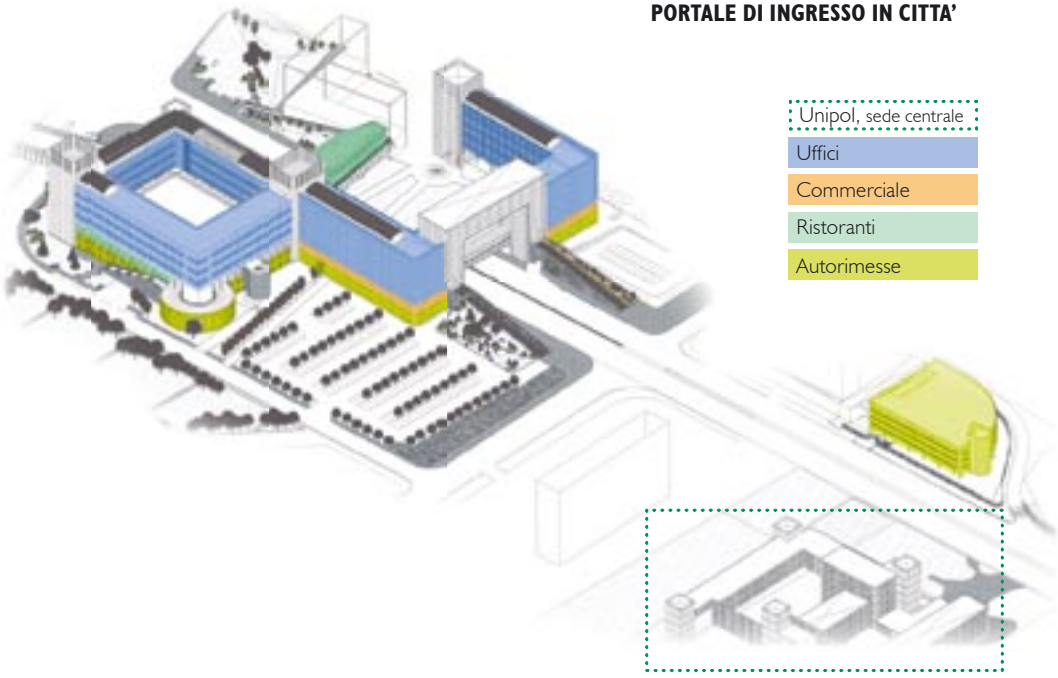
- **Uffici, per circa 12.800 mq di superficie utile;**
- **Una sala convegni, per circa 800 mq di superficie utile, con circa 400 posti;**
- **Due ristoranti di circa 800 e 500 mq di superficie utile;**
- **Un bar di circa 400 mq di superficie utile;**
- **Esercizi commerciali per circa 700 mq di superficie utile;**
- **Autorimesse per circa 23.500 mq, pari a circa 720 posti auto.**

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 per 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.
Il progetto attualmente ha completato l'iter urbanistico di concessione e l'inizio dei lavori è previsto entro l'autunno del 2004.
Sempre nell'ambito del progetto *Città Domani* è stata sviluppata anche la progettazione di un parcheggio pluripiano all'interno del lotto di terreno di proprietà posto lungo Via Stalingrado, di fronte alla sede Unipol, che renderà disponibili circa 400 posti auto.
I lavori per la costruzione sono già iniziati l'anno scorso ed il termine è previsto entro la fine del 2004.

MIDI - PROGETTO DI VIA STALINGRADO PORTALE DI INGRESSO IN CITTA'



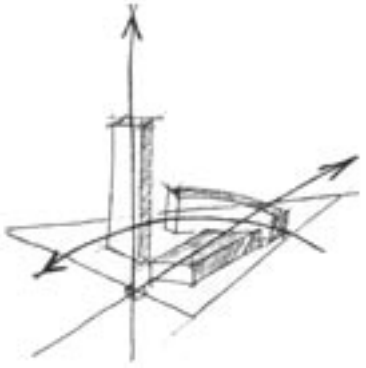
UNIFIMM

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.

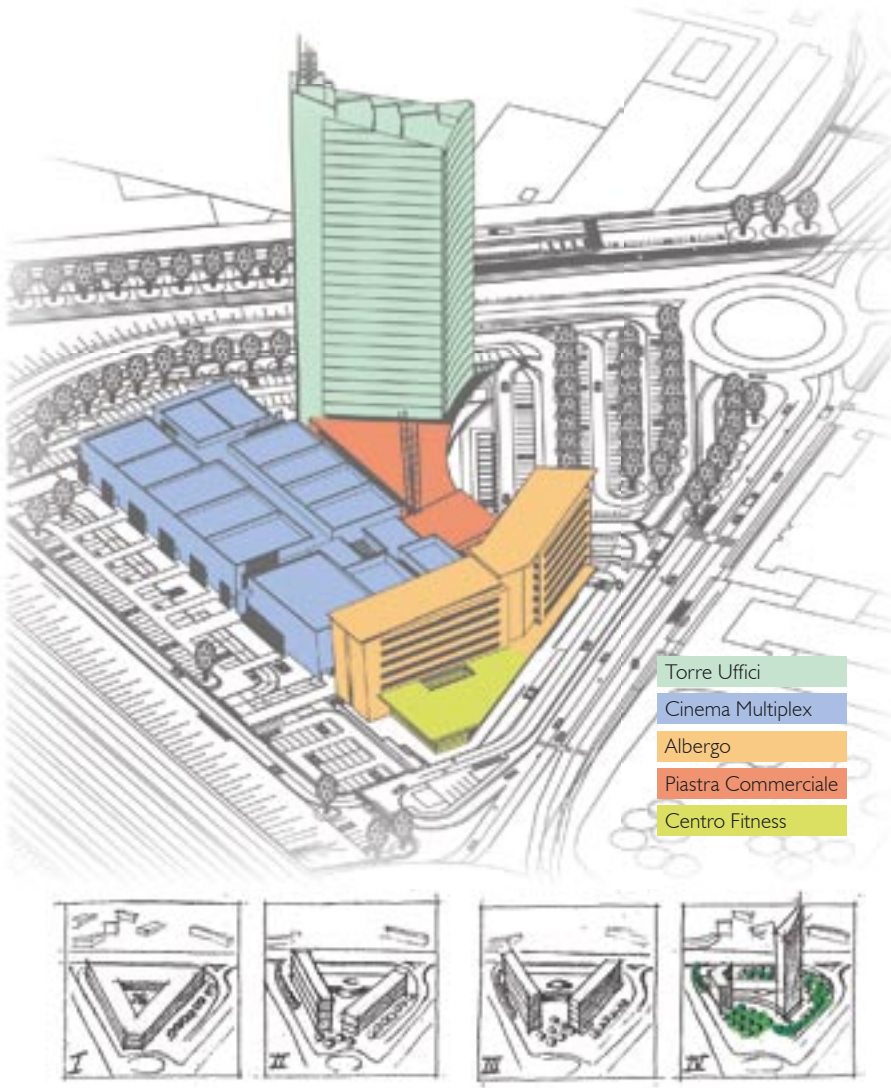
Questa soluzione, attraverso la destinazione degli spazi ad usi complementari a quelli del limitrofo Centro commerciale, contribuirà alla creazione di un interessante polo di attrazione cittadino.
Si propongono infatti spazi per la ristorazione nelle sue varie formule, per l'intrattenimento familiare, 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.



SINTESI DEL PROGETTO UNIFIMM

- Torre uffici per circa 13.000 mq e n° 25 piani, alta circa 120 metri a pianta triangolare di circa 520 mq. di superficie utile a piano con 5 ascensori interni e un montacarichi e un'impiantistica integrata al sistema delle facciate che rende indipendente ogni singolo piano;
- un Cinema Multiplex per circa 7.400 mq. con 14 sale cinematografiche per una capienza complessiva di 3.100 persone;
- un Albergo per circa 6.000 mq. che si sviluppa in due corpi edilizi a differenti altezze che si articolano intorno ad una cerniera centrale;
- una piastra, per circa 2.800 mq. di piccole unità commerciali, pubblici esercizi e servizi;
- un centro fitness per circa 2.000 mq.;
- parcheggi per circa 30.000 mq..

PROGETTO UNIFIMM - SCHEMA DISPOSIZIONE CORPI PRINCIPALI

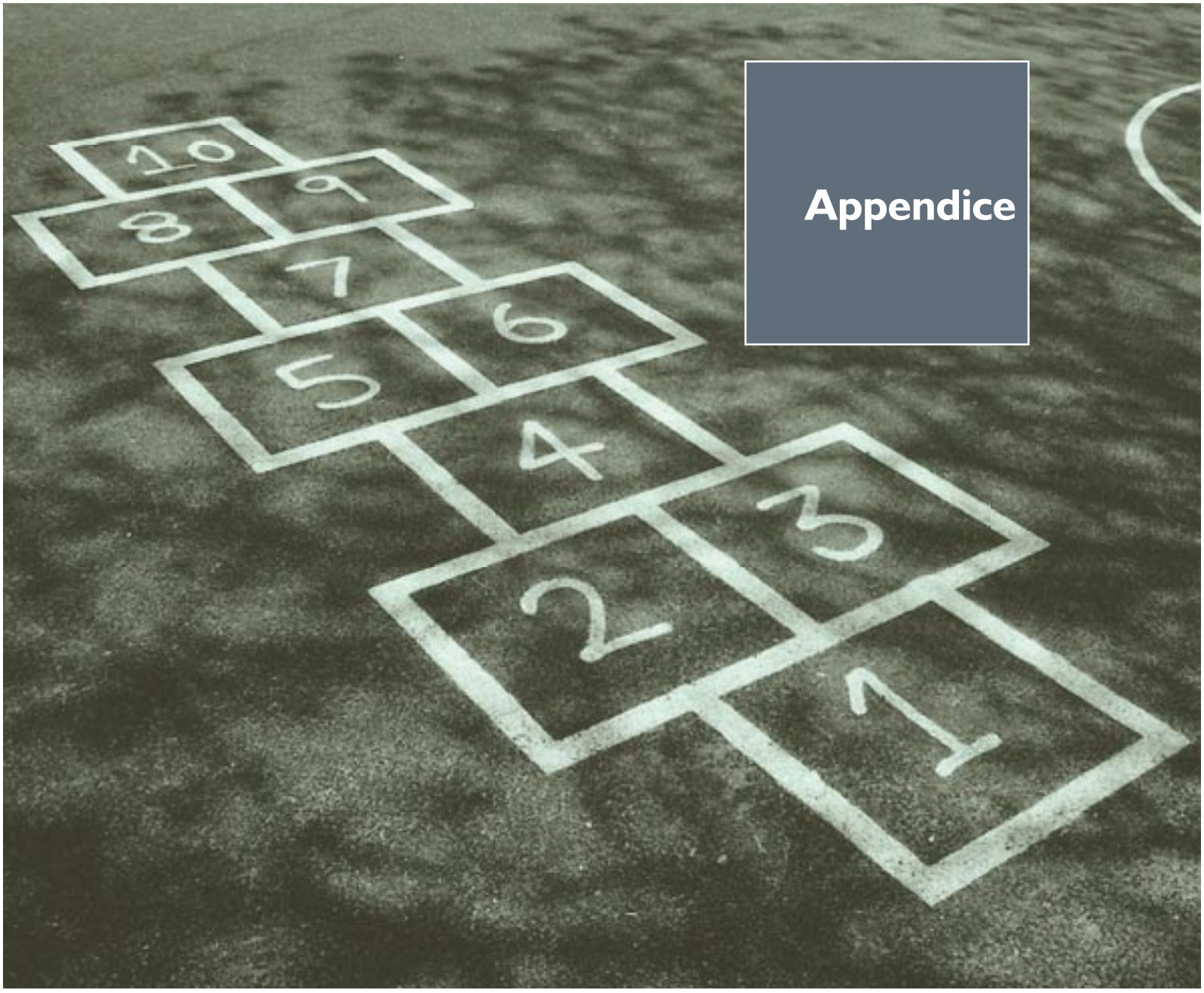


Principali caratteristiche della Torre Uffici

- 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.

Nel 2000 è cominciato l'iter urbanistico per l'approvazione della Variante di Piano; il Piano è stato approvato nel mese di marzo 2004 e attualmente si è in attesa del rilascio delle concessioni, quindi entro l'anno potranno iniziare i lavori per la realizzazione del complesso.

Il tema del risparmio energetico è stata la base per l'impostazione dell'orientamento dell'edificio e la cura dell'involucro che riduce al minimo le dispersioni termiche e ne ottimizza il recupero, l'integrazione con l'impiantistica interna che sfrutta l'utilizzo di pompe di calore ad ogni piano ed i carichi energetici interni (persone, illuminazione, macchine e computer).
Questo porta quindi a considerare la Torre Uffici come facente parte del gruppo degli edifici cosiddetti **"passivi",** allineandone la gestione alla sostenibilità ecologica.
Il tema del comfort interno, inteso come maggior apporto di luce naturale, trasparenza verso l'esterno, condizioni termoigrometriche ottimali in tutte le stagioni, protezione acustica dai rumori esterni hanno orientato la ricerca per le soluzioni di facciata della Torre.
Il progetto ha sviluppato una tipologia di facciata a doppia pelle ad "intercapedine dinamica discontinua a corridoi orizzontali e frangisole a lamelle orientabili".



Appendice

- Ipotesi di miglioramento 219
- Indice Indicatori Bilancio sociale 2004 221
- Indice Indicatori GRI 233
- Indice Indicatori CSR-SC 235
- Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa 238
- Relazione della società di revisione sul bilancio sociale 241
- Relazione indipendente sulla conformità all' AA1000 243
- Modulo di valutazione Bilancio sociale 2004 245
- Il gruppo di lavoro 247

Ipotesi di miglioramento

Il Bilancio Sociale 2004 di Unipol Assicurazioni per la prima volta è certificato AA1000, a dimostrazione di un impegno aziendale consolidato nel tempo, che ha visto strategie ed esperienze di rendicontazione sociale, etica ed ambientale coinvolgere tutte le strutture aziendali e i principali stakeholder di Unipol.
Il processo di sviluppo della CSR 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 così come l'implementazione della contabilità sociale e della esperienza di rendicontazione.
Una esperienza sempre impegnativa ma fortemente innovativa e gratificante.
Nel merito delle tappe previste lo scorso anno, occorre avanzare le seguenti riflessioni: non è ancora maturata l'esperienza affinché ciascuna impresa del Gruppo elabori un proprio Bilancio Sociale né ancora l'opportunità di un bilancio consolidato di Gruppo.
Nel frattempo la Capogruppo Unipol Assicurazioni ribadisce il suo impegno sulla CSR e ne traccia le linee di riferimento per l'intero Gruppo, mentre si consolida una realtà di impegno sociale in forte sviluppo.
Anche l'elaborazione di un codice etico di Unipol Assicurazioni ha registrato un rallentamento legato al processo di crescita ed alla necessità che un atto così importante sia costruito con un processo di partecipazione e di consapevolezza che richiede tempi, modalità e processi che vanno definiti con prudenza ed equilibrio.
Nel contempo anche con questo Bilancio Sociale si riafferma l'ampio impianto valoriale di Unipol Assicurazioni che ben delinea l'identità aziendale e il suo contratto sociale, e le strategie di CSR per il futuro.
Sono stati centrati gli obiettivi con cui ci si prefiggeva di coinvolgere le istanze locali sulle strategie di responsabilità sociale dell'impresa.
Le Agenzie hanno risposto positivamente sia sul loro coinvolgimento diretto sulla elaborazione del Bilancio Sociale sia nel predisporre di concerto con Unipol uno specifico progetto che estende la pratica della CSR alla filiera delle Agenzie, ogni Agenzia aderente al progetto sarà protagonista di uno specifico progetto di impegno sociale.
E' stato centrato anche l'obiettivo di coinvolgere le istanze territoriali delle Organizzazioni Socie, una diffusione ancora maggiore del Bilancio Sociale e della strategia sociale di impresa sarà possibile potendo contare su strutture e prassi partecipative consolidate del mondo Unipol.

Il Bilancio Sociale è diventato progressivamente sempre più lo strumento di inclusione del punto di vista degli stakeholder, oltre che di specifica rendicontazione delle performance di impresa legate ai loro interessi; diventando così strumento di contaminazione reciproca fra l'impresa e i suoi pubblici di riferimento, rendendo possibile costruire insieme una visione di 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 si è 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 estremamente interessante: si promuovono tra impresa e Associazioni dei Consumatori progetti su specifiche tematiche, con un rilevante coinvolgimento delle stesse strutture tecniche.
Per quanto riguarda il personale, i progetti di confronto sono appena abbozzati, mentre si registra un aumento di sensibilità, seppur non omogeneo nei vari livelli delle rappresentanze sindacali sul terreno della CSR.
Mentre con il consenso convinto della Direzione Commerciale e della AAU (Associazione Agenti Unipol) è stato possibile lanciare il progetto di estensione della CSR alla filiera delle agenzie, con la rilevazione sulle tipologie di intervento e di spesa sociale delle agenzie, e con il lancio del progetto "dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa – Obiettivo Barriere".
In questi anni di esperienza si è messo a punto un sistema di contabilità sociale che attraversa tutte le aree aziendali consentendoci di fornire agli stakeholder una ampia estensione di indicatori e informazioni che hanno consentito loro una corretta comprensione e misurazione delle azioni aziendali, in funzione dei riferimenti etici, sociali e ambientali e delle loro autonome analisi.

Per il futuro gli obiettivi previsti sono:

- continuare l'implementazione del processo di rendicontazione, per adeguarlo alle esigenze emergenti, per estenderlo ai nuovi settori di espansione dell'impresa, per fornire ulteriori indicatori ed informazioni in ambito finanziario e ambientale. Un ulteriore impegno per assicurare una corrispondenza reale ai bisogni di informazione dei nostri principali stakeholder;

- avviare un programma congiunto con i nostri stakeholder principali per l'implementazione, la legittimazione e la selezione degli indicatori e delle informazioni da fornire;

- sviluppare ulteriormente il processo 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 proprio contratto sociale 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 di impresa che della stessa ridefinizione della strategia sociale;

- può essere inoltre ulteriormente sviluppato (nonostante l'attuale ampio piano di comunicazione del Bilancio Sociale: 10.000 copie della edizione integrale, 60.000 copie della versione di sintesi, di cui le due versioni on-line in Inglese e Francese, 3.000 copie in CD-Rom, l'edizione on-line navigabile e in PDF, oltre la versione su manifesto) il sistema di informazione web per rendere meglio accessibili le informazioni ivi contenute.

Indice Indicatori Bilancio sociale 2004

Indice degli Indicatori contenuti nel Bilancio sociale edizione 2004

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
IDENTITA'					
rappresentazione degli stakeholder	descrizione e numero		16	■	■
	identificazione e dialogo con i principali stakeholder	descrittivo	22-39	■	■
composizione partner storici	numero iscritti per Organizzazione Socia	numero	48		
assetto proprietario	struttura dell'Azionariato	%	49	■	■
elementi di governance	composizione Consiglio di Amministrazione	descrittivo	50	■	■
	percentuale di consiglieri di amministrazione non esecutivi e indipendenti	numero	50	■	■
posizionamento sul mercato	quadro macroeconomico mondiale	numero	60		
	sviluppo del mercato assicurativo in Italia al 2003	numero	61		
	suddivisione del mercato in rami d'attività	numero	61		
	quota di mercato Gruppo	valore e %	62		
	benchmarking con altri gruppi assicurativi	numero	62		
raccolta premi Gruppo Unipol	ammontare premi diretti raccolti	valore	64	■	
	ammontare rami Vita	valore	64		
	variazione rami Vita	%	64		
	ammontare rami Danni	valore	64		
	variazione rami Danni	%	64		
	incidenza raccolta Vita sul totale raccolta	%	64		
	incidenza raccolta Danni sul totale raccolta	%	64		
	ammontare raccolta compagnie multiramo più specializzate	valore	64		
	incidenza % del totale premi compagnie multiramo+specializzate sulla raccolta totale	%	64		
	ammontare raccolta compagnie bancassicurazione	valore	64		
	variazione raccolta compagnie bancassicurazione	%	64		
	incidenza % raccolta bancassicurazione su raccolta totale di premi	%	64		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	combined ratio rami Danni	%	65		
	suddivisione analitica raccolta premi del Gruppo	Valore e %	66		
dimensioni comparto bancario e merchant banking	numero sportelli acquisiti	numero	68		
	numero filiali	numero	68		
	numero negozi finanziari	numero	68		
	numero promotori finanziari	numero	68		
	ammontare raccolta diretta	valore	68		
	ammontare impieghi	valore	68		
	risparmio gestito	valore e %	68		
	estensione regionale rete distributiva	numero	69		
performance rami danni	ammontare premi del lavoro diretto	valore	70		
	tasso di sviluppo in termini reali	%	70		
	ammontare premi del lavoro indiretto	valore	70		
	denunce sinistri	numero	70		
	numero denunce aperte da Sertel e variazione %	numero e %	70		
	liquidazione sinistri aperti da Sertel	%	70		
	velocità liquidazione sinistri per rami Danni (generazioni corrente e precedenti)	%	70		
	esborso pagamento sinistri	valore	71		
	ammontare riserve premi e sinistri	valore	71		
	incidenza ammontare riserve premi e sinistri sul totale premi acquisiti	%	71		
	tasso medio di sinistralità incluse spese liquidazione	%	71		
	combined ratio	%	71		
	risultato conto tecnico	valore	71		
performance rami Vita	ammontare complessivo premi rami Vita	valore e %	72		
	rendimento polizze a risparmio garantito	valore	72		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	tasso medio di rivalutazione polizze Unipol	%	73		
	composizione % del ramo Vita per tipologia di rami	%	73		
	ammontare premi ramo Vita per tipologia di rami	valore	73		
fondi pensione	numero aderenti ai fondi negoziali gestiti da Unipol	numero	75		
	patrimonio gestito per i vecchi fondi	valore	75		
	principali vecchi fondi gestiti da Unipol	numero	75		
	aderenti ai vecchi fondi gestiti da Unipol	numero	75		
	principali fondi aperti gestiti da Unipol	numero	76		
	aderenti ai principali fondi aperti gestiti da Unipol	numero	76		
	ammontare patrimonio fondi aperti gestiti da Unipol	valore	76		
PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO					
dati di sintesi del Bilancio consolidato di Gruppo	premi lordi	valore	81		
	risultato tecnico	valore	81		
	riserve tecniche lorde	valore	81		
	riserve tecniche nette	valore	81		
	consistenza degli investimenti	valore	81		
	premi lordi	valore	82		
	riserve tecniche	valore	82		
	rapporto % riserve tecniche/premi	%	82		
	consistenza degli investimenti	valore	82		
	Ammontare pagamenti	valore	82		
	rapporto % sinistri/premi rami Danni	%	82		
	spese di gestione	valore	82		
	rapporto % spese di gestione/premi	%	82		
	combined ratio %	%	82		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	valore	82		
	utile netto di Gruppo	valore	82		
	rapporto % utile netto/premi	%	82		
	composizione % dei premi per rami	%	82		
	proventi patrimoniali e finanziari netti + profitti netti da alienazione	valore	83		
	risultato netto investimenti connessi a fondi di investimento	valore	83		
	risultato attività ordinaria	valore	83		
	risultato attività straordinaria	valore	83		
	risultato economico al lordo delle imposte	valore	83		
	ammontare premi complessivi di Gruppo	valore	83		
	ammontare utile Gruppo	valore	83		
	margine di solvibilità	valore	83		
	dati di sintesi prima trimestrale 2004	valore	84		
dati di sintesi del Bilancio della Capogruppo Unipol Assicurazioni	utile netto della Capogruppo	valore	85		
	% sviluppo raccolta premi	%	85		
	incidenza spese gestione su raccolta premi	%	85		
	investimenti e disponibilità	%	85		
	investimenti in partecipazioni	valore	85		
	investimenti in obbligazioni e altri titoli a reddito fisso	valore	86		
	premi complessivi	valore	86		
	riserve tecniche	valore	86		
	rapporto % riserve tecniche/premi	%	86		
	investimenti e disponibilità	valore	86		
	pagamenti	valore	86		
	rapporto sinistri/premi rami Danni	%	86		
	spese di gestione	valore	86		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	rapporto spese di gestione/premi	%	86		
	combined ratio %	%	86		
	patrimonio netto	valore	86		
	utile netto	valore	86		
	rapporto utile netto/premi	%	86		
	composizione % premi per Rami	%	86		
	dividendo proposto	valore	87		
	premi complessivi Unipol Assicurazioni	valore	87		
	% crescita proventi netti	%	87		
	plusvalenze nette realizzate	%	87		
	incidenza % rettifiche nette di valore sul complesso degli investimenti	%	87		
	% di crescita del risultato ordinario e straordinario	%	87		
produzione del valore aggiunto	premi acquisiti	valore	89	■	
	premi ceduti e altre componenti tecniche	valore	89		
	proventi patrimoniali e finanziari netti	valore	89		
	totale ricavi della gestione caratteristica	valore	89		
	pagamenti/accantonamenti/riserve	valore	89		
	costi di funzionamento/ammortamenti	valore	89		
	totale costi della gestione caratteritisca	valore	89		
	saldo proventi/oneri diversi	valore	89		
	saldo componenti straordinarie	valore	89		
	totale componenti accessorie e straordinarie	valore	89		
	valore aggiunto globale netto	valore	89		
distribuzione del valore aggiunto	remunerazione del personale	valore	90	■	
	remunerazione degli Agenti	valore	90	■	
	remunerazione dei collaboratori esterni	valore	90	■	

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	remunerazione dello Stato	valore	90	■	■
	remunerazione degli azionisti	valore	90	■	■
	remunerazione del sistema impresa	valore	90	■	
	remunerazione dei finanziatori	valore	90	■	
	remunerazione della comunità	valore	90	■	■
RELAZIONE SOCIALE					
convenzioni attivate	totale premi	valore	100		■
	ripartizione premi per sottoscrittori	valore	100		■
	ripartizione premi per sottoscrittori - numero di contratti	numero	100		■
sinistri (RCA Auto)	numero sinistri aperti	numero	102		
	numero sinistri liquidati da Unipol	numero	102		
	numero sinistri liquidati per struttura di liquidazione	numero	103		
	Statistiche di sintesi dei sinistri in Italia	numero	103		
	dislocazione Centri Servizi di Liquidazione	numero	103		
	frequenza sinistri RCA	%	104		
	velocità di liquidazione sinistri	numero	104		
	tempi medi di liquidazione CID	numero	105		
	incidenza del danno a persona sul totale denunce RCA (confronto intertemporale)	%	107		
	numero sinistri liquidati con danni a persone	numero	107		
	% danni con invalidità permanente	%	107		
	risarcimento complessivo	valore	107		
	cause RCA pendenti alla chiusura dell'esercizio	numero	107		
servizio Sertel	% di risposta per denuncia	%	109		
	% canalizzazione	%	109		
	numero sinistri aperti	numero	109		

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	numero sinistri liquidati	numero	109		
	% sinistri Unipol liquidati direttamente da Sertel	%	109		
	velocità di liquidazione Sertel	numero	109		
fornitori di servizi	numero Periti	numero	110		
	numero carrozzerie convenzionate	numero	111		
	numero carrozzerie che offrono servizi aggiuntivi	numero	111		
	numero medici fiduciari	numero	111		
le frodi assicurative	incidenza percentuale del numero delle frodi sul totale dei sinistri in Italia	%	112 - 113		
l'unità antifrode	% provenienza delle segnalazioni per tipologia	%	114		
	causali di segnalazione per tipologia	%	114		
	% numero segnalazioni per area geografica	%	114		
	numero querele presentate e tipologie	numero	114		
unipol risponde	numero reclami scritti	numero	121		
	numero reclami telefonici	numero	121		
	totale reclami Unipol	numero	121		
	totale reclami scritti ANIA	numero	121	■	■
	totale reclami scritti ISVAP	numero	121	■	■
	numero sanzioni ISVAP - Unipol	numero	121	■	■
	numero sanzioni ISVAP - Mercato	numero	121	■	■
	classificazione e caratteristiche dei reclami	numero	121		
	numero di reclami da assicurati	numero	121		
	numero di reclami da controparti	numero	121		
	distribuzione reclami per area geografica	numero	121		
contenzioso	numero richieste di rimborso RCA	numero	122		
	numero sentenze favorevoli a Unipol	numero	122	■	■

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	numero sentenze contrarie a Unipol	numero	122	■	■
	costo complessivo per Unipol	valore	122	■	■
	numero appelli proposti	numero	122		
informazione	fonti informative a disposizione del lettore	descrittivo	123-124	■	■
protocollo d'intesa Governo - ANIA - Associazioni di Consumatori	posizioni di Unipol rispetto ai punti dell'accordo al 30/6/2004	descrittivo	130 - 133		
azionisti	numero azioni ordinarie	numero	137	■	■
	dividendo unitario ordinarie	valore	137	■	■
	dividendo unitario ordinarie con credito di imposta	valore	137	■	■
	numero azioni privilegiate	numero	137	■	■
	dividendo unitario privilegiate	valore	137	■	■
	dividendo privilegiate con credito di imposta	valore	137	■	■
	utile netto	valore	137	■	■
	utile distribuito	valore	137	■	■
	pay out	%	137		
	numero Warrant Unipol ordinari	numero	137		
	numero Warrant Unipol privilegiati	numero	137		
	capitalizzazione di Borsa	valore	138		
	dividend yeld dei titoli assicurativi italiani	%	138		
	prezzo ufficiale azioni ordinarie	valore	138		■
	prezzo ufficiale azioni privilegiate	valore	138		■
	rating	descrittivo	138		■
Investor Relations	numero intermediari che hanno effettuato studi su Unipol	numero	139		■
	numero report su Unipol scritti da intermediari	numero	139		■
	numero incontri pubblici organizzati da operatori finanziari	numero	139		■
	numero incontri 1 to 1 con analisti	numero	139		■

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	numero Gestori incontrati	numero	139		■
	numero Intermediari con cui Unipol ha avuto contatti	numero	139		■
Struttura rete di vendita Agenzie private	numero Agenzie	numero	147		
	incassi medi	valore	147		
	numero agenti	numero	147		
	numero subagenti F.T./ P.T.	numero	147		
	numero produttori F.T./P.T	numero	147		
	numero Procuratori F.T./P.T.	numero	147		
	numero responsabili commerciali	numero	147		
	numero impiegati F.T./P.T.	numero	147		
	spesa delle agenzie verso il sociale	valore	150	■	■
	analisi tipologie di intervento verso il sociale	numero	150-151	■	■
struttura rete di vendita Agenzie societarie	numero agenzie	numero	153		
	localizzazione e incassi	valore	153		
	numero punti vendita	numero	153		
	numero sub agenzie	numero	153		
	numero di sportelli	numero	153		
	organico per tipologia e per localizzazione geografica	numero	154		
il personale dipendente	numero dipendenti suddivisi per compagnia e sesso	numero	156		
	numero dipendenti part-time suddivisi per compagnia	numero	157	■	■
	numero dipendenti call center a tempo determinato	numero	157	■	■
	numero dipendenti call center a tempo indeterminato	numero	157	■	■
stato delle relazioni industriali	% dipendenti iscritti al sindacato	%	158	■	■
	numero ore permesso sindacale	numero	158	■	■
	numero ore sciopero	numero	158	■	■

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
risultati e premi	numero dipendenti che hanno ottenuto premi	numero	159	■	■
tutela sociale sul lavoro	numero persone che hanno usufruito di congedi per maternità o paternità	numero	159	■	■
	totale ore di congedo	numero	159	■	■
	ore di permessi per esigenze familiari e sociali	numero	159	■	■
	numero dipendenti che hanno beneficiato dei permessi previsti dalla legge 104/92	numero	159	■	■
	% e numero dipendenti previsti dalla legge 68/99	% e numero	159	■	■
composizione occupati suddivisa per sesso	personale per fascie di età	numero	160	■	■
	personale per titolo di studio	numero	160	■	■
	ripartizione per livello	numero	160	■	■
	numero assunzioni	numero	160	■	■
	numero promozioni e riconoscimenti	numero	160	■	■
	numero cessazioni	numero	160	■	■
	numero occupati per fasce di anzianità aziendale	numero	161	■	■
	personale per area geografica	numero	161	■	■
	cessazioni ripartite per tipologia	numero	161	■	■
politiche formative per i dipendenti	numero corsi	numero	162	■	■
	partecipanti per corso	numero	162	■	■
	numero giornate/uomo di formazione	numero	162	■	■
	numero corsi per neoassunti e partecipanti	numero	162	■	■
	numero corsi di lingue straniere e partecipanti	numero	162	■	■
	numero corsi per operatori di call center e partecipanti	numero	162	■	■
	formazione al ruolo	numero	162	■	■
	numero corsi di informatica e partecipanti	numero	162	■	■
	altri corsi di aggiornamento	numero	162	■	■

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
politiche formative per le reti di vendita	numero corsi	numero	163		
	numero partecipanti per corso	numero	163		
	numero giornate/uomo di formazione	numero	163		
	numero corsi su nuovi prodotti assicurativi e partecipanti	numero	163		
	numero corsi su tecniche di vendita e approccio al cliente e partecipanti	numero	163		
	numero corsi per agenti e partecipanti	numero	163		
	numero corsi per direttori e capicanale Assicoop	numero	163		
	numero altri corsi e partecipanti	numero	163		
Fondo Pensione	numero adesioni	numero	164		
	ammontare complessivo dei contributi versati	valore	164		
Cassa Assistenza	numero iscritti	numero	164		
	importo versamenti	valore	164		
	importo prestazioni erogate	valore	164		
	numero prestazioni erogate	numero	164		
sorveglianza sanitaria	sicurezza e prevenzione negli ambienti di lavoro	descrittivo	165	■	■
	numero dipendenti sottoposti a sorveglianza sanitaria	numero	165	■	■
attività del circolo aziendale	numero iscritti	numero	166		
Consigli Regionali Unipol (CRU)	sintesi delle attività	descrittivo	169		
Fondazione Cesar	sintesi delle attività	descrittivo	170		
Unipol e il mondo della scuola	numero stage aziendali	numero	172		■
	numero stage formativi	numero	172		■
	numero volontari servizio civile	numero	172		
impegno per ambiente e sostenibilità	tonnellate di carta consumata	numero	173	■	■
	consumi totali energia elettrica	numero	174	■	■

CATEGORIA	INDICATORI	Unità di misura	Pagina B.S.2004	GRI	CSR-SC
	consumi per m2 di energia elettrica	numero	174	■	■
	consumi per dipendente energia elettrica	numero	174	■	■
	consumi totali di calore	numero	174	■	■
	consumi per m2 - calore	numero	174	■	■
	consumi per dipendente - calore	numero	174	■	■
	consumi totale acqua in m3	numero	175	■	■
	consumi per dipendente acqua m3	numero	175	■	■
	ammontare spese mobilità	valore	175	■	■
	stato delle certificazioni ambientali dei principali fornitori	descrittivo	177-178	■	■

Indice Indicatori GRI

RIFERIMENTO GRI	ARGOMENTO	RIFERIMENTO BILANCIO SOCIALE
	Visione e strategia	
1.1	Visione e strategia per lo sviluppo sostenibile	15, 62-69
1.2	Dichiarazione dell'Amministratore Delegato	7
	Profilo	
2.1 - 2.9	Profilo organizzativo	16-17, 43-49, 60-61, 86, 90, 97-100, 160-161
2.10 - 2.16	Ampiezza del Report	copertina, ultima pagina
2.17 - 2.22	Profilo del Report	8, 123-124, 232
	Struttura di governo e sistemi di gestione	
3.1 - 3.8	Struttura e governo	50-59
3.9 - 3.12	Coinvolgimento degli Stakeholder	20-40
3.13 - 3.20	Politiche direzionali e sistemi di gestione	51, 110-111, 176-178, 180
	Indicatori di performance economica	
EC1 - EC2	Clienti	86
EC3 - EC4, EC11	Fornitori	90
EC5	Dipendenti	90
EC6 - EC7	Fornitori di capitale	90
EC8 - EC10, EC12	Settore pubblico	90
EC13	Impatti economici indiretti	90, 150-151
	Indicatori di performance ambientale	
EN1 - EN2	Materie prime	173-178
EN3 - EN4, EN17 - EN19	Energia	173-178
EN5, EN20 - EN22	Acqua	173-178
EN6 - EN7, EN23 - EN29	Biodiversità	Dato non presente
EN8 - EN13, EN30 - EN32	Emissioni, effluenti e rifiuti	173-178
EN33	Fornitori	173-178

RIFERIMENTO GRI	ARGOMENTO	RIFERIMENTO BILANCIO SOCIALE
EN14 - EN16	Prodotti e servizi	Dato non presente
EN34	Trasporti	175
EN35	Generale	Dato non presente
	Indicatori di performance sociale	
LA1 - LA2, LA12	Impiego	156-157, 159-161
LA3 - LA4, LA13	Relazioni industriali	158
LA5 - LA8, LA14 - LA15	Sicurezza e salute dei lavoratori	165
LA9, LA16 - LA17	Formazione e addestramento	162-163, 165
LA10 - LA11	Diversità e pari opportunità	159-161
HR1 - HR14	Diritti umani	Dato non presente
SO1, SO4	Comunità	149-150, 170-171
SO2	Corruzione	55
SO3, SO5	Contributi politici	Dato non presente
SO6-SO7	Concorrenza e prezzi	122, 130-133
PR1, PR4 - PR6	Sicurezza e salute dei consumatori	Dato non presente
PR2, PR7 - PR8	Prodotti e servizi	97-100, 108-109, 119-124, 127
PR9 - PR10	Pubblicità	123-124
PR3 - PR11	Rispetto della privacy	Dato non presente

Indice Indicatori CSR-SC

RIFERIMENTO CSR-SC	ARGOMENTO	RIFERIMENTO BILANCIO SOCIALE
	Risorse umane	
1.1	Composizione del personale	156-161
1.2	Turn-over	157-161
1.3	Pari opportunità	159-160
1.4	Formazione	162-163, 165, 172
1.5	Orari di lavoro per categoria	Dato non presente
1.6	Modalità retributive	159-160
1.7	Assenze	158-159
1.8	Agevolazioni per i dipendenti	164, 166
1.9	Relazioni industriali	158
1.10	Comunicazione interna	159
1.11	Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro	165
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	49
2.2	Remunerazione degli Azionisti/Soci (rapporti e indicatori azionari)	137
2.3	Andamento quotazioni	138
2.4	Rating	138
2.5	Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze	50-51
2.6	Agevolazioni e servizi per i soci	100
2.7	Investor Relation	139-140
	Clienti	
3.1	Caratteristiche della clientela	Dato non presente

RIFERIMENTO CSR-SC	ARGOMENTO	RIFERIMENTO BILANCIO SOCIALE
3.2	Sviluppo del mercato	97-98
3.3	Customer satisfaction e customer loyalty	108-109, 119, 127
3.4	Informazioni ed etichettature di prodotto/ servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)	97-100, 119-124, 127
3.5	Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio ad alta utilità sociale)	97-100, 118
3.6	Politiche promozionali (rispetto codici di autodisciplina)	Dato non presente
3.7	Tutela della Privacy	Dato non presente
	Fornitori	
4.1	Politica di gestione dei fornitori	110-111,147,151,176-178
4.2	Condizioni negoziali	178
	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	90
6.2	Rapporti con gli enti locali	169, 210-213
6.3	Norme e codici etici per il rispetto della legge	51-59
6.4	Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati	Dato non presente
	Comunità	
7.1	Corporate giving	90, 150, 169-172
7.2	Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento	90, 150-151, 169-172
7.3	Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)	16-40

RIFERIMENTO CSR-SC	ARGOMENTO	RIFERIMENTO BILANCIO SOCIALE
7.4	Relazioni con i mezzi di comunicazione	139-140
7.5	Comunità virtuale	35-40, 123-124, 139-140
7.6	Prevenzione della corruzione	55
	Ambiente	
8.1	Consumi di energia, materiali ed emissioni	173-178
8.2	Strategia ambientale e relazioni con la comunità	173-178

Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa

La gestione della responsabilità sociale

Il nostro approccio è basato su un programma integrato di responsabilità sociale di 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 con i requisiti dell'AA1000.
Tale programma è stato costruito sull'esperienza di rendicontazione sociale sviluppata da Unipol, azienda leader in quest'ambito.

Coerenza con l'AA1000

La missione di AccountAbility è quella di promuovere la rendicontazione per lo sviluppo sostenibile. AccountAbility, importante istituto professionale internazionale, attraverso la serie di linee guida *AA1000*, fornisce un efficace strumento di gestione dei processi di rendicontazione e di verifica.
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 di 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. 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 annualmente definiamo i nostri valori principali, attivandoli all'interno delle politiche e delle strutture aziendali, con un valore reale e preciso e quindi applicandoli in ben definiti processi di gestione e standard specifici.
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".

Nel contempo il processo di dialogo e di partecipazione 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, gli input, le stesse aspettative degli stakeholder.
Il Bilancio Sociale diventa progressivamente sempre più strumento di inclusione del punto di vista degli stakeholder, oltre che di specifica rendicontazione delle performance di impresa legate ai loro interessi; diventa così strumento di contaminazione reciproca fra l'impresa 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 i comportamenti e le attività di tutte le parti in gioco.

Significatività

Ogni anno cerchiamo di implementare le informazioni riguardanti i vari stakeholder per permettere loro di poter giudicare con cognizione la coerenza tra singole performance e comportamenti aziendali, e la Responsabilità d'Impresa.
In questi anni di esperienza si è messo a punto un sistema di contabilità sociale che attraversa tutte le aree aziendali consentendoci di fornire agli stakeholder un'estensione di indicatori e informazioni che hanno consentito una corretta comprensione e misurazione delle azioni aziendali in funzione dei riferimenti etici, sociali e ambientali e delle loro autonome analisi.
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 ed 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 si può prevedere:

- un programma congiunto con i nostri stakeholder principali per l'implementazione, la legittimazione e la selezione degli indicatori e delle informazioni da fornire
- può essere ulteriormente sviluppato (nonostante l'attuale ampio piano di comunicazione del Bilancio Sociale, 10.000 copie della edizione integrale, 60.000 copie della versione di sintesi, di cui le due versioni on-line in Inglese e Francese; 3.000 copie in CD-Rom, l'edizione on-line navigabile e in PDF, oltre la versione su manifesto) il sistema di informazione web per rendere meglio accessibili le informazioni ivi contenute.

Completezza

In questo Bilancio Sociale abbiamo fornito tutte le informazioni riguardanti le principali attività di Unipol, ma anche per quanto correlabile all'attività della Capogruppo, numerosi riferimenti alle attività del 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: per esempio la crescita delle compagnie di settore, le acquisizioni di Meie e di Winterthur, l'affermazione nel settore bancario di Unipol Banca, che hanno accresciuto il peso ed il ruolo di Unipol, non solo nel settore assicurativo italiano.
Abbiamo inoltre rendicontato fedelmente il processo di inclusione dei vari stakeholder, le loro proposte, le loro critiche, i loro incoraggiamenti rilevandone i diversi livelli di consapevolezza nella partecipazione al processo di dialogo e rilevandone i punti di debolezza e le necessità di adeguamento, come i punti di forza, nel caso degli agenti, con il lancio del progetto di estensione della CSR alla filiera delle singole agenzie sul territorio.
Abbiamo cercato di illustrare sinteticamente una selezione di prodotti a mag-

giore valenza sociale conciliandola con la necessità di snellezza e leggibilità del documento.
Abbiamo inoltre rendicontato l'avvio del processo di allineamento sul fronte della sostenibilità ambientale sia riguardo ai consumi e alla gestione dei rifiuti aziendali, sia riguardo alle politiche ambientali intraprese verso i nostri fornitori.

Le linee di miglioramento individuate per il prossimo anno saranno:

- l'incremento della copertura del sistema di contabilità sociale anche grazie al supporto e all'esperienza della revisione interna,
- incrementare e arricchire le analisi e i benchmark in riferimento al mercato e ai principali competitor,
- sviluppare ulteriormente il processo avviato verso i fornitori in funzione di una maggiore sostenibilità ambientale.

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 ad un approccio dialogico, che mette tra loro in rete i diversi stakeholder, in un processo che vede precisare un metodo nel contempo di partecipazione al Bilancio Sociale e di ridefinizione del Contratto Sociale d'Impresa.
Le dinamiche di relazione che ne risultano sono in continua evoluzione, 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 si che l'impresa non possa in alcun modo sottrarsi al ruolo, che valori aziendali ed impegno dichiarato sulla CSR 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.
Si promuovono tra impresa e Associazioni dei Consumatori progetti su specifiche tematiche, con un rilevante coinvolgimento delle stesse strutture tecniche.

Per quanto riguarda il personale, i progetti di confronto sono appena abbozzati, mentre si registra un aumento di sensibilità, seppur non omogeneo nei vari livelli delle rappresentanze sindacali sul terreno della CSR.
Con il consenso convinto della Direzione Commerciale e della AAU (Associazione Agenti Unipol) è stato possibile lanciare il progetto di estensione della CSR alla filiera delle agenzie, con la rilevazione sulle tipologie di intervento e di spesa sociale delle agenzie, e con il lancio del progetto "dalla sensibilità sociale alla Responsabilità Sociale d'Impresa – Obiettivo Barriere".
Una attenta valutazione dei risultati dello scorso anno ha portato a revisionare alcuni contenuti, riclassificare alcuni argomenti e soprattutto ad introdurre parti corpose di approfondimenti sia in ambito organizzativo per quanto riguarda gli aspetti aziendali, che legislativo per quanto riguarda le nuove norme emanate che regolano l'attività assicurativa ed in specifico la RCA (es: Cid lesioni, Conciliazione, ecc.). Il Bilancio Sociale di Unipol ha in questo modo ancora una volta assunto quella funzione formativa ed informativa che lo aveva caratterizzato nei primi anni.

Le linee da seguire per il futuro sono:

- assicurare continuità e sviluppo ai progetti di collaborazione congiunta con i diversi stakeholder ed estenderne la diffusione e la partecipazione.
- dovra essere una nostra costante preoccupazione raccogliere, valorizzare e trasferire alle diverse istanze dell'impresa, il feedback che tali collaborazioni sviluppano ai fini sia della programmazione di impresa e della stessa ridefinizione della strategia sociale.

Alla fine del nostro Bilancio Sociale è allegato un questionario che invitiamo a compilare e spedirci allo scopo di raccogliere le opinioni dei nostri lettori.

Se avete ulteriori suggerimenti o volete commentare il nostro approccio alla CSR, il nostro metodo di lavoro e di rendicontazione, potete contattare l'Unità Bilancio Sociale alla seguente e-mail: f.malagrino@unipol.it

KPMG

Revisione e organizzazione contabile

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 coerenza ed analisi del 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'attestazione 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 predetti principi compete alla Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.

2 Allo scopo di poter valutare l'attestazione riportata nel paragrafo "Nota metodologica", richiamata nel paragrafo 1, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, come suggerito dai principi di revisione statuiti a livello internazionale dalla International Federation of Accountants (IFAC), applicabili nella fattispecie, e come previsto dal Documento di Ricerca n. 1 del GBS "Linee guida per la revisione del bilancio sociale":

- verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati e alle informazioni riportate nel bilancio d'esercizio della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2004, approvato dall'Assemblea dei soci in data 29 aprile 2005, sul quale abbiamo emesso la relativa relazione di revisione contabile, datata 9 aprile 2005;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi. In particolare abbiamo svolto le seguenti procedure:
  - interviste e discussioni con i delegati della Direzione e del personale, al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A., di acquisire informazioni circa il sistema amministrativo 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, elaborazione e trasmissione dei dati 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 ragionevole 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.
- 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.

KPMG

Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2003

- verifica del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, alla completezza dei soggetti coinvolti e all'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 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 15 luglio 2003.

3. Sulla base delle procedure di verifica svolte, riteniamo che il bilancio sociale al 31 dicembre 2003 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. sia conforme alle linee guida con riferimento alle quali è stato predisposto, riportate nel paragrafo "Nota metodologica" dello stesso. Inoltre, i dati 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 formale 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 il seguente richiamo all'informativa riportata nel paragrafo "*Ipotesi di miglioramento*".

4.1. Nel corso dell'esercizio 2003 la Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. ha consolidato un efficace sistema di rilevazione e di bilanciamento delle aspettative legittime degli stakeholder. Peraltro, la Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. si propone di continuare nel percorso di miglioramento intrapreso, 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 proposito contratto sociale già esplicitato nelle precedenti edizioni del Bilancio Sociale.

4.2. Il bilancio sociale al 31 dicembre 2003 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. riporta in appendice la sintesi degli indicatori di performance d'impresa ritenuti significativi, ed una comparazione con gli indicatori suggeriti dal GRI e dal Social Statement del Ministero del Welfare, ai fini della facilitazione della lettura e della verifica della completezza delle informazioni fornite. Al fine di arricchire le prossime edizioni del documento, la Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. si ripropone di estendere tali informazioni ai nuovi settori di espansione dell'impresa, fornendo ulteriori indicatori ed informazioni in ambito finanziario ed ambientale.

Bologna, 8 ottobre 2004

KPMG S.p.A.

Massimo Tamburini
Socio

2

KPMG

Revisione e organizzazione contabile

Relazione indipendente sulla conformità all' AA 1000 – AccountAbility 1000 del bilancio sociale al 31 dicembre 2003

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 2003 della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. descritte nel seguente paragrafo "Procedure svolte".

Il bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2003 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 8 ottobre 2004.

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 riportate derivano compete agli amministratori della Società.

Ci mostra 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 238 a 240 del bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2003. Le nostre conclusioni inoltre includono, se applicabili, considerazioni relativamente alla:

- incoerenza delle informazioni incluse nel bilancio sociale con le risultanze del nostro lavoro;
- incompletezza delle informazioni e delle spiegazioni ricevute al fine di effettuare il nostro incarico;
- conoscenza di ulteriori informazioni e/o omissioni delle affermazioni del Consiglio di Amministrazione e nel processo di raccolta e predisposizione delle informazioni incluse nel presente bilancio sociale significativamente differenti.

Principi di revisione di riferimento

Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati dall'International Standards on Assurance Engagements 3000: "Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information", stabilito a livello internazionale dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), e secondo i principi guida dell'AA1000 Assurance Standard, stabilito a livello internazionale da AccountAbility.

Questi 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 incluse nel bilancio sociale.

L'incarico è stato svolto da un gruppo di nostri esperti multidisciplinari nelle tematiche di responsabilità sociale, ambientale e di revisione.

KPMG

KPMG

Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A.
Relazione sul paragrafo "Il processo della Responsabilità Sociale d'Impresa"
[illegible]
31 dicembre 2003

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" dalla pagina 238 a 240 del bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2003, secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità ai principi emanati da AA1000 – AccountAbility 1000, in particolare secondo quanto richiesto in termini di rilevanza, completezza, percezione delle tematiche 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 Società responsabile per l'attuazione della responsabilità sociale al fine di ottenere e comprendere:
  - la metodologia di raccolta delle informazioni alla base della predisposizione del bilancio sociale e dei relativi processi 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 aziendale incluse nel bilancio sociale relativamente al programma previsto di responsabilità sociale;
- interviste con il Dipartimento "Internal Audit" per analizzare le verifiche da questo effettuate relativamente ai processi interni aziendali rilevanti ai fini del nostro incarico;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Società, sull'attendibilità e completezza del bilancio sociale e delle informazioni in esso contenute, con specifico riferimento alla conformità all'AA1000.

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 ed 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" dalla pagina 238 a 240 del bilancio sociale della Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. al 31 dicembre 2003, secondo cui lo stesso è stato predisposto in conformità ai principi emanati da AA1000 – AccountAbility 1000.

Bologna, 8 ottobre 2004

KPMG S.p.A.

Massimo Tamburini

Socio

2

Modulo di valutazione Bilancio sociale 2004

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 pe rendere note le opinioni del lettore.

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?	☐	☐	☐	☐
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?	☐	☐	☐	☐

SEZIONE 2: UNIPOL E IL BILANCIO SOCIALE (segue)

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

Direzione Centrale Relazioni Esterne e CRU

Direttore ..... Giancarlo Brunello
Responsabile Unità Bilancio Sociale ..... Franco Malagrinò

Divisione Affari Generali e Legale Societario ..... Roberto Giay
Condir. Generale Finanza/Immob./Partec./Contr. Di Gruppo ..... Adriano Donati, Stefania Trucca
Esteri/Organizzazioni Internazionali ..... Donato Deganutti
Div. Controllo di Gestione ..... Serena Resca
Dir. Centrale Tecnica ..... Federico Corradini, Martina Cito
Dir. Centrale Liquidazione di Gruppo ..... Stefano Scavo, Nicoletta Focaccia
Legale, Antifrode, Privacy e Reclami ..... Roberto Casalino, Angelo Candeloro
Fondi Pensione ..... Luca Vaccari
Acquisti ..... Emilio Spinardi
Marketing ..... Francesco Zambello
Vita e Previdenza Integrativa ..... Pier Luigi Cantelli
Dir. Centrale Personale Organizz.ne e Servizi Ausiliari ..... Marco Dondi Dall'Orologio, Orio Serra
Dir. Centrale Commerciale e Marketing - Agenzie Societarie ..... Domenico Brighi, Andrea Toccafondi
Divisione Commerciale - Agenzie Private ..... Carlo Pareschi, Marco Galvagni
Area Relazioni Esterne e Convenzioni ..... Tiziano Ferranti
Condir. Generale Amm.ne Bilancio e Consolidato di Gruppo ..... Laura Colombini, Anna Guidi
Staff Progetti Speciali Immobiliari ..... Elisabetta Lanzoni
Dir. Centrale Relazioni Esterne/Cru ..... Alessandra Checconi
Dir. Centrale Liquidazione di Gruppo ..... Donatella Zanon, Eleonora Celiberti
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
Quadrifoglio Vita ..... Luciano Fiordalisi
Navale Assicurazioni ..... Gabriella Zannolla
Meieaurora ..... Andrea Brunialti
Winterthur ..... Romano Sabatini
BNL Vita ..... Roberta Cabrini
Unipol Fondi ..... Attilio Selleri
Unipol Merchant ..... Claudio Bassini
Finec Holding ..... Elena Torri

Bilancio sociale – edizione 2004

Direzione Centrale Relazione Esterne e CRU
Direttore - Giancarlo Brunello

Unità Bilancio Sociale
Responsabile - Franco Malagrinò

Gruppo di redazione
Franco Malagrinò, Alessandra Checconi,
Mauro Menoni, Walter Pelleriti

In collaborazione con
SCS AzionInnova - Bologna

Progetto grafico e comunicazione
Ivano Pivetta - ivano.pivetta@tin.it

Stampa
COPTIP Industrie Grafiche - Modena

Finito di stampare nel mese di ottobre 2004

INFORMACRU 6:2004
edito dalla Fondazione Cesar

Direttore responsabile - Giancarlo Brunello

Redazione
Franco Malagrinò (coordinatore)

Redazione e amministrazione
Via Galliera, 26 - 40121 Bologna
Tel. 051 6437618 - fax 051 6437600

Registrazione
Tribunale di Bologna n. 6250 del 13.02.1994

Sped. Abb. Post.
Art.2 comma 20/B Legge 662/96
Tariffa regime libero Poste Italiane Spa
Sped. Abb. Postale 70% DCB
Filiale di Bologna

Stampato su carta prodotta con fibre primarie provenienti da foreste permanenti. Prodotta ai sensi delle leggi e delle normative in materia ambientale. Controllo qualità conforme alla norma ISO 9706.

RECYCLABLE - 100% RECYCLABLE - 100%
ISO 9706

GRUPPO UNIPOL

Il Bilancio Sociale di Unipol, che quest'anno contiene la relazione indipendente all'AA1000 - AccountAbility 1000 da parte di KPMG, costituisce un tradizionale appuntamento di verifica delle politiche aziendali, delle sue strategie e dello stato delle relazioni tra l'Impresa e i suoi stakeholder.

Si lavora per costruire un Gruppo assicurativo e bancario sempre più forte e radicato nel Paese, per essere una forza di sviluppo e di progresso umano nel rispetto dei valori dell'economia sociale e nell'interesse dei nostri risparmiatori-azionisti, dei nostri clienti e degli stakeholder di riferimento.

Il Bilancio Sociale è solo un tassello della responsabilità sociale d'impresa, la realtà in cui opera l'azienda è più complessa e variegata.

Non crediamo ai facili ottimismi o alla tendenza dominante di chi descrive in termini solo positivi "tutti rose e fiori" le imprese che praticano le tecniche e le strategie dedicate alla responsabilità sociale dell'impresa, dando l'illusione di un mondo ideale in cui i codici etici o le strategie di marketing sociale e di comunicazione agiscono come dei "rigeneratori" del mercato e dei comportamenti aziendali, che invece, restano lungi dall'essere perfetti.

La realtà è che ciò che fa davvero la differenza non è l'adeguarsi alle tecniche né all'astrattezza delle teorie, o al solo miglioramento della comunicazione aziendale, ma nel modo in cui esse sono interiorizzate in forma riflessiva e responsabile dalla cultura e dall'agire dell'impresa.

UNIPOL
ASSICURAZIONI
i vostri valori sono i nostri valori

162CRU