

BILANCIO 2013 | 2017
DI SOSTENIBILITÀ
La Responsabilità Sociale del canale Assicooop



2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ



INDICE

Lettera agli stakeholder	4
Nota Metodologica	6

SEZIONE I. L'ASSOCIAZIONE

1. L'IDENTITÀ 7

1.1 LA STORIA	8
1.2 I VALORI DI ASSICOOP	12
1.3 I TRATTI DISTINTIVI DI ASSICOOP	13

2. LA GOVERNANCE 15

2.1 INTEGRITÀ E GOVERNANCE AZIENDALE	16
--------------------------------------	----

3. GLI STAKEHOLDER DI ASSICOOP 21

4. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO 27

5. PERFORMANCE ECONOMICA 37

5.1 LA REDDITIVITÀ DELLE ATTIVITÀ	38
5.2 IL VALORE CREATO PER IL TERRITORIO	44

6. SOLUZIONI INNOVATIVE PER LA CLIENTELA 45

6.1 IL PRESIDIO DEL TERRITORIO	48
6.2 INNOVAZIONE E QUALITÀ DEL SERVIZIO	48
6.3 VICINI AI CLIENTI	51

7. LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA 53

7.1 LE PERSONE DI ASSICOOP	54
----------------------------	----

8. COLLABORAZIONE E SOSTEGNO PER IL TERRITORIO 59

8.1 IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO	60
-------------------------------------	----

9. L'ATTENZIONE ALL' AMBIENTE 63

9.1 GLI IMPATTI AMBIENTALI	64
----------------------------	----

SEZIONE II. LE ASSICOOP 65

Assicoop Bologna Metropolitana	67
--------------------------------	----

Assicoop Emilia Nord	81
----------------------	----

Assicoop Modena & Ferrara	95
---------------------------	----

Assicoop Romagna Futura	109
-------------------------	-----

Assicoop Toscana	123
------------------	-----

Tabella di raccordo ("GRI Referenced")	137
--	-----



Assicoop, Associazione delle Agenzie societarie di UnipolSai Assicurazioni, è nata vent'anni fa per dare rappresentanza unitaria alle Assicoop, favorire le relazioni tra le associate e spingere lo sviluppo, attraverso strategie di fusione ed efficientamento, di un canale di vendita caratterizzato da un forte radicamento territoriale e attenzione alla persona: valori fondanti del mondo cooperativo, e frutto di un modo di concepire l'assicurazione prima di tutto come servizio al cliente. Un atteggiamento che ci ha permesso di costruire la nostra offerta assicurativa sulle reali necessità di persone e aziende, grazie alla conoscenza dei bisogni del territorio e delle sue dinamiche economico-sociali. Nel tempo, siamo cresciuti insieme alle nostre comunità di riferimento affiancandole tanto nella vita quotidiana, quanto nei momenti di crisi o di successo. Questo bilancio di sostenibilità, il terzo per l'Associazione, rendiconta del lavoro svolto tra il 2013 e il 2017 e ci aiuta a dare voce agli impegni futuri. Negli ultimi cinque anni la strategia di Canale è stata in grado di adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato, ancora fortemente turbato dagli effetti della crisi e dalla competizione di prezzo favorita dall'ingresso del digitale: i risultati hanno evidenziato la buona capacità di rafforzare la nostra sostenibilità economica e di generare valore sociale attraverso l'attenzione ai nostri stakeholder, per i quali abbiamo sostenuto importanti progetti in ambito culturale, artistico e sociale, e con i quali abbiamo condiviso valore per oltre 84 milioni di euro (2017).

Il nostro sistema impiega oggi oltre 1200 persone e intrattiene relazioni con circa 446.000 clienti, grazie ad una rete capillarmente diffusa di oltre 300 tra punti vendita agenziali e sub agenziali.

Nel corso di questi anni abbiamo completato il percorso di razionalizzazione e aggregazione in Emilia Romagna e Toscana accrescendo la capacità competitiva delle agenzie societarie - passate da otto a cinque - e abbiamo lanciato il progetto di sviluppo "Assicoop 2020" finalizzato a sperimentare strumenti moderni per rispondere in modo competitivo alle sfide emergenti: rilancio del segmento retail, difesa del canale corporate ed evoluzione della macchina operativa.

Insieme alle Organizzazioni Socie sono stati sviluppati nuovi prodotti, interpretando le diverse esigenze della società e del mercato e mettendo a frutto la peculiarità del nostro modello d'impresa assicurativa, che ci consente di costruire una relazione diretta tra clienti-cittadini-imprese e Unipol, anche attraverso l'assetto proprietario delle Assicoop nei vari territori.

Il modello Assicoop - sintesi tra il dinamismo di una Compagnia assicurativa moderna come UnipolSai e la prossimità al territorio - ha continuato ad offrire un campo di sperimentazione per la qualificazione della rete di vendita e lo scambio di competenze. L'innovazione di UnipolSai è stata continuamente testata sul territorio e l'esperienza sul campo è stata condivisa tra tutti gli attori della Compagnia, in un processo capace di accompagnare, e talvolta anticipare, le trasformazioni di imprese e società.

È proprio con la nostra capacità progettuale che vogliamo contribuire al cambiamento che Unipol intende realizzare con il nuovo piano strategico, sempre ancorati alle nostre radici, attenti alla coerenza tra valori e comportamenti, forti della nostra identità e con prodotti assicurativi, ispirati da valori intangibili quali sicurezza, lungimiranza e benessere, capaci di offrire soluzioni concrete a bisogni reali.

Lorenzo Cottignoli

Presidente Assicoop

Associazione Agenzie Societarie

UnipolSai Assicurazioni

Sono passati alcuni anni dal precedente Bilancio Sociale delle Assicoop, e da allora è sicuramente cresciuta la consapevolezza sul ruolo importante che l'assicurazione può assumere per migliorare il benessere collettivo, includendo fasce crescenti di popolazione che rischiano di restare ai margini dello sviluppo, proteggendo da rischi nuovi o che in modo nuovo stanno manifestandosi.

La sottoscrizione da parte di 193 paesi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, che identifica 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) per raggiungere i quali anche le imprese sono chiamate ad operare, ha modificato il grado di conoscenza e consapevolezza, ma anche azione e pianificazione dei diversi attori sociali.

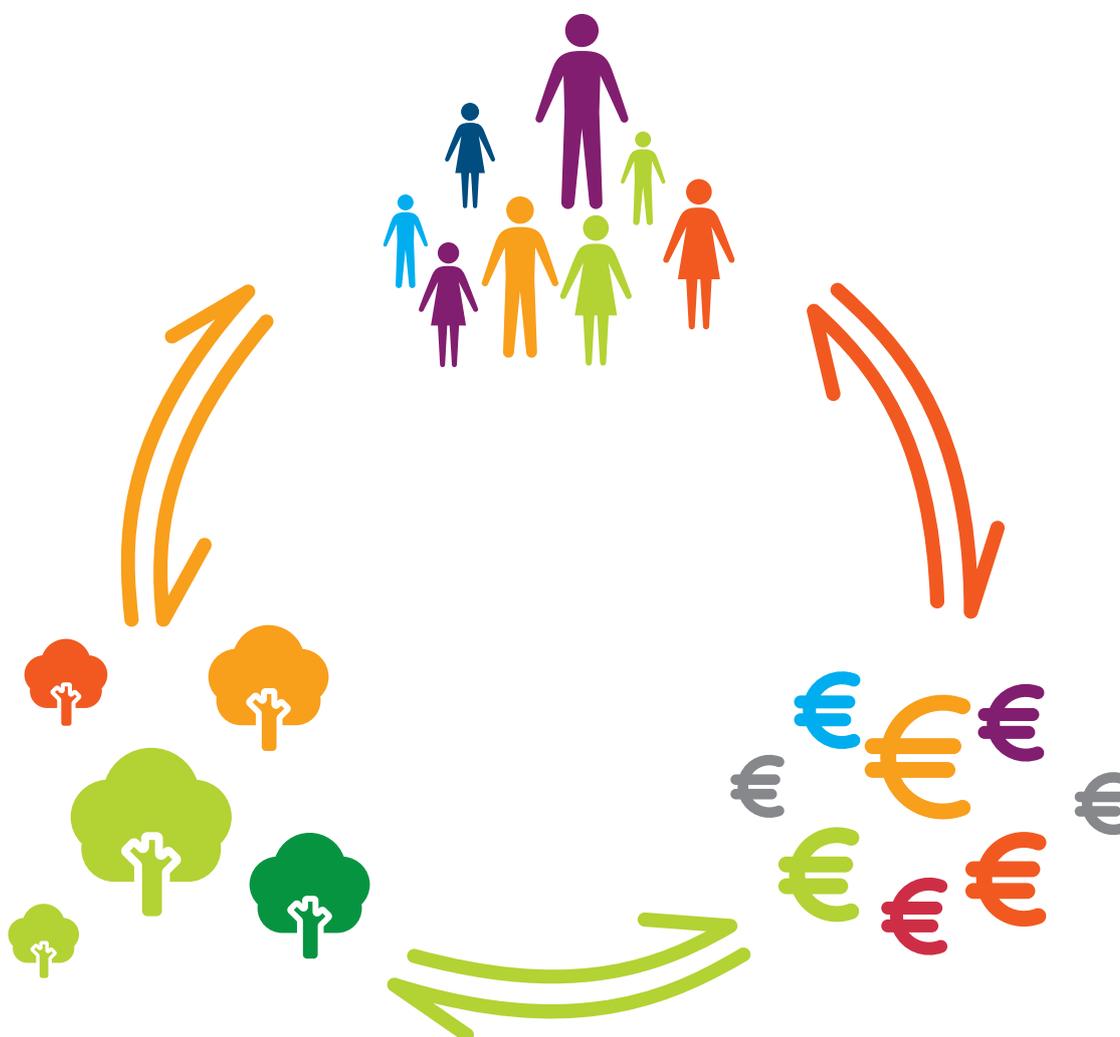
Le assicurazioni, in particolare, a fronte di nuovi rischi ingestibili semplicemente facendo meglio e un po' di più quel che storicamente si è fatto - si pensi ai catastrofici collegati al cambiamento climatico, alla salute e alla previdenza a fronte del cambiamento demografico in essere, ma anche alle modifiche che stanno avvenendo nel mondo del lavoro - sono chiamate ad innovare nell'offerta di prodotti e servizi, ma ancor prima nel modo in cui si pongono ogni giorno nei confronti di clienti e società.

In questo contesto assume ancora più valore sviluppare processi di rendicontazione che aiutino le imprese, soprattutto se soggetti complessi come le Agenzie Societarie, a capire chi sono, come stanno operando, quali sono gli impatti che producono, e dove possono supportare la creazione di ulteriore valore, sapendo dare nuove risposte con coerenza e coraggio.



Pierluigi Stefanini

Presidente Gruppo Unipol



NOTA METODOLOGICA

Il presente documento è la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità dell'Associazione Assicoop (l'edizione precedente è del 2012) e tratta i dati relativi al periodo 2013-2017.

Obiettivo è condividere l'approccio alla sostenibilità delle Assicoop attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti nel quinquennio in considerazione, delineando i percorsi evolutivi che nel prossimo futuro dovranno caratterizzarne lo sviluppo.

Ai fini di ripercorre i risultati ottenuti e il tipo di visione che ha caratterizzato questi anni di cambiamento organizzativo interno, nella trattazione dei dati è stata utilizzata l'attuale composizione dell'Associazione, considerando le 5 strutture Societarie presenti oggi sui territori:

> **Assicoop Bologna Metropolitana**

> **Assicoop Emilia Nord**

> **Assicoop Modena&Ferrara**

> **Assicoop Romagna Futura**

> **Assicoop Toscana.**

Per la definizione della struttura del documento e dei contenuti da trattare sono stati utilizzati come framework di riferimento i GRI Standards, secondo la modalità GRI – Referenced.

Il processo di rendicontazione ha visto il coinvolgimento preliminare dei vertici delle Agenzie Societarie ed è stato seguito da un percorso di ascolto degli stakeholder esterni, le cui finalità sono state dupli:

- > definire le tematiche più importanti per i principali portatori di interesse ai fini della rendicontazione;
- > individuare le esigenze degli stakeholder e gli aspetti distintivi del modello Assicoop nella relazione con essi.

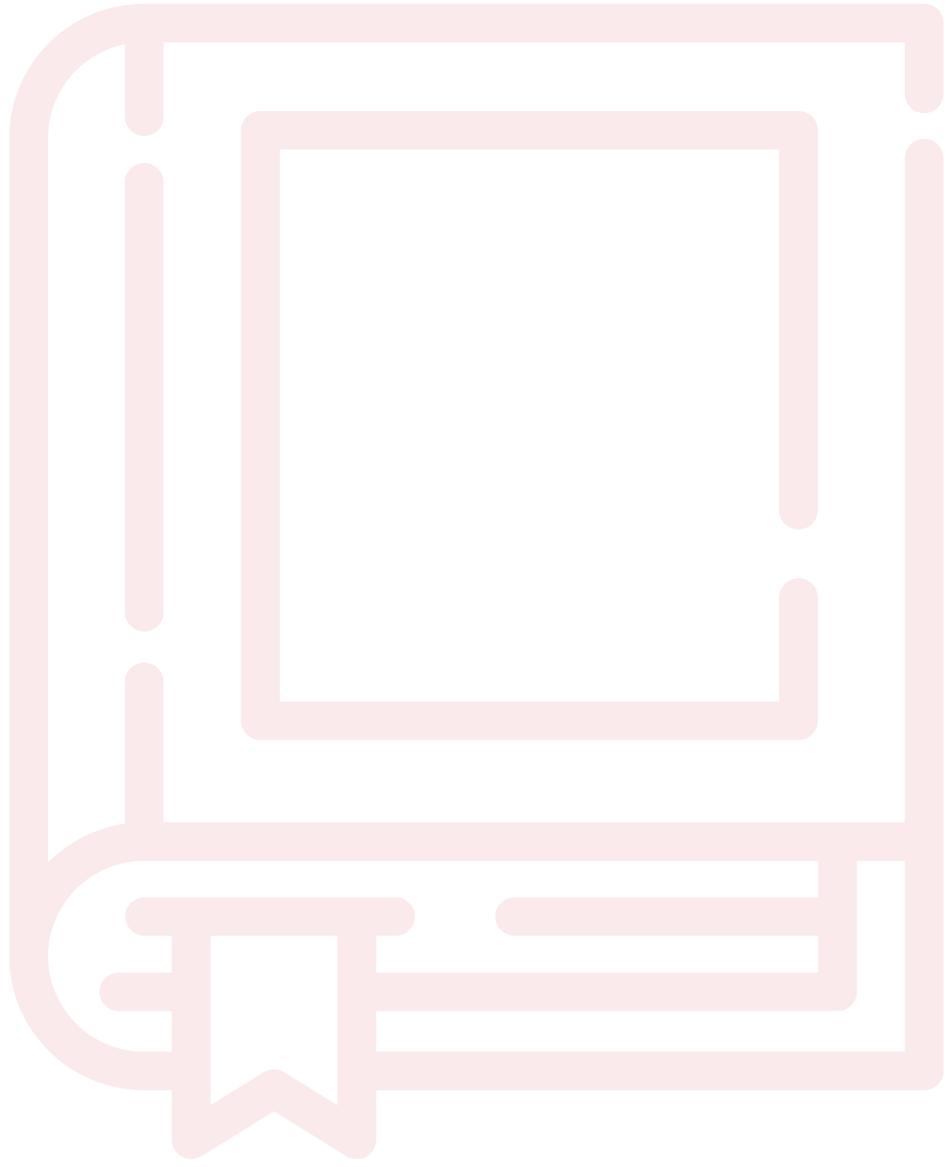
Il Bilancio di Sostenibilità 2013-2017 rappresenta uno strumento efficace per comunicare in modo chiaro e trasparente il lavoro svolto fino ad oggi e gli obiettivi che l'Associazione si è posta per affrontare le sfide del presente e del futuro, volendo evidenziare le specificità territoriali ma senza tralasciare i Valori di riferimento che accomunano tutte le Assicoop.

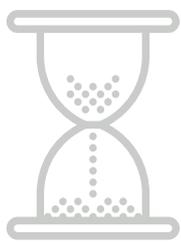
A tale fine, il documento è composto da una **Sezione I** riguardante tutta l'Associazione. In questa prima parte è fornita una fotografia aggiornata delle Assicoop e dei percorsi che hanno caratterizzato la nascita delle Agenzie Societarie e la loro evoluzione nel tempo. Vengono inoltre forniti i principali dati relativi allo scenario macro-economico e al settore assicurativo per accompagnare il lettore nella comprensione delle scelte riorganizzative e delle performance conseguite dalle Assicoop.

A seguire, la **Sezione II** riporta le principali tappe della storia delle singole Assicoop, incluse le performance economiche, le iniziative e gli interventi realizzati sui diversi territori.



L'IDENTITÀ



**1967**

Nasce il Gruppo Aziendale Agenti Unipol GAUU

1986

Le prime Assicoop aderiscono all'Associazione Agenti Unipol

Anni 90

Le Assicoop nate in forma cooperativa vengono trasformate in SpA con il coinvolgimento delle Organizzazioni Socie e Compagnia nella proprietà

1997

Nasce l'Associazione delle Agenzie Societarie

1998

Primo accordo integrativo dedicato alle Agenzie Societarie

1.1 LA STORIA

Le Agenzie Societarie Assicoop costituiscono un modello distributivo unico nel panorama assicurativo italiano ed esercitano il mandato di UnipolSai Assicurazioni in specifici territori.

Si caratterizzano per radicamento territoriale, capillarità della rete distributiva e chiarezza dell'offerta: i pilastri su cui fondano la relazione costante con il cliente, sono vicinanza ed efficienza, come attestano i feedback positivi che ogni giorno ricevono da parte di chi, da anni, sceglie Assicoop per tutelare i propri affetti, la salute e il patrimonio.

La proprietà delle Assicoop è costituita da diversi soci: cooperative, organizzazioni sindacali, organizzazioni di rappresentanza del lavoro e delle imprese, Gruppo Unipol. Questa natura plurale, rappresentata nei Consigli d'Amministrazione, garantisce la partecipazione delle associate al fare impresa della propria Compagnia assicurativa: un agire fondato sulla concretezza e sull'esperienza quotidiana.

Le Assicoop sono cinque: Modena&Ferrara, Bologna Metropolitana (Bologna e Imola), Emilia Nord (Reggio Emilia e Parma), Romagna Futura (Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini), Toscana (Firenze, Grosseto e Siena): costruite su solide reti territoriali, sono da sempre impegnate nella promozione dello sviluppo locale con iniziative in ambito sociale, culturale, artistico e ambientale.

DAGLI ANNI '60 AGLI ANNI '80...

Le origini delle Assicoop risalgono alla fine degli anni '60, quando contestualmente alla forte crescita del settore assicurativo, che vede Unipol come protagonista, si avviano le prime esperienze di gestione di Agenzie attraverso la forma societaria cooperativa.

Lo sviluppo impetuoso, la nascita di nuove agenzie e il consolidamento delle realtà assicurative già radicate sul territorio, fanno emergere l'esigenza di creare un **filo diretto** tra le singole società che permetta di adottare **approcci comuni** nei confronti di tutti gli stakeholder.

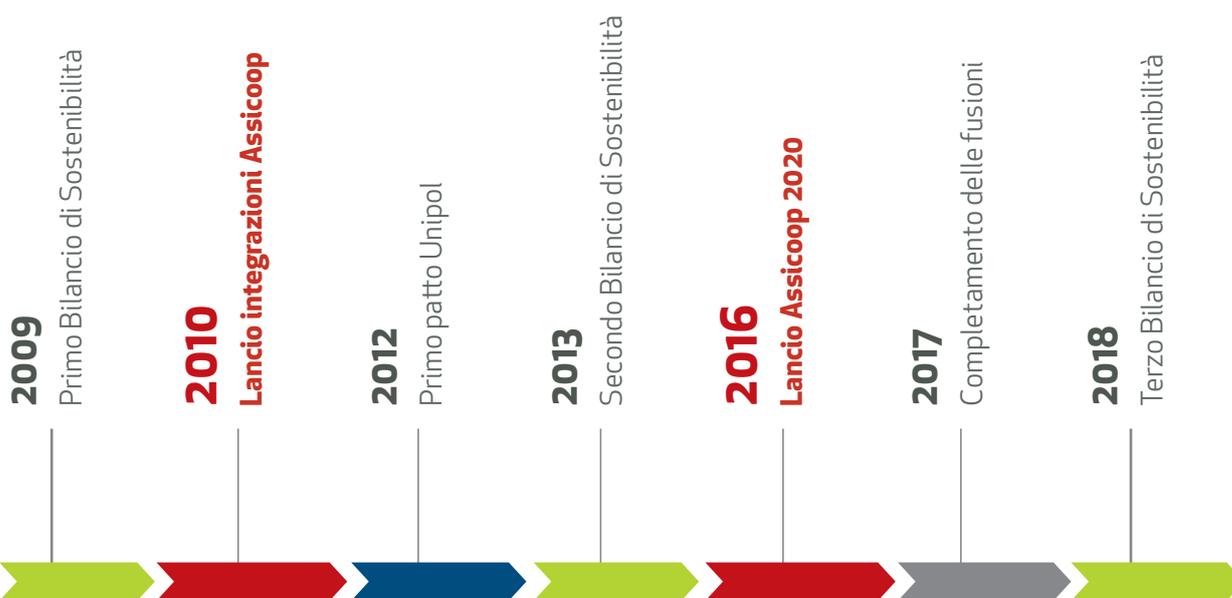
La rete Assicoop si espande e inizia a caratterizzarsi come una delle realtà più innovative nel settore assicurativo degli anni Ottanta. La sua capacità di instaurare importanti relazioni dirette con il territorio porta Unipol ad aprire ulteriori Assicoop (Napoli, Genova, Mestre, Milano, Perugia) che verranno successivamente rilevate da soggetti privati.

DAGLI ANNI '90 AI PRIMI ANNI 2000...

Contestualmente alla crisi finanziaria degli anni '90, avviene la prima importante trasformazione societaria delle Assicoop: le cooperative vengono trasformate in S.p.A. Il movimento cooperativo rimane uno dei principali azionisti delle S.p.A. sottoscrivendo quote rilevanti di capitale sociale. È di questo periodo anche l'uscita formale delle Assicoop, portatrici di interessi particolari ed espressione di una pluralità proprietaria, dal Gruppo Agenti Unipol con cui si manterranno comunque contatti importanti, incentrati sul supporto reciproco e sul continuo confronto.

Negli anni Ottanta Assicoop è tra le realtà più innovative nel settore assicurativo

Le vecchie cooperative vengono trasformate in Spa sottoscrivendo quote rilevanti di capitale sociale, divenendo, di fatto, uno dei principali azionisti



La grande espansione del sistema si riflette sulle dimensioni del portafoglio delle Agenzie Societarie che va via via incrementandosi, arrivando a rappresentare circa il 25 – 30% di quello dell'intera compagnia. Inoltre, cosciente delle difficoltà che si iniziavano a riscontrare a causa della gestione di aziende clienti molto grandi, il Gruppo Unipol decide di stipulare con le Assicoop un contratto specifico, diverso da quello che lo lega alle altre Agenzie Private, focalizzato sulle necessità e sulle ambizioni delle Agenzie Societarie.

È il 27 novembre 1997 quando le Assicoop emiliano-romagnole e toscane costituiscono l'**Associazione delle Agenzie Societarie Unipol**, un organo capace di rappresentare tutte le Assicoop nei rapporti con la Compagnia e con le diverse sigle di rappresentanza sindacale dei dipendenti Assicoop (con cui viene stipulato uno specifico contratto collettivo nazionale, uguale per tutte le agenzie societarie), nonché un soggetto che consente di mettere a sistema esperienze peculiari sui rispettivi territori.

Nei primi anni Duemila, sull'onda dell'importante crescita del settore assicurativo nazionale, il sistema Assicoop consolida ulteriormente le proprie dimensioni anche attraverso la sua forte capacità di offerta ed i risultati ottenuti nel ramo vita.

Dal Duemila ad oggi il Gruppo Unipol, attraverso le numerose acquisizioni effettuate, cresce fino a diventare la prima Compagnia Assicurativa nel comparto danni in Italia.

Nel 2010 Unipol ricostruisce la propria identità tornando, dopo una breve parentesi, alla sua denominazione originaria. Parallelamente anche le Agenzie Societarie scelgono di rafforzare la propria identità, adottando come denominatore comune "ASSICOOP" unito a quello dei territori di riferimento. Questa scelta si sostanzia anche attraverso la declinazione coordinata della propria immagine, affiancata al marchio Unipol Assicurazioni, nonché mediante la messa a punto dell'architettura web Assicoop.it, ulteriore elemento distintivo del proprio modello distributivo e di servizio ai clienti.

Partendo da 11 realtà, nel 2010 la Compagnia lancia il progetto di aggregazione tra Assicoop di diverse dimensioni per arrivare ad avere strutture capaci di far fronte ai repentini cambiamenti che il settore dovrà affrontare nei lustri successivi, senza però dimenticare i legami con il territorio e il mondo di provenienza.

Entro la fine del 2011 nascono quindi tre nuove Assicoop attraverso un processo di aggregazione di sei società:

- > **Modena&Ferrara**: il 13 maggio **Assicoop Modena e Assicoop Ferrara si uniscono** in un'unica società, diventando un player unico sul territorio;
- > **Romagna Futura**: il 27 settembre Assicoop Ravenna e Assicoop Romagna costituiscono una nuova Società;
- > **Emilia Nord**: il 4 marzo viene fondata **Assicoop Emilia Nord**, nata dall'unione di Assicoop Reggio Emilia e Assicoop Parma.

È a partire dal 2012, anno in cui ricorre il cinquantenario di Unipol, che si avvia il processo di consolidamento delle tre nuove realtà costituite nel 2011 e, contemporaneamente, si inizia a progettare una nuova fase di aggregazioni che porterà alle attuali cinque Agenzie Societarie (dalle otto del 2011), sui territori di Emilia-Romagna e Toscana.

In particolare, nel 2014 si procede con un'operazione straordinaria di fusione tra le Assicoop Firenze e Siena, che avverrà formalmente nel 2015, mentre nel 2016 si uniscono anche la realtà di Grosseto e l'Agenzia Fondiaria di Firenze dando vita ad unico sistema toscano: **Assicoop Toscana**.

Il processo di ristrutturazione organizzativa così avviato si conclude con la più recente delle operazioni. Ad essere protagonista è il territorio emiliano romagnolo, dove l'unificazione tra le Assicoop Imola e Bologna culmina il 1° luglio 2017 con la nascita di **Assicoop Bologna Metropolitana**.

UNO SGUARDO VERSO GLI ORIZZONTI FUTURI...

Le Agenzie Societarie hanno gestito cambiamenti strutturali avviati da un percorso di **"rigenerazione identitaria"**.

Il percorso di aggregazione ha permesso di **rafforzare la struttura organizzativa, patrimoniale ed economica** di ogni Assicoop ponendo le basi necessarie all'introduzione di innovazioni nel modello di business necessarie a competere nello scenario futuro.

È in questo contesto che a fine 2016 UnipolSai e le Assicoop condividono il lancio di un progetto denominato **"Assicoop 2020"**, finalizzato principalmente a garantire sostenibilità nel medio – lungo termine, minimizzando gli elementi di vulnerabilità agendo su tre pilastri principali:

- > **Rilancio del retail** attraverso una maggiore industrializzazione dei processi di vendita e un'ottimizzazione del presidio territoriale
- > **Difesa del corporate** attraverso l'acquisizione selettiva di nuovi clienti e un modello di servizio dedicato
- > **Evoluzione della macchina** operativa per migliorare strutturalmente l'efficacia dei supporti.

Assicoop 2020 è strettamente integrato al Piano Industriale 2016-2018 UnipolSai fino a diventare il "luogo" di **sperimentazione di strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle sfide emergenti e con esse ai nuovi bisogni dei clienti, priorità strategiche del Piano UnipolSai.

Per realizzare questi cambiamenti oggi le Assicoop si impegnano, singolarmente e in gruppo, nelle diverse attività progettuali cercando principalmente di:

- > costituire **sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso la gestione di attività in comune e la creazione di funzioni centralizzate (ad esempio per la diffusione dell'innovazione tecnologica);
- > **migliorare la produttività commerciale della rete**, compresa anche la specializzazione della rete vendita, attraverso la socializzazione e la diffusione delle best practice;
- > **sviluppare ed integrare la componente** di offerta di **prodotti e servizi non assicurativi**, in particolare quelli bancari standardizzati Unipol Banca.

Facendo **leva sui valori comuni alle Agenzie e alla Compagnia**, il piano Assicoop 2020 ha quindi innescato un processo di rinnovamento e consolidamento dell'Associazione per creare **nuove sinergie di risposte integrate e condivise**.

1.2 I VALORI DI ASSICOOP

L'impianto valoriale rappresenta una guida per i comportamenti, le azioni e le relazioni, e un punto di riferimento imprescindibile per promuovere sensibilità etica e comportamenti responsabili e coerenti verso tutti gli stakeholder.

A partire dall'adozione della **Carta dei Valori** e del **Codice Etico** del Gruppo Unipol, Assicoop fa propri i valori rappresentativi di un modello di servizio **affidabile, trasparente e corretto**, che valorizza le risorse e promuove la capacità di ascoltare e di soddisfare le esigenze dei clienti.



accessibilità Rappresenta l'impegno ad essere un interlocutore aperto e disponibile.



lungimiranza È l'impegno a sviluppare il disegno strategico e i processi organizzativi in modo da garantire una continuità di gestione efficiente e profittevole dell'impresa, che escluda ogni forma di dispersione e spreco delle risorse, in un'ottica di sostenibilità nel lungo periodo; la lungimiranza favorisce l'attitudine a interpretare correttamente i segnali del mercato anticipandone le tendenze, generando continuità nei risultati e sviluppo dei profitti in un'ottica di sostenibilità "allargata", che sappia coniugare, e nello stesso tempo contribuisca a migliorare, esigenze ambientali, economiche e sociali per permettere all'impresa di progredire nel lungo periodo.



rispetto Si intende l'impegno a considerare le persone come parte di una relazione sociale stabile che attribuisce dignità, favorendo e sostenendo l'ascolto.



solidarietà Vuol dire impegnarsi a promuovere una cultura che tuteli l'esistenza e il benessere delle persone, delle famiglie e delle imprese. Significa anche impegnarsi a riconoscere il sostegno e la collaborazione reciproca come elementi portanti per garantire all'azienda efficienza e sviluppo.



responsabilità È l'impegno di farsi carico, individualmente e collettivamente, delle conseguenze delle proprie azioni con serietà, trasparenza e rettitudine, senza tradire il rapporto di fiducia accordato.

In coerenza con le proprie politiche aziendali, ravvisando nella correttezza e trasparenza dei valori da perseguire nella conduzione di tutte le attività, è stato predisposto da ogni Assicoop un "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" che, oltre a rappresentare la volontà di adeguarsi alle normative del D.lgs. 231/2001, costituisce un efficace sistema di informazione e sensibilizzazione di tutti gli operatori.

1.3 I TRATTI DISTINTIVI DI ASSICOOP

Assicoop rappresenta un modello distributivo unico, strutturato e radicato nel mondo cooperativo e sul suo territorio di riferimento, con forte focalizzazione e densità territoriale sulle aree storiche di Emilia-Romagna e Toscana.

È una realtà caratterizzata da clienti "soci" indiretti, legati al mondo della cooperazione, ed è caratterizzata da grandi dimensioni in relazione alle agenzie private. Il modello operativo è fortemente strutturato e il portafoglio è stabile e con mix molto variegato su segmenti Retail, PMI e Corporate e sui rami Auto Elementari e Vita.

assetto societario Società di capitale, costituita da imprese e società del sistema cooperativo, organizzazioni sindacali, organizzazioni di rappresentanza del lavoro e delle Piccole e Medie Imprese, oltre che dal Gruppo Unipol.



vicinanza al territorio Assicoop, in quanto attore attivo nella comunità, è una realtà del panorama dell'intermediazione assicurativa italiana che fa del rapporto diretto con il territorio il suo punto di forza, coniugando tradizione e innovazione e facendo coesistere il dinamismo di una compagnia assicurativa moderna e la prossimità del territorio, garantita da anni di spirito di servizio alla clientela. L'obiettivo è il mantenimento costante di un filo diretto di ascolto delle esigenze della comunità per cogliere le specificità territoriali.



ruolo sociale Assicoop si fa portavoce dei bisogni delle comunità e si prefigge l'obiettivo di attivare risposte con ricadute positive sul territorio. Il ruolo di Assicoop è quello di tutela della persona, ruolo dimostrato dalla composizione dei portafogli danni (elevato peso dei rami elementari VS ramo auto) e vita (elevato peso dei prodotti di tutela premi annui VS prodotti finanziari premi annui).



13

modello di servizio Il modello di servizio di Assicoop si basa su principi di affidabilità e trasparenza e fa leva sull'utilizzo di strumenti innovativi. Assicoop si impegna nella ricerca continua di soluzioni che rispondano all'esigenza di tutela e cura delle persone attraverso investimenti in innovazione (semplificazione, digitalizzazione) dei processi commerciali e amministrativi.



competenze Il modello di servizio di Assicoop si completa con le competenze specialistiche delle sue risorse. Per aumentare il servizio alla clientela Assicoop investe sulla formazione delle sue persone per un continuo aggiornamento professionale e sviluppo di crescita personale.





LA GOVERNANCE

2.1 INTEGRITÀ E GOVERNANCE AZIENDALE

L'Associazione Agenzie Societarie si compone di tre organi.

A seguire vengono descritti e definiti i compiti in capo a questi.

Assemblea generale

L'**Assemblea generale** dei soci è l'organo collegiale deliberativo, attraverso cui si esprime la volontà degli iscritti e si delibera la politica dell'Associazione. È composta da una persona referente per ciascuna Agenzia Societaria, che a sua volta rappresenta la totalità degli iscritti all'Associazione in relazione al territorio di competenza. Ogni componente dell'Assemblea Generale ha diritto ad un voto e le decisioni vengono assunte a maggioranza semplice.

L'Assemblea è convocata dal Presidente ordinariamente almeno una volta all'anno e, in via straordinaria, ogni qualvolta il Presidente o il Comitato Direttivo lo ritengano opportuno, o quando almeno un terzo degli iscritti ne faccia richiesta motivata e sottoscritta.

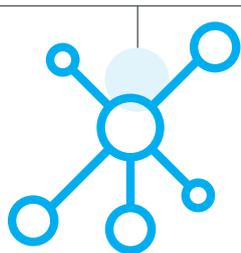
Tra i principali compiti dell'organo deliberativo si includono: l'elezione del Presidente dell'Associazione e dei componenti del Comitato Direttivo; l'approvazione del bilancio consuntivo e preventivo; la delibera di eventuali modifiche allo Statuto; lo scioglimento dell'Associazione. All'Assemblea Generale, inoltre, compete di:

- > deliberare in merito a tutti i problemi che interessano gli iscritti, ed in particolare in materia di accordi/contratti aziendali e adesioni di nuovi soci;
- > determinare la quota annua di iscrizione all'Associazione dovuta agli Associati;
- > istruire eventuali commissioni di lavoro, nominandone i componenti e fissandone i relativi compiti.



Comitato Direttivo

Il **Comitato Direttivo** è formato da un numero di membri non inferiore a tre e non superiore a sette nominati dall'Assemblea dei soci. In particolare, nell'Associazione Assicop si compone oltre che dal Presidente dell'Associazione, da tre membri dell'Assemblea Generale rappresentativi di tre diverse Agenzie Societarie e dura in carica tre anni, salvo diversa deliberazione da parte dell'Assemblea Generale. Il Comitato può essere convocato dal Presidente ogniqualvolta egli lo ritenga opportuno, di norma ogni 3 mesi, o quando almeno uno dei suoi componenti ne faccia richiesta. In qualità di organo esecutivo, il Comitato Direttivo attua le politiche deliberate dall'Assemblea Generale e vigila sulla corretta attuazione delle stesse. Fra i compiti del Comitato Direttivo è compreso quello di proporre all'Assemblea ipotesi di accordo in materia di CCNL e relativo integrativo, deliberare sulle domande di nuovi aderenti, provvedere agli affari di ordinaria e straordinaria amministrazione che non siano spettanti all'Assemblea dei soci.



Presidente

Il **Presidente**, eletto dall'Assemblea Generale fra i suoi membri, rappresenta legalmente l'Associazione. La sua carica ha una durata di tre anni. Presiede l'Assemblea Generale e il Comitato Direttivo ed adempie tutte le funzioni previste dallo Statuto. Il Presidente firma tutti gli atti dell'Associazione, e nomina il Segretario amministrativo dell'Associazione e può nominare Avvocati e Procuratori nelle liti attive e passive riguardanti l'Associazione stessa davanti a qualunque giurisdizione. In caso di assenza o di impedimento viene sostituito dal Vicepresidente, se nominato, o dal membro più anziano del Comitato Direttivo.



Il **Segretario Amministrativo** risponde direttamente al Presidente, e si occupa di tutti gli aspetti contabili. Tra le sue principali mansioni si ricorda: amministrazione dei fondi dell'Associazione secondo le decisioni del Comitato Direttivo; riscossione dei contributi di cui al precedente trattato e di tutti gli eventuali proventi straordinari; gestione e aggiornamento delle scritture contabili relative alla riscossione dei contributi e all'amministrazione dei fondi; predisposizione del bilancio annuale dell'associazione; redazione dei verbali delle riunioni del Comitato Direttivo e dell'Assemblea Generale.

LA COMPAGINE SOCIALE

Le **organizzazioni socie** sono i partner storici del Gruppo Unipol, ma sono anche, insieme ad Unipol, azionisti delle Assicoop e come tali sono i primi soggetti interessati alla creazione di valore sul territorio.

La particolare composizione della compagine sociale rende pertanto la realtà Assicoop un modello unico nel panorama imprenditoriale assicurativo italiano, e rappresenta un'efficace risposta collettiva alle sfide alle quali la società di oggi è esposta.

La proprietà delle Assicoop è infatti costituita, oltre ad Unipol, da diversi soci territoriali che garantiscono la partecipazione delle associate ad un agire insieme, fondato sulla concretezza e sull'esperienza quotidiana.

L'azionariato territoriale di Assicoop fa riferimento a **Legacoop**; Organizzazioni del mondo del lavoro dipendente (**CGIL, CISL, UIL**); e Organizzazioni del lavoro autonomo e delle piccole imprese (**CIA, CNA, Confesercenti**).

MODENA&FERRARA

Sofinco SpA
CIA CONF. ITA. AGRIC. Modena
Ce.s.con
COOPIM Soc. Coop. arl
CSC Di Vittorio Srl
Assicoop Modena&Ferrara SpA
CIA
CNA Associaz. Territ. Modena
CNA Ferrara
CGIL Ferrara
Fed. Esercenti Ferrara
A.S.Q. Modena Soc. Coop.

EMILIA NORD

Parco SpA
Pegaso Finanziaria SpA
Assicura SpA (Legacoop, CNA, Confservizi, CIA e CGIL)
Partecipa Srl (Legacoop, CNA, CIA, CGIL, Unione Industriali Pr, UIL Alim., Confesercenti)

TOSCANA

Pegaso Finanziaria SpA
CCCP Scrl
Caaf CGIL Toscana Srl
CNA Siena
CESCOT Siena
CIA Siena
CNA Firenze
CIA Firenze Servizi Srl



EMILIA
NORD



MODENA
&FERRARA

Tra le politiche che sottendono il rapporto tra UnipolSai, le Assicoop e le Organizzazioni Socie si annovera un **sistema di politiche di convenzioni** e sostegni, che si traducono sia in termini di offerta di prodotti e servizi a condizioni agevolate, sia come risposta ad esigenze specifiche, sia come collaborazione per l'organizzazione di eventi sul territorio che contribuiscono allo sviluppo locale. I meccanismi delle convenzioni assicurano condizioni favorevoli ad un numero importante di persone e imprese.

È la collaborazione operativa fra la rete delle agenzie Assicoop e le strutture territoriali delle Organizzazioni a rendere tangibile l'offerta di un efficace servizio assicurativo agli associati. Gli iscritti alle Organizzazioni Socie possono infatti usufruire di servizi modellati sulle loro esigenze, e permettono di fornire soluzioni ad hoc per il settore dell'agricoltura e dell'agriturismo, del commercio e dell'artigianato, promuovendo la tutela di utenze per le quali le coperture assicurative sarebbero altrimenti inaccessibili.

BOLOGNA METROPOLITANA

Pegaso Finanziaria SpA
Assicooper Cons. Coop. arl
Parfinco SpA (Legacoop)
GSA Gruppo Società Artigianato Srl (CNA)
Coop Edificatrice Ansaloni Soc. Coop.
Cicoss Scarl
CNA Scarl
CIA Conf. Italiana Agricoltori
Ergon Srl (CGIL)
Venere Srl (UIL)
Ces. Conf. 1 Srl (CONFESERCENTI)
SCS Società Centro Servizi Srl (CISL)
CISL

ROMAGNA FUTURA

Federazione delle Cooperative
della Provincia di Ravenna scpa
CNA Servizi Forlì-Cesena
SEDAR CNA Servizi Soc. Cons. Coop. pa
Parfinco
Teorema Soc. Coop. pa
Fincom
Coop Sviluppo Commercio e Turismo - Coop. a rl
Pegaso Finanziaria
SI.CO.T
Teorema di Cesena Srl
Cooperdiem Soc. Coop.



GLI STAKEHOLDER
DI ASSICCOOP

La mappa degli stakeholder rappresenta i principali portatori di interesse. In particolare:



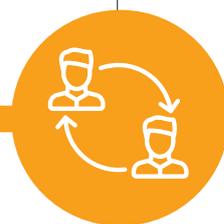
Clienti

Comprende tutta la clientela retail e corporate, inclusi i primi e più importanti promotori che hanno supportato la nascita e lo sviluppo delle Agenzie sui territori come le Associazioni di categoria, cooperative, ecc.



Organizzazioni socie

Come descritto precedentemente sono azionisti delle Assicoop e pertanto sono tra i primi soggetti di interesse per la creazione di valore per il territorio e per i loro iscritti.



Dipendenti e Collaboratori

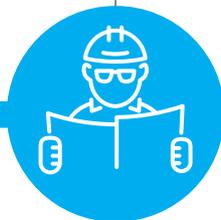
Rappresentano tutto l'insieme di persone interne all'organizzazione che permettono la realizzazione delle attività sui territori, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi aziendali.



Unipol
GRUPPO

Gruppo Unipol

Azionista e attore di importanza fondamentale per Assicoop, per il quale le Agenzie Societarie esercitano il mandato sui territori, condividendo ideali e valori.



Partner e Fornitori

Comprende tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo, professionisti per incarichi specifici e consulenze tecniche che supportano Assicoop nell'erogazione di un servizio di qualità.



Comunità e Territorio

Comprende la comunità locale compresi i cittadini, le realtà sociali e le organizzazioni della società civile con le quali le Assicoop collaborano mediante il sostegno di particolari attività o iniziative a beneficio della cittadinanza e del territorio in oggetto. In questa categoria si includono anche le Associazioni e gli Enti di carattere ambientale e per la tutela del territorio con le quali Assicoop si rapporta per il rispetto dell'ambiente circostante anche tramite il sostegno a progetti per la conservazione di beni storici, artistici e architettonici.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Le singole Assicoop intrattengono relazioni dirette con tutte le categorie di stakeholder rappresentate. Accanto a strumenti tradizionali di dialogo e ascolto, l'Associazione ha avviato un **percorso di coinvolgimento** dei principali portatori di interesse per identificare da una parte le tematiche più rilevanti per le categorie di stakeholder esterni all'Associazione, e dall'altra per fare emergere le principali esigenze delle comunità locali.

L'iniziativa di stakeholder engagement ha visto il coinvolgimento dei rappresentanti di maggiore importanza per singolo territorio attraverso interviste One-to-One.

Le tematiche emerse come più rilevanti nel percorso di stakeholder engagement fanno riferimento ai seguenti ambiti:



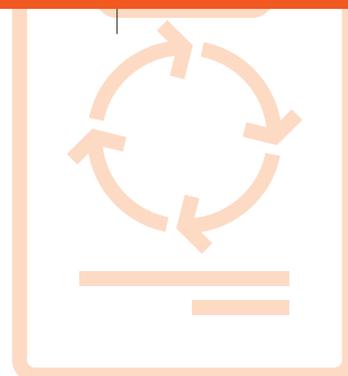
rafforzamento dei valori mutualistici

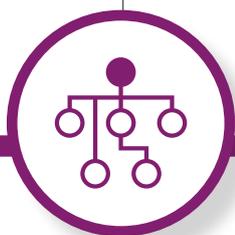
si riferisce al modello cooperativo e al concetto di "mutualità cooperativa" che vede l'unione di più persone o enti per rispondere a bisogni e fini comuni.



qualità del servizio offerto

si intende l'offerta di un modello di servizio affidabile, trasparente e che tuteli le persone attraverso l'utilizzo di strumenti innovativi e competenze specialistiche.





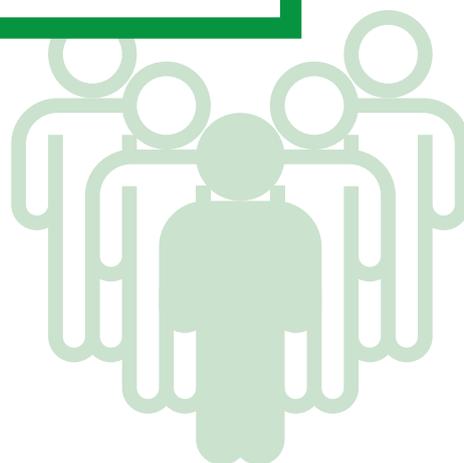
vicinanza con il territorio

si riferisce alla necessità di avere sempre un filo di diretto di ascolto delle esigenze della comunità per cogliere le specificità territoriali.



ruolo sociale sul territorio

si intende l'identificazione dell'azienda come portavoce dei bisogni della comunità che attiva risposte con ricadute positive sul territorio.





A partire da questa rappresentazione, è possibile affermare che in generale gli stakeholder riconoscono le **Assicoop come attori territoriali** di rilievo per lo sviluppo e la crescita locale.

Ciò che **emerge** è una **crescente attenzione per creare piani di intervento integrati** in cui la dimensione economica si combina con quella sociale per **generare valore condiviso per tutto il territorio**.

Se tale necessità risulta maggiormente scontata per le Organizzazioni Socie, anche i Clienti e le Comunità, vedono nel **sistema cooperativo** uno **strumento efficace per affrontare le sfide attuali**.

Si riconoscono quindi nei valori mutualistici elementi di distintività dell'Associazione che - uniti ad una profonda conoscenza del territorio - hanno la potenzialità di generare importanti ricadute positive per le comunità.

I risultati dello stakeholder engagement confermano quanto già le singole Agenzie avevano percepito sulle esigenze del territorio. Negli ultimi quattro anni le Assicoop hanno infatti avviato sperimentazioni su nuovi modelli di servizio che, in una fase più recente, sono confluite nel piano Assicoop 2020, con obiettivo di rafforzare i Valori del passato, interpretandoli in una chiave di lettura moderna, adatti alle esigenze del presente e a rispondere alle sfide del domani.



4

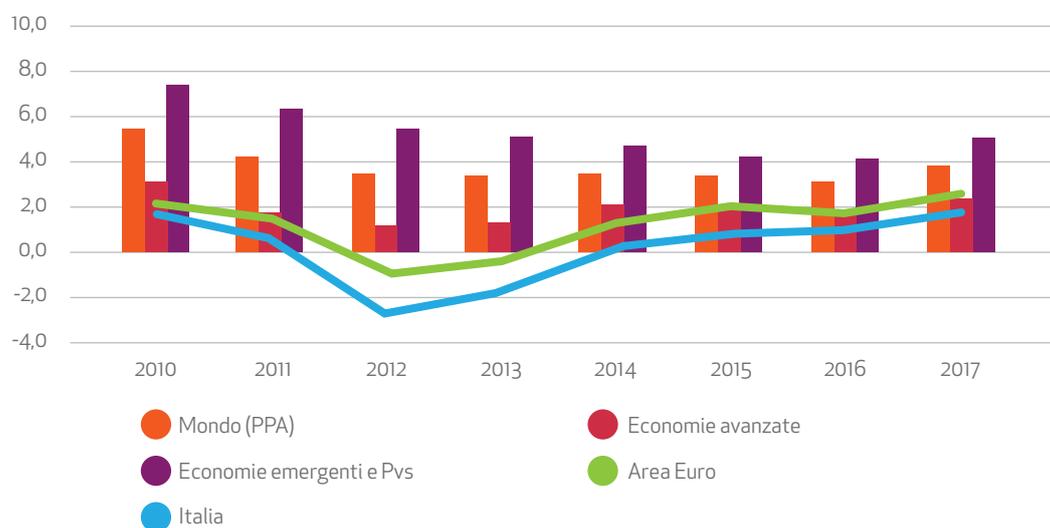


IL CONTESTO
DI RIFERIMENTO

IL CICLO ECONOMICO INTERNAZIONALE¹

Nel 2017 il ciclo economico internazionale ha mantenuto ritmi di espansione in linea con l'anno precedente, confermando dinamiche differenziate per le economie avanzate e per i paesi emergenti. La crescita del **PIL mondiale** nel 2017 è valutata al 3,8% (+3,2 nell'anno precedente). Nel 2017, è ripresa la crescita delle economie avanzate, che aveva visto un rallentamento nell'anno precedente (+2,3%, dal +1,7 nel 2015), seguita dal continuo miglioramento anno su anno dei paesi emergenti (+4,8% nel 2017, e + 4,4% nel 2016).

Prodotto Interno Lordo: Mondo e principali aree geoeconomiche, 2010-2017, variazioni percentuali



Fonte: Fmi - World Economic Outlook, aprile 2017

Per il 2018 le **prospettive sull'andamento del ciclo internazionale** si mostrano positive; il Fondo monetario internazionale stima un'accelerazione del prodotto mondiale (+3,8%), grazie a un miglioramento delle prospettive nei paesi emergenti e in via di sviluppo; permangono, segnali di incertezza in relazione ai paesi avanzati dove la crescita si delinea in leggero rallentamento nel 2018, e in modo più marcato per il 2019.

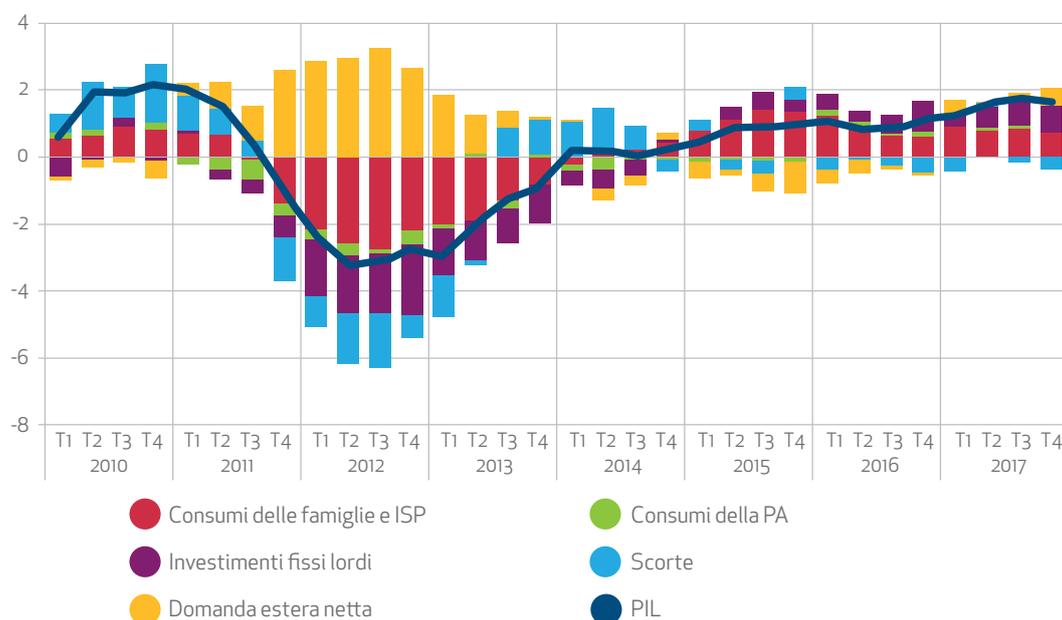
¹ Fonte: ISTAT, l'evoluzione dell'economia italiana: aspetti macro e micro economici.

IL CICLO ECONOMICO ITALIANO²

Il **ciclo economico italiano** si conferma in moderata ripresa. Nel 2017, il Pil italiano in volume è cresciuto dello +1,5%, consolidando il processo di ripresa iniziato nel 2015.

La **domanda interna** sostiene la crescita economica in termini di Pil. L'evoluzione dell'attività economica, pur restando positiva, ha sperimentato in corso d'anno una moderata decelerazione (+0,2% nel quarto trimestre, dallo 0,4% del primo)

Andamenti del PIL e contributi alla crescita: Italia, 2010-2017, variazioni congiunturali



Fonte: Istat, Conti economici nazionali

In miglioramento la percentuale relativa alla **domanda estera netta** (esportazioni), mentre i **consumi delle famiglie** risultano ancora in crescita ma in maniera meno sostenuta rispetto allo scorso anno.

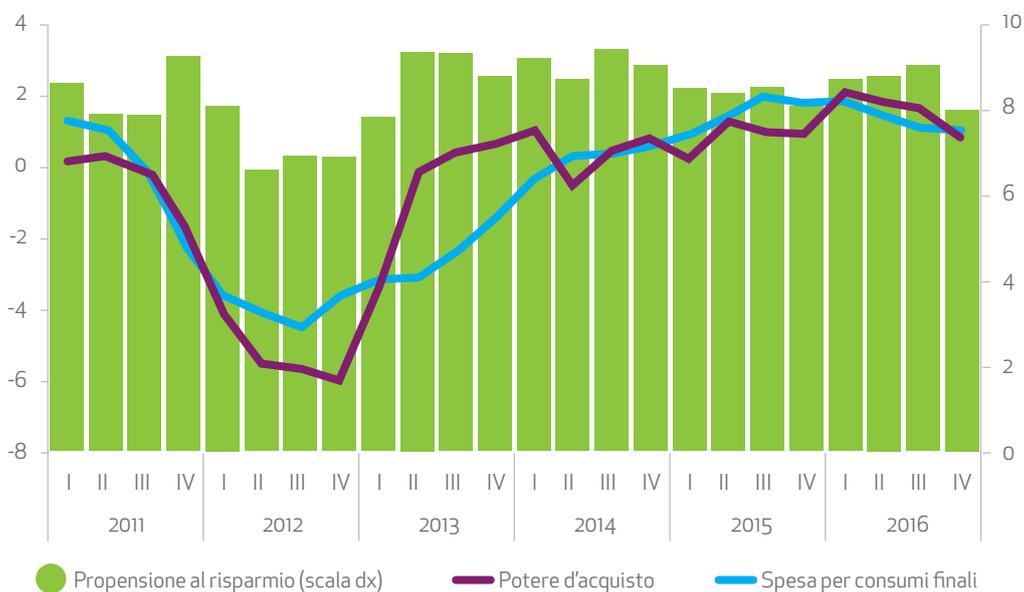
L'espansione della spesa delle famiglie ha riguardato sia i beni (+1,2%) in particolare i beni durevoli, sia, i servizi (+1,7%). La dinamica dei consumi delle famiglie è stata sostenuta da un incremento del reddito disponibile in termini reali pari all'1,7%, ma per effetto dell'aumento dell'inflazione, la crescita del potere d'acquisto delle famiglie ha rallentato rispetto al biennio precedente, risulta comunque positiva (+2,5%)

La propensione al risparmio delle famiglie consumatrici (7,8%) risulta in netto calo rispetto allo scorso anno (-0,8 punti percentuali).

² Fonte: ISTAT, *l'evoluzione dell'economia italiana: aspetti macro e micro economici*.

Potere d'acquisto, consumi finali delle famiglie e propensione al risparmio:

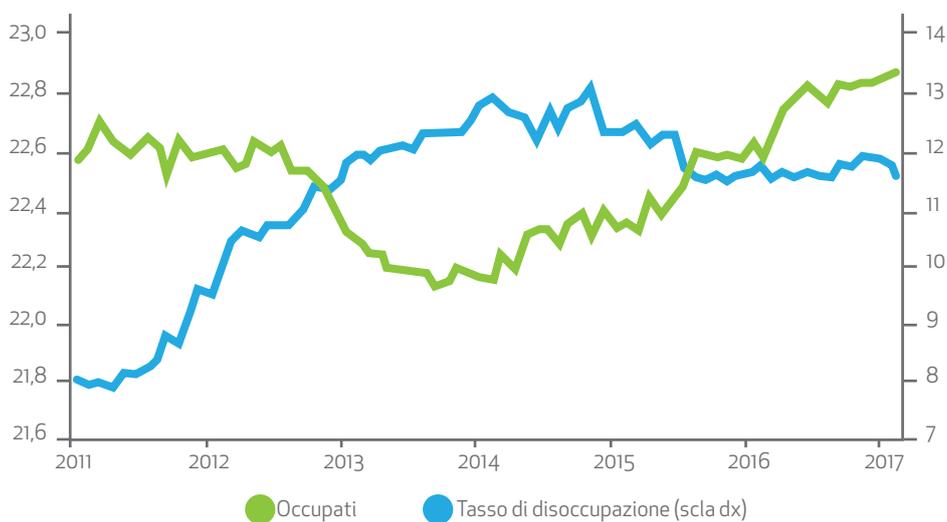
Italia, 2011-2016, valori concatenati con anno di riferimento 2010, variazioni tendenziali e valori percentuali



Fonte: Istat, Elaborazione su Conti trimestrali dei settori istituzionali e Conti economici trimestrali

Inoltre, da ultimi dati ISTAT, nel 2016 il **mercato del lavoro** ha mostrato andamenti favorevoli ed è stato caratterizzato da un'elevata reattività dell'occupazione alla crescita del prodotto.

Occupati e tasso di disoccupazione: Italia, 2011-2017, dati mensili destagionalizzati, valori in migliaia e percentuali

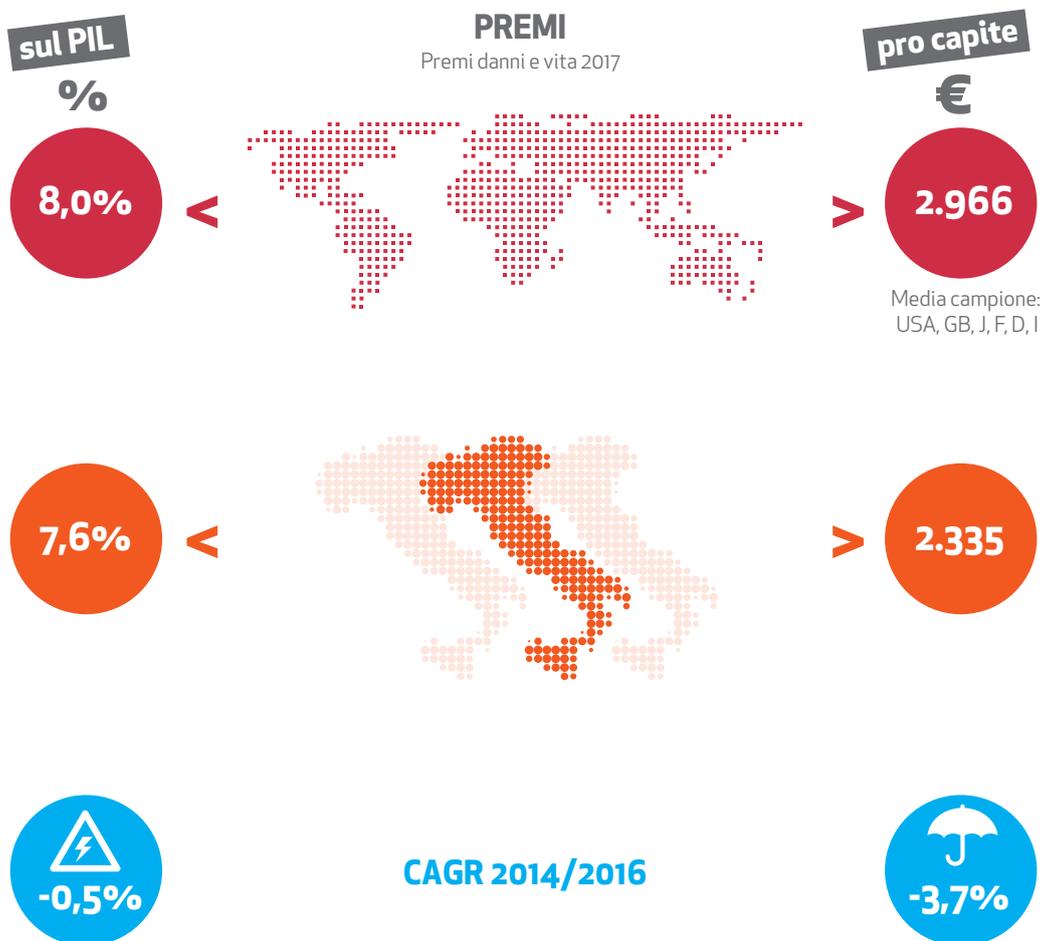


Fonte: Istat, Rilevazione sulle forze lavoro

Le **prospettive per l'economia italiana** sono dunque di moderata ripresa: nei primi mesi del 2017 infatti gli indicatori qualitativi sembrano segnalare la prosecuzione di un recupero a ritmi moderati.

L'EVOLUZIONE DEL MERCATO ASSICURATIVO³

L'Italia risulta al quarto posto in Europa e all'ottavo nel mondo per raccolta premi (3,2% del totale raccolta premi mondo).

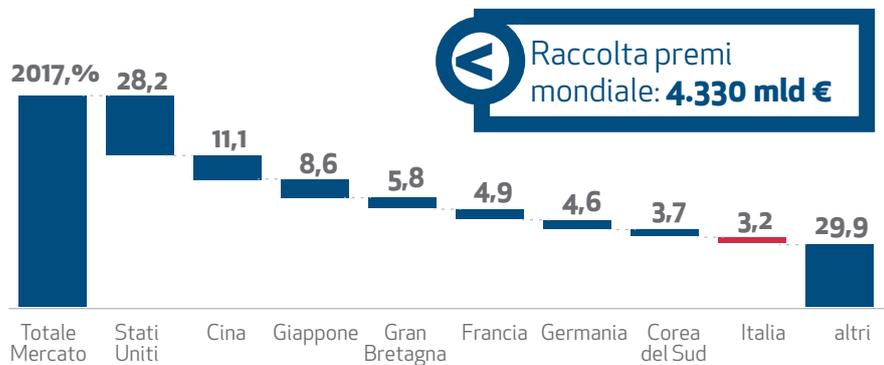


L'Italia continua ad essere un paese sotto assicurato rispetto all'estero, con un mercato interno che in termini di premi fatica a vedere significativi segnali di crescita

³ Fonte: ANIA 2017

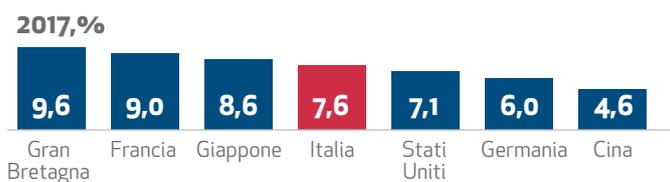
L'incidenza dei premi totali (Vita e Danni) **sul Prodotto Interno Lordo** è **diminuita**, passando dall'8,2% nel 2016 all'7,6% nel 2017. Il dato rispecchia il calo già riscontrato lo scorso anno, nel quale si era registrato un calo dello 0,8%.

Distribuzione raccolta premi mondiali per paese



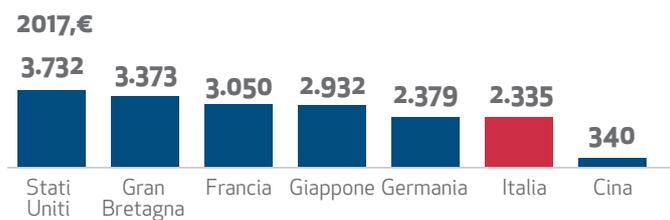
Fonte: ANIA 2017

Premi su PIL (danni e vita)



Fonte: ANIA 2017

Premi pro capite (danni e vita)

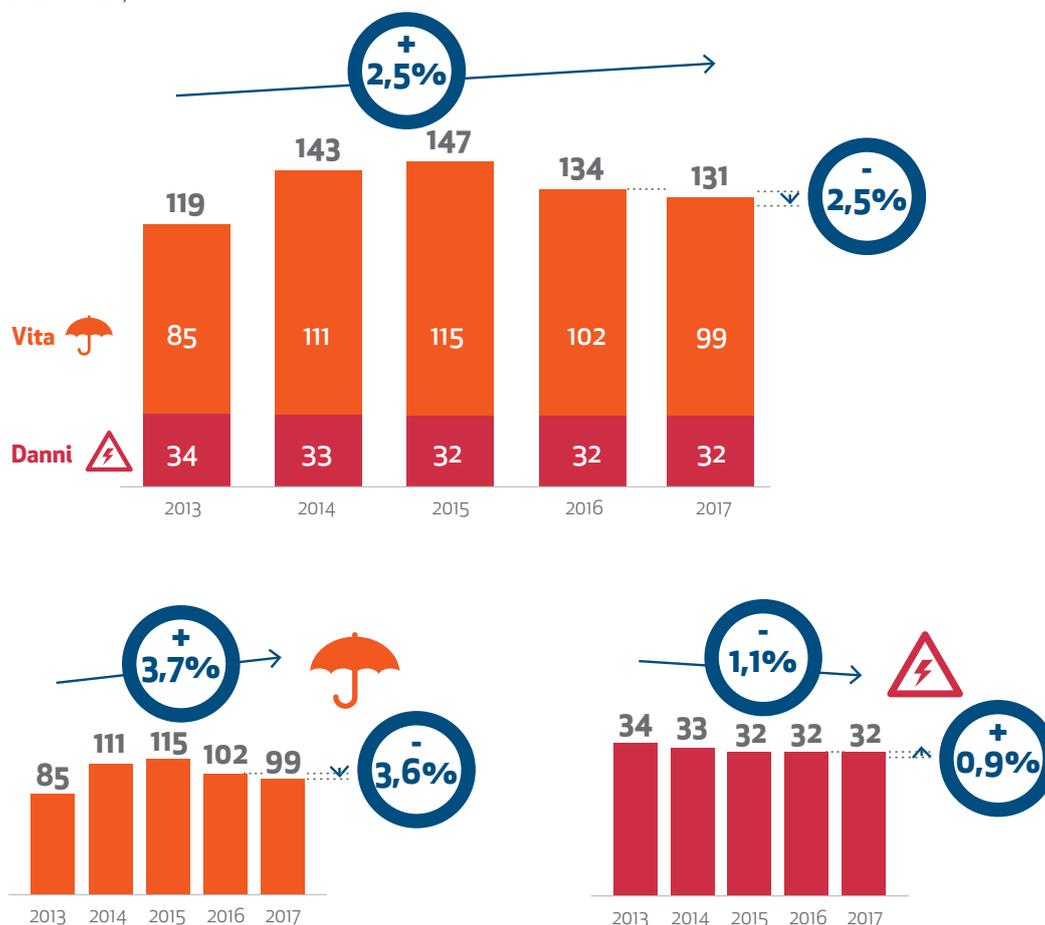


Fonte: ANIA 2017

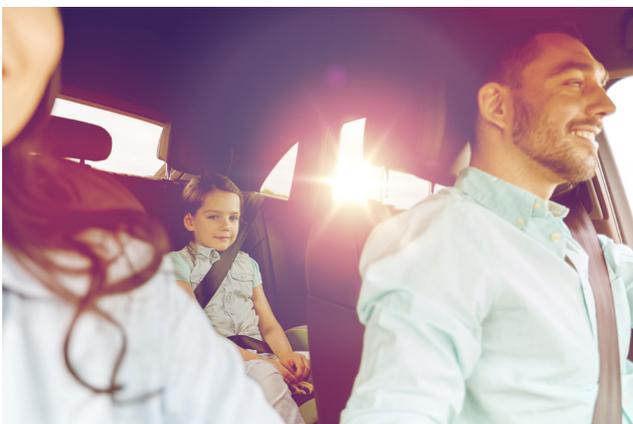
Nel 2017 la raccolta complessiva dei premi delle imprese di assicurazione nazionali e delle rappresentanze per l'Italia di imprese extra europee ha superato i **131 miliardi**. Sebbene si confermi il trend positivo della raccolta premi totale (CAGR 2013-2017: +2,5%), nel **2017** si registra una **flessione anno su anno del 2,5%**.

Raccolta premi danni e vita

Fonte: ANIA 2017

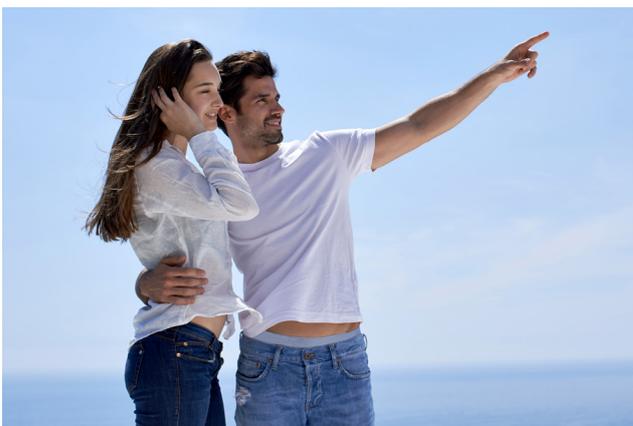


La flessione è da imputarsi principalmente ai dati negativi di raccolta premi Vita (-3,6% rispetto al 2016), comunque non sufficienti a invertire il trend positivo (CAGR 2013-2017: +3,7%). Rimangono, invece, sostanzialmente stabili i dati relativi alla raccolta premi Danni.



Rami danni

Nel **Ramo Responsabilità Civile Auto** il volume della raccolta (circa **13,2 miliardi**, con una variazione negativa sul 2016 del 2,2%) è stato influenzato dalla graduale e generalizzata riduzione delle tariffe che ha determinato una diminuzione dei premi medi per polizza di circa il 1,8%.



Rami vita

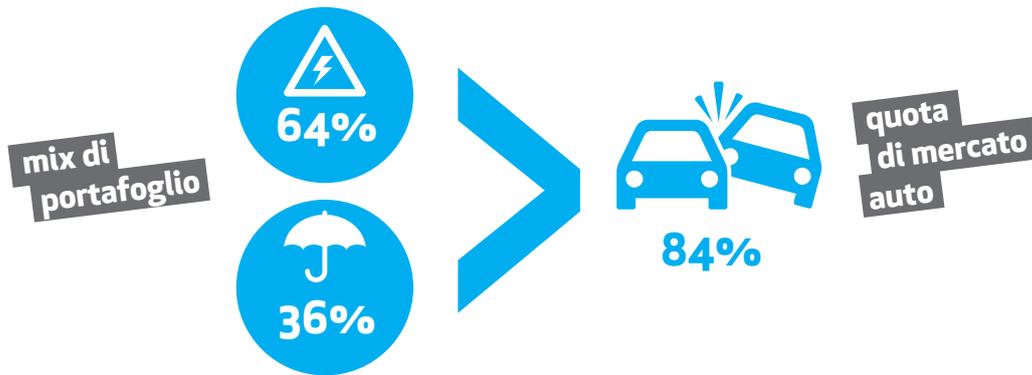
Con riferimento alle sole imprese nazionali e alle rappresentanze di imprese extra europee, nel 2017 la **raccolta premi nel settore Vita è stata pari a circa 99 miliardi** in diminuzione dell'3,6% rispetto al 2016; proseguendo la contrazione mostrata nell'anno precedente.

Considerando l'intero portafoglio, la raccolta premi per il ramo Vita rappresenta il 75,6% (76,2% nel 2016) mentre il settore Danni (32 miliardi) ha aumentato la propria incidenza al 24,4% dal 23,8% registrato nel corso del 2016. Inoltre, il premio medio per abitante (Danni e Vita) in Italia è pari a 2,335 euro, in leggero aumento rispetto allo scorso periodo, ma comunque inferiore a quello registrato negli altri principali paesi industrializzati.

La contrazione del settore Vita nel 2017 è spiegabile in parte dal calo della raccolta nel "Ramo I - Vita Umana" (-14,7% su un Ramo che incide per circa il 64% sull'intero Comparto), nonostante la crescita del "Ramo III - Polizze Linked" (+30,1% rispetto al 2016).

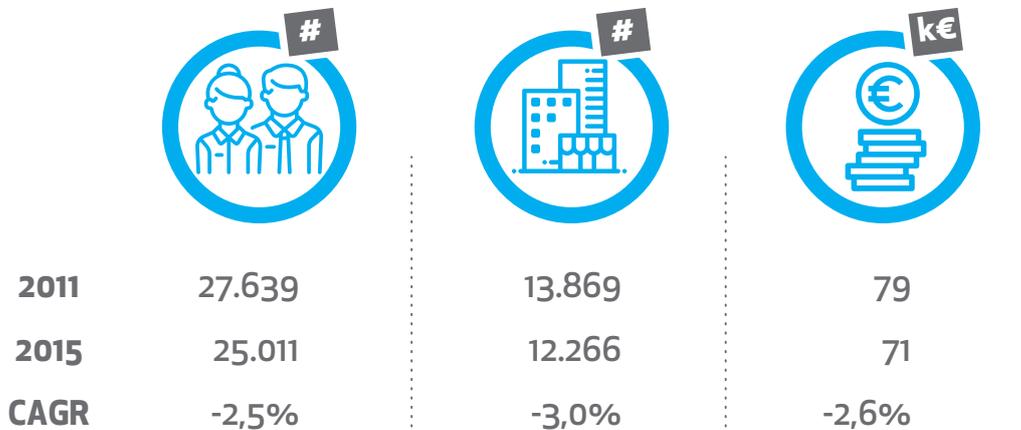
La raccolta dei Rami Danni rimane sostanzialmente stabile, risulta in leggera diminuzione la raccolta relativa al settore Auto (-2,2% su RCA).

La redditività delle agenzie



Le reti agenziali continuano ad essere prevalentemente distributori di prodotti Danni con una significativa vocazione per la super commodity 'Auto'.

Fonte: ANIA 2017 (Elaborazione Ania su dati Imprese Assicuratrici)



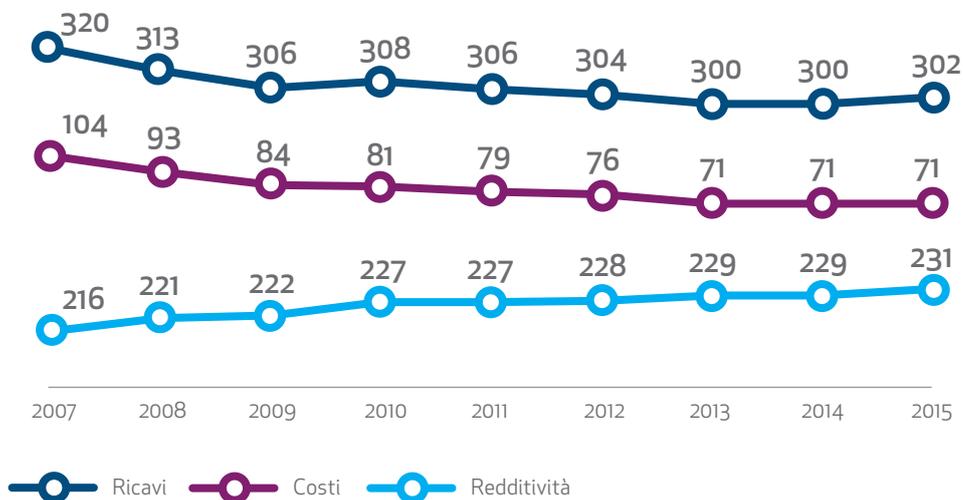
Progressiva diminuzione del numero di agenzie e agenti.

Fonte: ANIA 2016 (dati agenzia media)

La redditività delle agenzie dopo anni di contrazione sembra essersi stabilizzata con ricavi in leggera ripresa e crescita dei costi contenuta. Dall'analisi di 'agenzia media' risulta una redditività di ~20% con un peso non

trascurabile delle componenti positive di reddito 'extra commissionali' (es: Contributi di Compagnia, Rappel, Incentivi, altro).

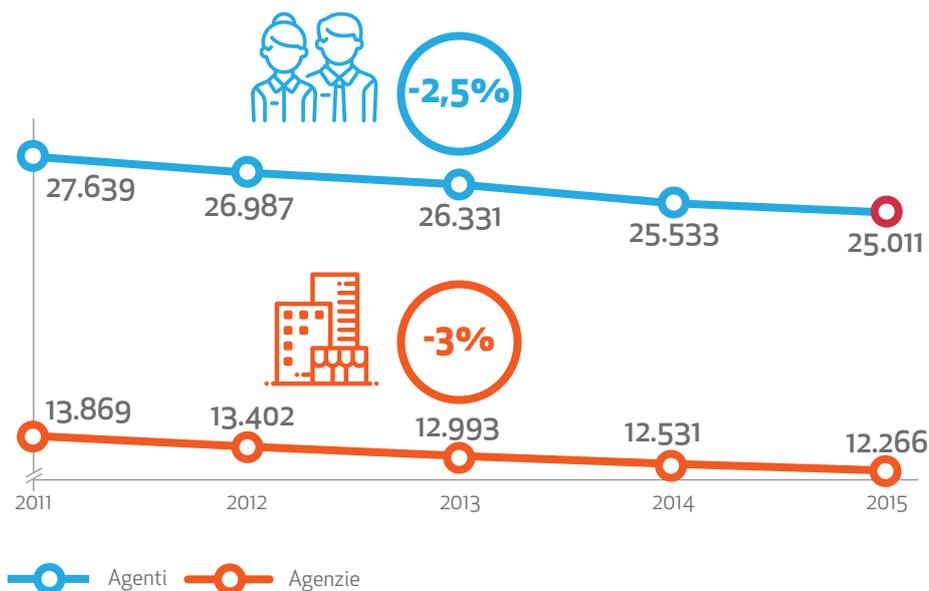
Ricavi, Costi e Reddittività - Serie storica, k euro



Fonte: SCS Consulting e analisi su fonti pubbliche, 2016

Inoltre, per quanto riguarda le dinamiche degli operatori di mercato si conferma il trend di diminuzione del numero di agenti e di agenzie che diminuiscono per il 4 anno consecutivo facendo registrare un CAGR per il periodo 2011 - 2015 di rispettivamente -2,5% e -3%.

Variazione agenti e agenzie - Serie storica



Fonte: SCS Consulting e analisi su fonti pubbliche, 2016



5



LA PERFORMANCE
ECONOMICA

5.1 LA REDDITIVITÀ DELLE ATTIVITÀ

La rendicontazione delle performance economico-finanziarie, oggetto di questo capitolo, consente di identificare il valore intrinseco ed il valore aggiunto creato dalle Assicoop per i propri stakeholder.

Per fornire un quadro completo circa l'entità della performance realizzate nell'anno 2017, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti da un focus sull'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Le Assicoop chiudono il quinquennio 2013-2017 con un risultato economico positivo, nonostante gli incassi in lieve flessione. Il risultato d'esercizio registrato nel 2017 evidenzia una buona capacità di generare redditività, a testimonianza della sostenibilità economica che ha saputo registrare una crescita rispetto all'anno precedente di poco inferiore al 4%.

I PRODOTTI



MOBILITÀ



CASA



PROTEZIONE



LAVORO



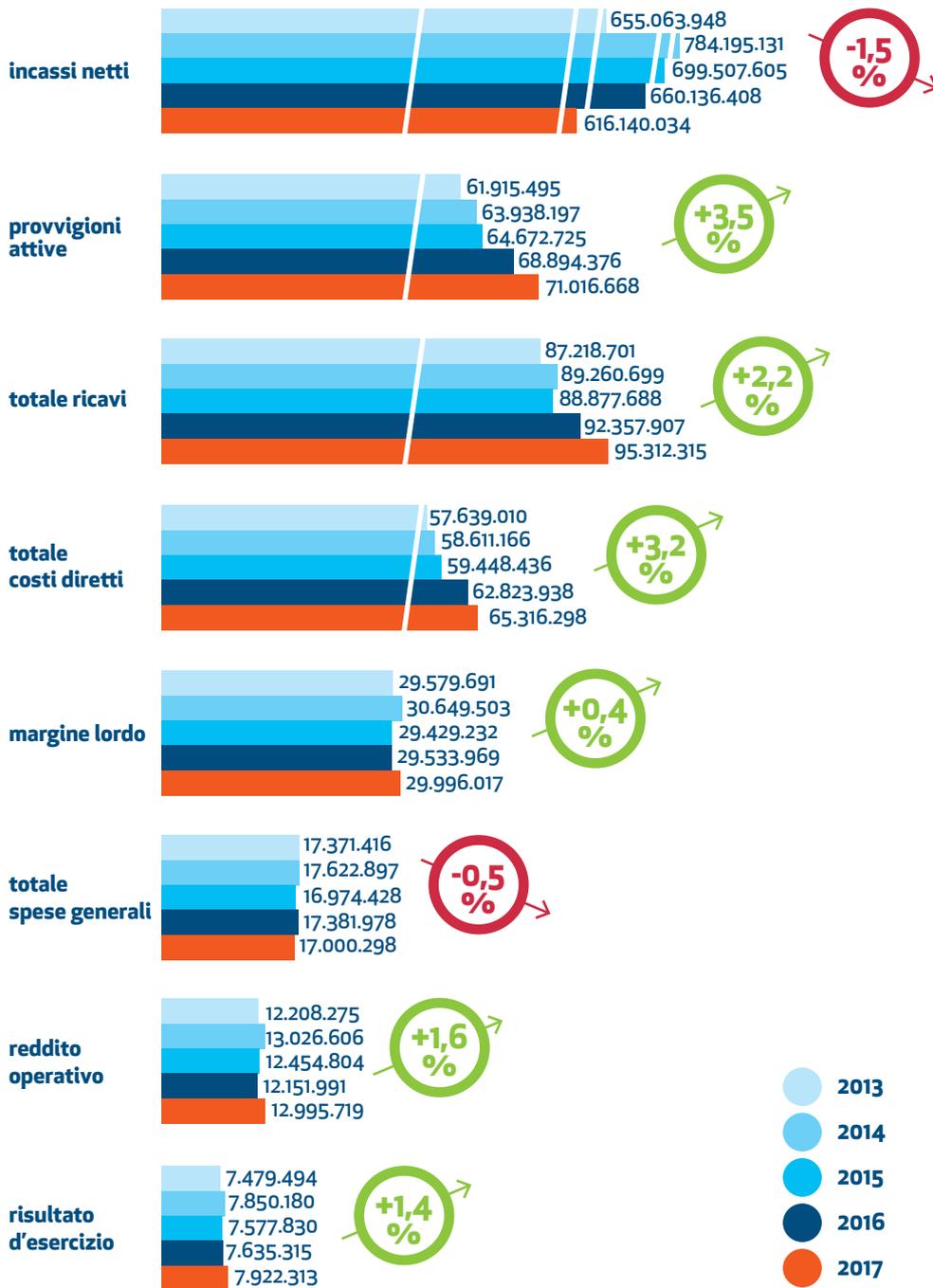
RISPARMIO



“Il ruolo consulenziale delle Assicoop rappresenta una guida per individuare i bisogni del cliente e confezionare un'offerta su misura”

In coerenza con la politica di UnipolSai Assicurazioni, i prodotti offerti vengono studiati e diversificati segmentando il mercato tra Aziende e Persone ed utilizzando una strategia orientata alla ricerca di sinergia tra servizi assicurativi e bancari.

Principali indicatori economici 2013-2017

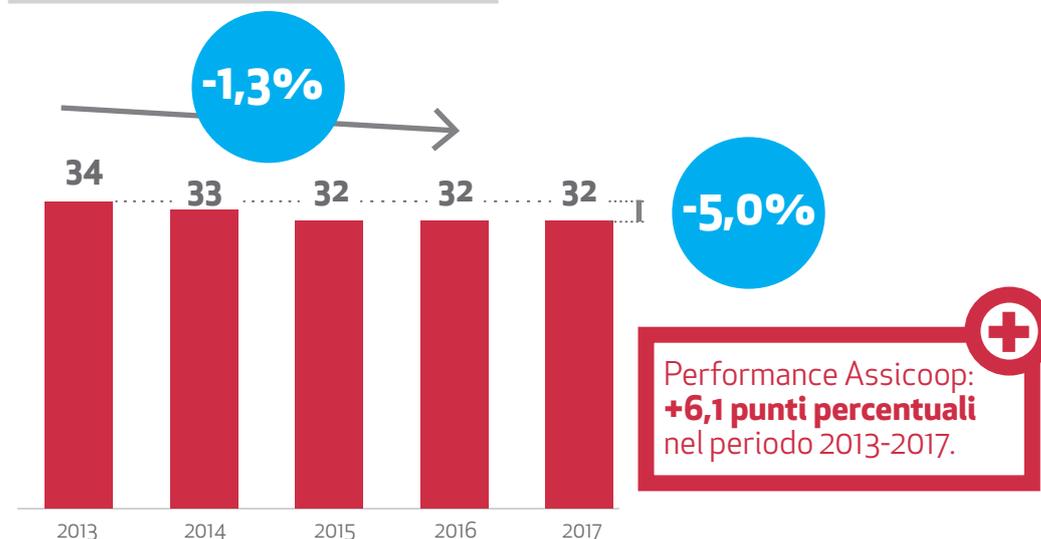


Fonte: bilancio integrato, dati in euro

IL COMPARTO ASSICURATIVO

Anche per quanto riguarda il dato sulla raccolta premi nel quinquennio in esame, le Assicoop hanno avuto una performance migliore rispetto a quella del mercato.

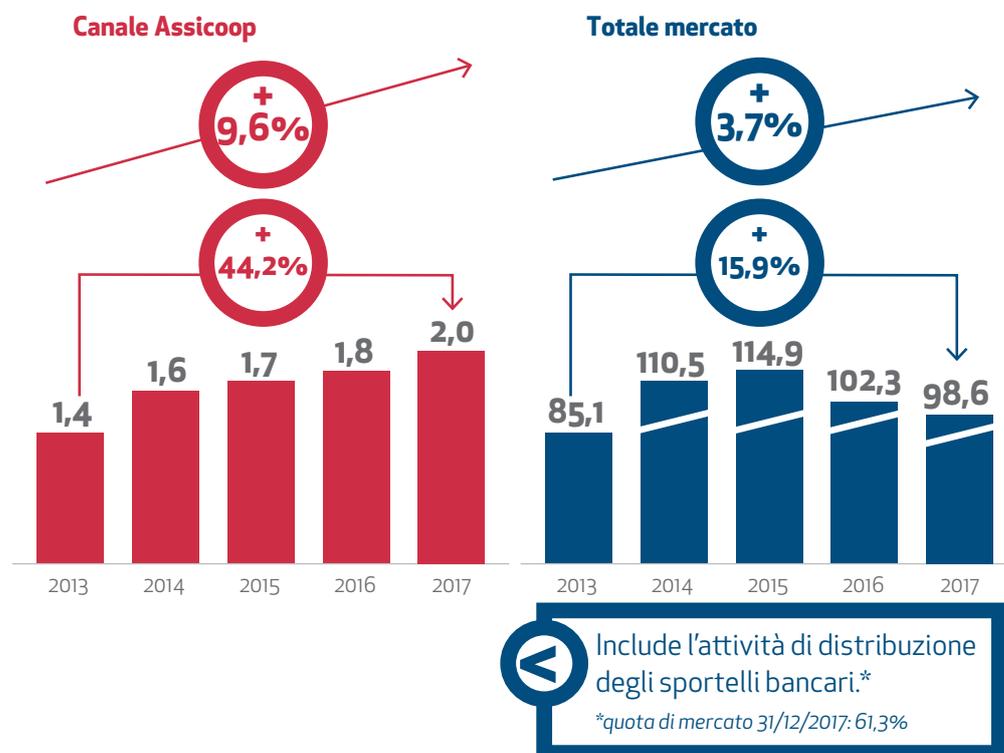
Raccolta premi Danni - Totale mercato nazionale



mld euro - Fonte: ANIA, 2017

La raccolta premi danni realizzata dalle Assicoop nel periodo 2013-2017 ha fatto registrare una variazione percentuale del + 6,1%, a fronte di una variazione percentuale negativa del mercato pari al 5,0% con una flessione media annua del -1,3%.

Stock Vita

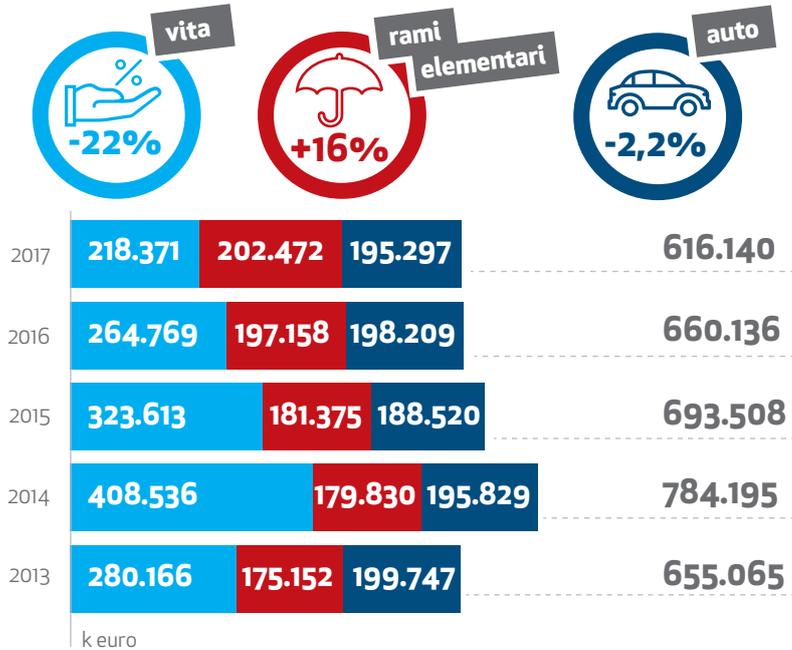


mld euro - Fonte: ANIA, 2017

Fra il 2013 e il 2017 lo Stock Vita di Assicoop è aumentato di oltre il 44%, facendo registrare un tasso di crescita media annua (CAGR) pari al 9,6%, mentre il mercato nazionale nel periodo in analisi ha visto una crescita del 15,9% degli stock ad un tasso di crescita media annua del 3,7%.

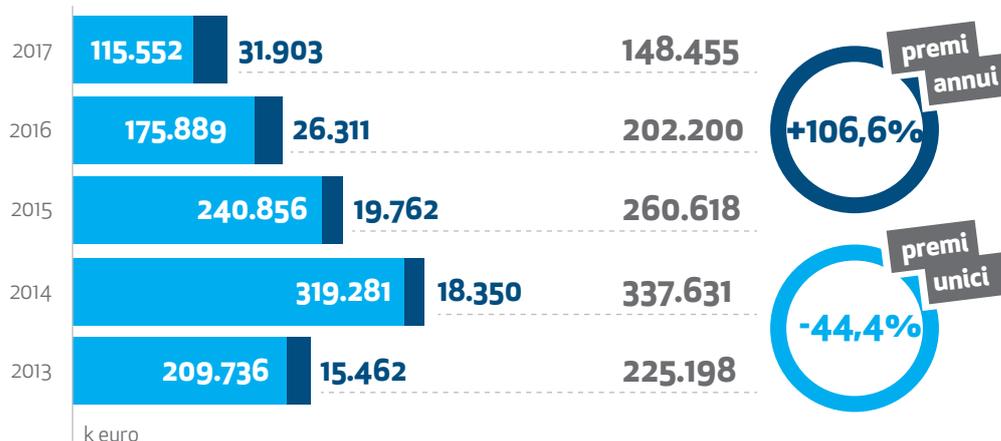
La politica commerciale nel quinquennio in considerazione è stata orientata dall'obiettivo di spostare il baricentro di Assicoop verso un ruolo di "tutela della persona"; e il raggiungimento di tale obiettivo risulta chiaro dall'esame dei risultati commerciali di periodo.

Raccolta premi Assicoop - Auto/Rami elementari/Vita



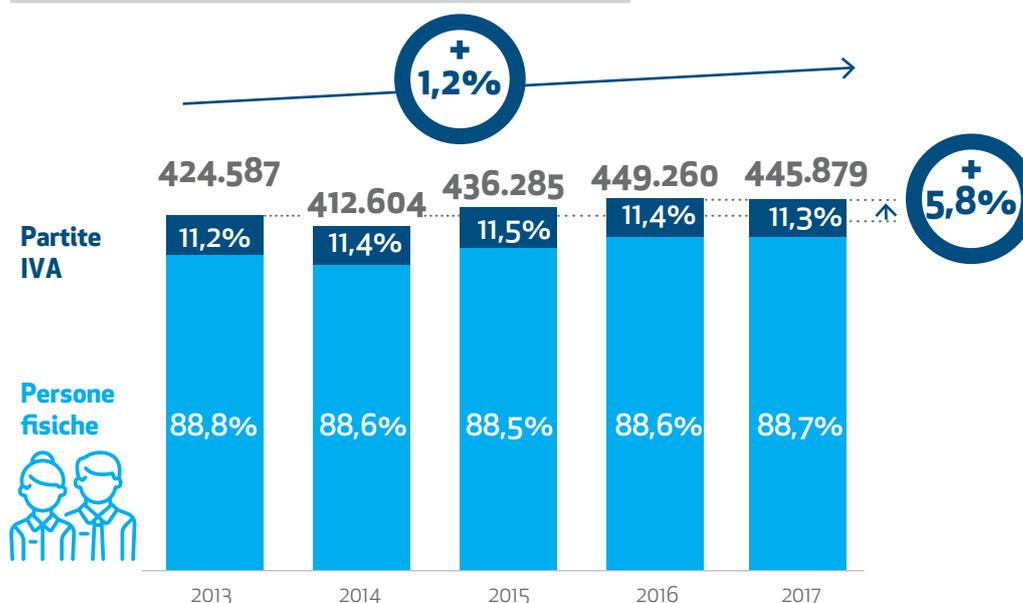
Con riferimento al comparto Danni si è rafforzata l'inversione di pesi nel mix di prodotti mostrata nello scorso periodo: la raccolta Premi **Rami Elementari** nel 2017 è stata superiore in valore assoluto a quella **del ramo Auto**; questo grazie a una variazione percentuale di periodo positiva del 16% nel quinquennio in esame, mentre la raccolta premi Auto nello stesso periodo ha mostrato una lieve flessione (-2,2%). La raccolta Premi Vita mostra invece una significativa contrazione tra il 2013 e il 2017 del 22% per effetto delle mutate politiche commerciali, sempre più orientate all'offerta di prodotti di natura previdenziale rivolti al risparmio e tutela delle persone e delle famiglie.

Nuova produzione Vita Assicoop - Premi annui/Premi unici



Così come all'interno della raccolta premi, anche nell'ambito della nuova produzione Vita il peso dei prodotti di natura previdenziale, di risparmio e tutela per le famiglie è più che raddoppiato nel periodo di riferimento, con un tasso di crescita media annua (CAGR) di oltre il 27%, mentre è diminuito il peso della nuova produzione di prodotti con orientamento finanziario per le imprese e persone fisiche come ad esempio i "premi unici" (-44,4%).

Numero di clienti in portafoglio - Persone fisiche/Partite IVA



I dati relativi al numero clienti in portafoglio evidenziano nel periodo di osservazione 2013 - 2017 una crescita annua media del 1,2% ed una variazione percentuale di periodo del +5,8%.

Il mix Persone Fisiche/Partite IVA⁴ è sostanzialmente stabile, con una percentuale prossima al 90% di clienti persone fisiche.

Indice di Cross Selling - Media totale e suddivisione Persone/Aziende

media	2013	2014	2015	2016	2017
	2,13%	2,05%	2,17%	2,22%	2,22%
	1,96%	1,88%	1,90%	1,92%	1,94%
	3,47%	3,38%	4,29%	4,65%	4,46%

Valori %

⁴ Include le aziende.

Il ruolo di partner per la tutela del rischio ha determinato una buona fidelizzazione della clientela Assicoop: l'indice di cross-selling si è mantenuto stabilmente sopra il 2% nel periodo in esame, facendo inoltre registrare una crescita nel biennio 2016-2017. Analizzando inoltre lo spaccato clienti-persone/clienti-aziende l'indice presenta valori molto elevati presso la clientela aziende, arrivando al valore di 4,46% nel 2017, in leggera flessione rispetto allo scorso anno (4,65%).

Il cross selling sul portafoglio clienti ha contribuito alla tenuta delle Assicoop in una fase di contrazione del mercato, a dimostrazione dell'efficacia commerciale e della capacità di rispondere in modo integrato e personalizzato alle esigenze della clientela.

IL COMPARTO BANCARIO

da un'offerta di prodotti e servizi frutto della peculiare integrazione tra Unipol Banca e UnipolSai Assicurazioni.



Comparto bancario e assicurativo: un'offerta integrata



5.2 IL VALORE CREATO PER IL TERRITORIO

Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata dalle Assicoop nello svolgimento delle attività, come è stata prodotta e in che modo viene distribuita tra le varie categorie di soggetti che, con i loro differenti apporti, hanno concorso a produrla.

Nello specifico, per evidenziare la ripartizione del valore generato complessivamente dalle Assicoop sono stati utilizzati i dati presenti nei bilanci d'esercizio delle singole realtà e si è proceduto all'aggregazione di questi per anno di riferimento.

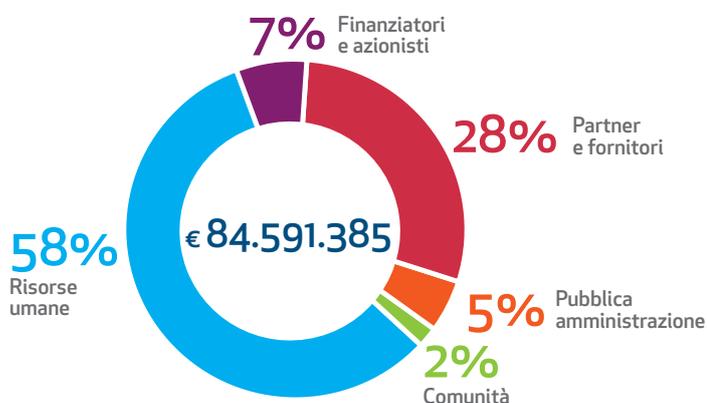
Il calcolo del Valore economico generato e distribuito è stato impostato seguendo la metodologia indicata dalle linee guida contenute negli Standard GRI.

Valore economico diretto generato 2017

Valore economico generato 2017 € 97.850.197



Valore distribuito 2017



Valore trattenuto 2017

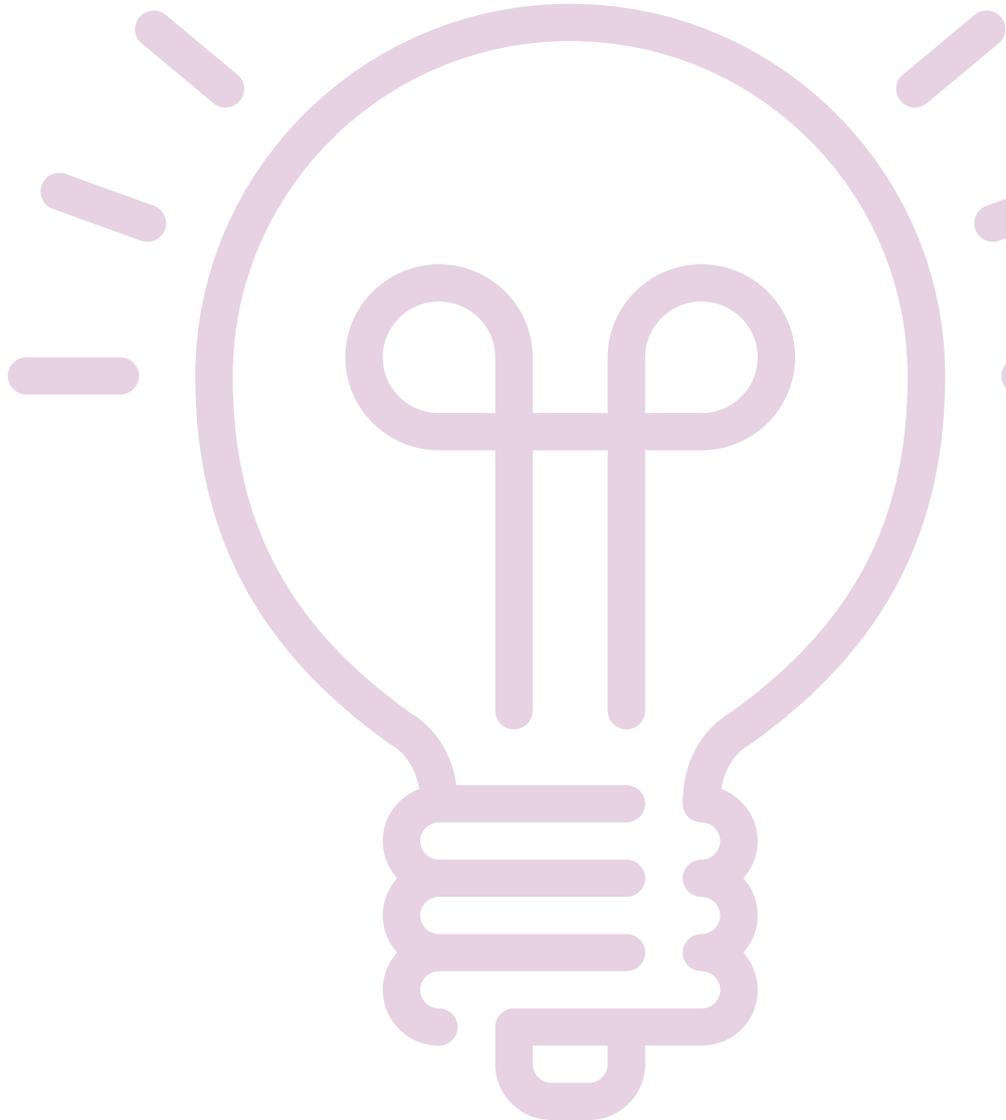
€ 13.258.812

In termini di valore generato la categoria interessata in misura maggiore risulta essere la categoria Risorse Umane⁵ a cui viene distribuito il 58% (circa 49,5 mln) della ricchezza creata. Il 28% è dato ai Partner e fornitori (24,3 mln), e il restante è invece condiviso con i *Finanziatori* e gli *Azionisti* (5,5 mln), il 5% (3,9 mln) con la *Pubblica Amministrazione* e composto in prevalenza dalle imposte d'esercizio. Alla *Comunità* viene distribuito il 2% (1,3 mln) del valore, corrispondente alle erogazioni liberali e alle sponsorizzazioni che le Assicoop condividono sul territorio come supporto anche alle iniziative delle organizzazioni che si dedicano al miglioramento delle condizioni sociali e culturali della nostra società.

⁵ Include i dipendenti e le provvigioni passive pagate ai collaboratori.



6



SOLUZIONI INNOVATIVE
PER LA CLIENTELA

La base del successo e del riconoscimento della professionalità delle Assicoop è la continua ricerca di soluzioni che rispondono all'esigenza di tutela e di cura delle persone. Una ricerca che fa leva su tre fattori di distintività:

- Presidio del territorio;
- Alto livello di specializzazione;
- Consulenza personalizzata.

Accanto a questi, con il processo di "revisione identitaria", si dà spazio a elementi moderni e strumenti innovativi che il "piano Assicoop 2020" mette a sistema, uniformando quanto già avviato negli anni precedenti dalle singole Agenzie.

Il piano Assicoop 2020 ha come obiettivo lo sviluppo della visione Assicoop nel medio e lungo termine; e consta di tre pilastri che a loro volta si compongono di dodici linee strategiche di sviluppo dalle quali muove la strategia dell'Associazione Assicoop:

- Rilancio del segmento retail;
- Consolidamento del segmento corporate;
- Evoluzione della macchina operativa.

Piano Assicoop 2020 - Linee di sviluppo



Aumentare il livello di servizio per i clienti

Introdurre innovazioni nel modello di servizio alla clientela "persone fisiche" per aumentarne la soddisfazione e rafforzare la fidelizzazione.



Definire un prezzo più equo e competitivo per i clienti

Implementare sistemi innovativi di definizione customizzata del prezzo per la clientela per offrire il miglior servizio possibile ad un prezzo equo e competitivo.

In parallelo rispetto all'implementazione del Piano 2020, Assicoop collabora attivamente con UnipolSai per il test e il roll-out di molteplici progetti di innovazione del servizio alla clientela.

Il consistente impegno profuso dalle Agenzie Societarie in termini di innovazione è quindi guidato dalla sua visione del modello di business a tendere e dal modello di servizio alla clientela, e si sviluppa in coerenza con il piano industriale di UnipolSai.

La declinazione delle linee strategiche di intervento prevede tra i principali obiettivi:

- > il **miglioramento della produttività commerciale della rete**,
- > la gestione della leva prezzo e customer satisfaction
- > la **specializzazione della rete vendita**;
- > il **consolidamento delle proprie quote di mercato** e il riposizionamento dell'offerta nel ramo Vita;
- > lo **sviluppo e l'integrazione della componente** di offerta di **prodotti bancari** standardizzati di Unipol Banca;
- > l'acquisizione di una **maggiore autonomia tecnico/assuntiva**;
- > lo **sviluppo nel rapporto con Brokers** presenti o comunque operanti nelle singole realtà;
- > la costituzione di maggiori **sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso la gestione comune di specifici progetti;
- > l'evoluzione della "macchina operativa" per industrializzare attività e processi delle funzioni di supporto e ridurre strutturalmente i costi generali.

È in questo nuovo quadro che il concetto di "innovazione" prende piede. Quale strumento unico e non convenzionale di presenza sul mercato, Assicoop rappresenta di per sé una realtà peculiare e certamente innovativa che ha saputo adattarsi nel tempo. Ma non solo. La valenza innovativa, diventata oggi parte integrante di quei fattori di distintività identificati precedentemente, permette di:

- > mantenere la solidità patrimoniale ed economica necessaria a sostenere gli investimenti che nei prossimi anni dovranno essere effettuati per adeguare il modello distributivo alle evoluzioni che stanno caratterizzando il mercato;
- > generare sinergie di ricavi e costi, incrementando l'efficacia e l'efficienza dell'azione commerciale e delle attività amministrative e gestionali.



Soddisfare i bisogni assicurativi della clientela imprese

Introdurre innovazioni nel modello di servizio alla clientela "aziende" per aumentarne la soddisfazione e rafforzarne la fidelizzazione.



Aumentare l'efficienza dell'organizzazione

Ottimizzare il presidio del territorio, la gestione rete vendita e dei processi amministrativi con finalità di incremento del livello di servizio.

6.1 IL PRESIDIO DEL TERRITORIO

Le linee strategiche adottate dalle Agenzie in ottemperanza alla nuova Vision "Assicoop 2020" rispondono all'obiettivo di rappresentare un **motore di innovazione per il Gruppo**. In particolare, la capacità di coniugare **tradizione ed innovazione** permette di far coesistere il dinamismo di una compagnia assicurativa moderna e la prossimità al territorio, garantita da anni di spirito di servizio alla clientela.

Oggi Assicoop, in quanto attore attivo nella comunità, è una realtà del panorama dell'intermediazione assicurativa italiana che fa **del rapporto diretto con il territorio il suo punto di forza**.

I cambiamenti che interessano quotidianamente la nostra società in termini di nuove esigenze e nuovi stili di vita, ha fatto sì che nel quinquennio 2013-2017 sia proseguito il percorso di **rafforzamento del presidio del territorio**, attraverso la razionalizzazione e il consolidamento della redditività dei punti vendita e tramite acquisizione di nuove risorse commerciali provenienti da Compagnie concorrenti.

Con l'obiettivo di rendere la distribuzione fisica delle agenzie più efficace sono state definite azioni per rafforzare il **modello distributivo** in ottica di **gestione unica** delle Agenzie, mantenendo la **specializzazione delle reti** per formulare soluzioni specifiche per i singoli territori.

La strategia di consolidamento della rete permette di rispondere ai nuovi obiettivi 2020 guardando in particolare all'incremento della produttività e della efficienza aziendale, garantendo **competitività e sostenibilità**. Inoltre, facilita la definizione di **formule imprenditoriali più efficaci** per ogni specifico territorio.

6.2 INNOVAZIONE E QUALITÀ DEL SERVIZIO

In un periodo di cambiamento caratterizzato dall'incertezza, la risposta concreta per affrontare le sfide di ogni giorno è la **capacità di innovare e innovarsi**.

L'attenzione verso i nuovi bisogni delle persone e la necessità di creare risposte originali ed adeguate, rappresentano due variabili importanti per il successo di un servizio di qualità.

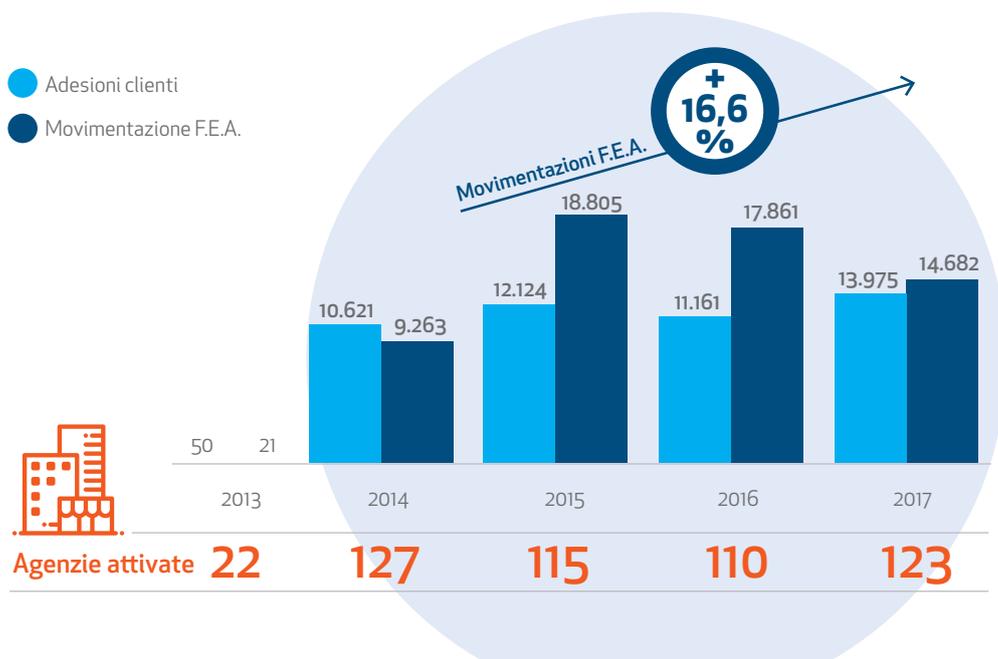
Consapevoli del fatto che il concetto di innovazione è in continua evoluzione e necessita un certo livello di sperimentazione, nell'attuare la nuova Vision 2020, le singole Agenzie hanno avviato una graduale integrazione di elementi moderni nel modello di servizio.

Partendo dalle diverse tipologie di progetti che UnipolSai e le Assicoop hanno portato avanti negli anni, si è cercato di mettere a sistema le varie "sperimentazioni" avvenute sui territori per uniformare l'approccio e gli strumenti a disposizione.

Oltre al rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, è stato realizzato un importante investimento per la **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e amministrativi** mediante l'implementazione di elementi legati alla **multicanalità**.



F.E.A. (Firma Elettronica Avanzata) - Statistiche Associazione Assicoop, 2013-2017

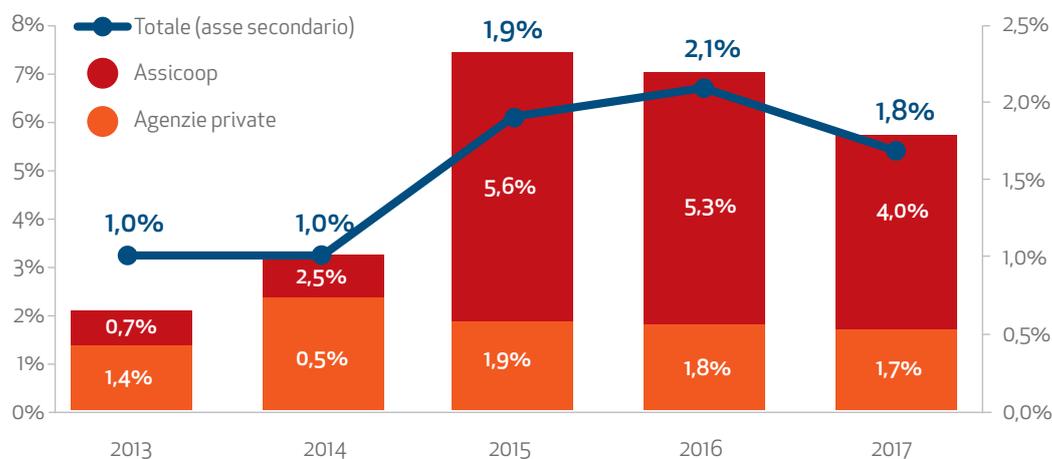


La firma elettronica è stata attivata per 22 agenzie pilota in data 24 ottobre 2013. La sperimentazione è partita di fatto con l'inizio dell'esercizio 2014 ed è stata allargata ad un numero più consistente di agenzie (127 nel 2014, ridotte poi a 115 nel 2015 e 110 nel 2016, aumentate poi a 123 nel 2017). La risposta della rete Assicoop e dei clienti a tale innovazione di servizio è stata positiva come dimostrato dalla dinamica delle movimentazioni F.E.A., in crescita a un tasso annuo del 16,6% fra il 2014 e il 2017.

Anche in relazione alla penetrazione della F.E.A. si osserva una crescita, con tassi sensibilmente superiori di quelli registrati nelle agenzie private: Assicoop nel 2017 ha emesso con F.E.A. il 4% delle polizze (in leggera contrazione rispetto al 2016) contro l'1,7% delle agenzie private e il 1,8% del totale di Compagnia.

49

Tasso di penetrazione F.E.A. - Serie Storica, Assicoop e confronto con agenzie private



In aggiunta, sono state avviate iniziative quali la **vendita in mobilità** (dalla preventivazione all'emissione ed incasso) su un primo pilota di agenzie, con progressiva estensione a tutta la rete prevista nel corso del 2018 unitamente all'estensione all'intera rete agenziale della nuova gestione digitale del **processo di quietanzamento**.



La rete commerciale ha in dotazione
1.125 Pad per firma grafometrica
e **57 ibridi HP** per vendita in mobilità.
aggiornamento 31/10/2017

Nel corso del 2016 ha inoltre preso avvio un percorso finalizzato alla semplificazione della struttura organizzativa Assicoop che ha identificato nella razionalizzazione delle strutture di coordinamento, nella costituzione di Aree Tecniche e di Back Office accentrati, nella creazione di specifiche funzioni aziendali a presidio dei processi di innovazione, leve funzionali ad aumentare l'efficacia e l'efficienza del proprio modello di servizio. Ulteriore elemento innovativo introdotto nel 2016 è costituito dall'avvio di un progetto orientato alla specializzazione della rete di vendita per segmento di clientela, che prevede la costituzione di un nucleo di "Specialist PMI", aventi come obiettivo primario lo sviluppo del business sul mercato aziende non captive attraverso un approccio consulenziale e distintivo.



Nel 2017 risultano selezionati
27 consulenti Business Specialist
con operatività piena prevista nel 2018.

6.3 VICINI A CLIENTI

In riferimento al processo di innovazione organizzativa sono stati attivati diversi cantieri per massimizzare la dimensione di prossimità nei confronti del cliente. In particolare, il recente cantiere sull'**evoluzione del portafoglio clienti** pone le basi per creare un servizio che permetta di formulare soluzioni adeguate alle diverse categorie di clienti retail.

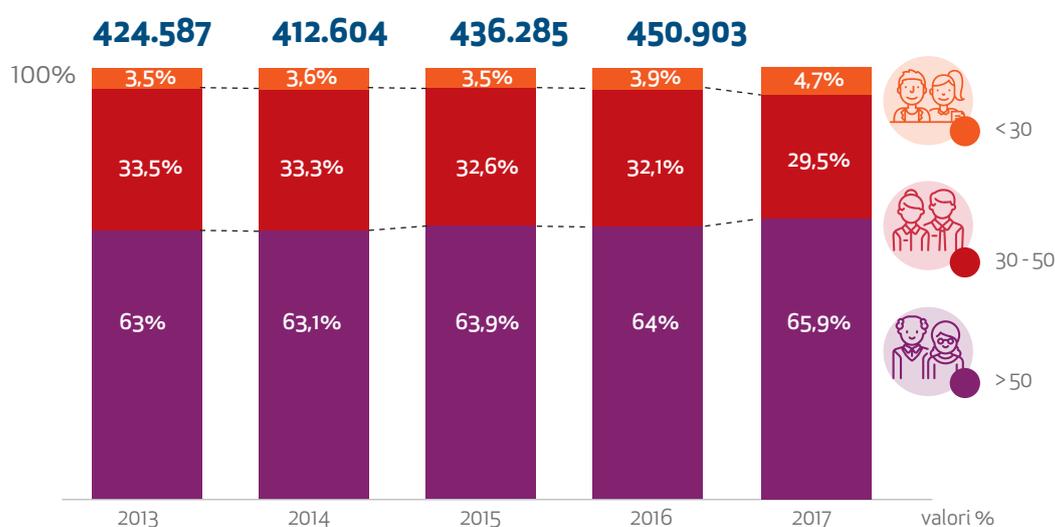
Il cantiere prevede l'individuazione di "archetipi" di clienti basato sui criteri di "attrattività" e "fedeltà". Con la specializzazione della rete distributiva su target di clientela o di prodotto e con la definizione di processi commerciali basati per "archetipo" di cliente, le Agenzie mettono in atto un monitoraggio efficace delle caratteristiche del cliente tipo, delle sue esigenze, e delle sue richieste e assicurano un alto livello di qualità del servizio.

Ciò permette di mantenere fermi la vocazione al cliente e al territorio, e al tempo stesso risponde ad esigenze normative dettate dalla Insurance Distribution Directive (IDD).

Grazie a questa strategia le Assicoop saranno in grado proporre soluzioni personalizzate e flessibili, servizi/prodotti che ben rispondono alle diverse esigenze dei clienti, compreso il cluster giovani che oggi risulta in crescita. Ad oggi, la classificazione per classi d'età della clientela persone fisiche mette in evidenza un peso consistente dei clienti più maturi.

La classe d'età Under 30 rappresenta ancora una bassa percentuale sul portafoglio clienti in termini di numerica. Si evidenzia tuttavia una dinamica in crescita con una ripartizione piuttosto equilibrata fra generi che attesta la presenza maschile al 56% e quella femminile al 44%.

Tipologia della clientela (Persone Fisiche) - Scomposizione per classi d'età



La **specializzazione della rete distributiva su target di clientela o di prodotto** diventa dunque lo strumento per raggiungere maggiori livelli di efficienza e per gestire consapevolmente la leva prezzo e la customer satisfaction.



7



LE PERSONE
LA NOSTRA RISORSA

7.1 LE PERSONE DI ASSICOOP

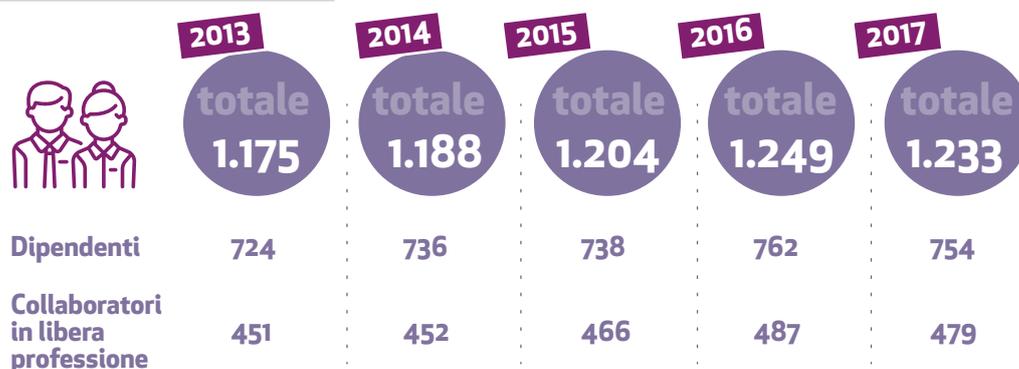
Le persone rappresentano un asset prioritario per le Assicoop ed è grazie ad una politica incentrata sul rispetto, l'equità, la fiducia reciproca e la trasparenza verso i lavoratori delle agenzie e delle subagenzie che è possibile creare sinergie sul territorio.

Le Assicoop hanno fatto dell'investimento sulle persone un punto centrale del proprio percorso di riorganizzazione. Agendo consapevolmente e nel rispetto delle necessità di tutti i dipendenti, l'Associazione ha **valorizzato le competenze e le abilità delle risorse**, ricercando risposte efficaci per le esigenze del ciclo di vita professionale degli individui e, al contempo, per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

A partire infatti dalla definizione di nuove figure e ruoli atti alla gestione del nuovo modello organizzativo, le singole Agenzie Societarie hanno avviato un piano di sviluppo per favorire la formazione generale e specifica, e la continua crescita professionale nei diversi livelli.

Al 31 dicembre 2017 il numero totale delle risorse umane è di 1233 (con una crescita del +5% rispetto al 2013), delle quali 754 sono i dipendenti e 479 i collaboratori in libera professione. In particolare, l'aumento tra il 2015 e il 2016 è riconducibile all'acquisizione dell'Agenzia Fondiaria di Firenze Centro Lucherini & Verdiani.

Totale dipendenti e collaboratori



Suddividendo il personale per livello di inquadramento contrattuale e genere, il numero di impiegati è cresciuto di circa il 4,7% (da 634 persone nel 2013 a 664 nel 2017). Il numero di dirigenti e quadri è sostanzialmente invariato rispetto al 2013.

In particolare, nel 2017, l'insieme del personale Assicoop è composto da **10 dirigenti**, **80 quadri** (60 uomini e 20 donne) e **664 impiegati** (166 uomini e 498 donne). Quanto alla suddivisione per genere, la presenza femminile non ha subito particolari cambiamenti nel quinquennio rendicontato, resta maggiore la percentuale di donne presenti a livello impiegatizio attestandosi intorno al 75%, mentre è assente a livello dirigenziale e pari a circa il 25% a livello quadro.

Complessivamente, nel 2017 le **donne presenti** nelle Assicoop **rappresentano il 69%**.



TOTALI DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO E GENERE NEL 2017



Assicoop BOLOGNA METROPOLITANA



1 dirigente



21 quadri



119 impiegati

Assicoop EMILIA NORD



4 dirigenti



12 quadri



133 impiegati

Assicoop MODENA&FERRARA



1 dirigente



14 quadri



147 impiegati

Assicoop ROMAGNA FUTURA



2 dirigenti



15 quadri



134 impiegati

Assicoop TOSCANA



2 dirigenti



18 quadri



131 impiegati

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti delle agenzie toscane ed emiliano-romagnole per età, più della metà del personale pari al 53% (400 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 43% (326 persone) ha più di 50 anni e il 4% (28 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

Dopo anni caratterizzati da un prioritario impegno nell'accompagnare la crescita delle persone che già erano parte degli organici e per le quali sono state previste azioni mirate per supportarle durante il processo di riorganizzazione, oggi le Agenzie dedicano una crescente attenzione all'inclusione e alla crescita di nuove leve. I giovani sono da sempre considerati una risorsa importante per Assicoop.

Nel 2017 sono state assunte 14 nuove persone delle quali 7 hanno un'età inferiore ai 30 anni, 6 hanno un'età compresa tra i 30 e i 50

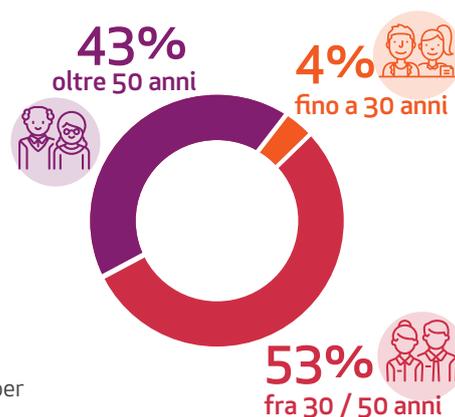
anni, e 1 persona è di età superiore ai 50 anni. Per le Assicoop la valorizzazione delle competenze individuali e il supporto per la crescita professionale dei propri dipendenti sono tematiche di fondamentale interesse che alimentano la consapevolezza e la fiducia riposta nei confronti di un'organizzazione che si innova e vuole innovare.

Le Agenzie supportano il talento e lo sviluppo delle persone attraverso due direttrici di intervento:

- definizione di contratti integrativi e sistemi incentivanti finalizzati a premiare il contributo dei singoli dipendenti per il raggiungimento di obiettivi aziendali;
- organizzazione ed erogazione di corsi di formazione che rispondono da una parte ad obblighi normativi, e dall'altra parte alla necessità di un continuo aggiornamento e rafforzamento di competenze specifiche rispetto all'area di attività.

Per quanto riguarda la salute e la sicurezza del personale, in ogni Assicoop viene garantito il rispetto delle normative sulla Sicurezza del Lavoro, con l'obiettivo di favorire le migliori condizioni di benessere per tutti i propri lavoratori. Argomenti di salute e sicurezza sono anche oggetto di accordi sindacali formalizzati nei contratti, integrativi aziendali, con visite mediche oculistiche e audiometriche garantite ai lavoratori interessati.

Dipendenti per fascia di età



salute e sicurezza

Il rispetto della normativa sulla Sicurezza dei luoghi di lavoro e la tutela della salute delle persone di Assicoop rappresenta una priorità dell'Associazione. Coerentemente con il sistema di regolazione e controllo, ogni Assicoop predispone di un Rappresentante dei lavoratori per la Sicurezza (RLS), il medico competente e un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Sicurezza per la rilevazione dei fattori di rischio dell'attività svolta e l'elaborazione di un piano contenente le misure di sicurezza preventive correttive da applicare per la tutela dei lavoratori, sviluppare programmi di formazione e informazione dei lavoratori (soprattutto video terminalisti) sui rischi specifici dell'attività.

Ogni Contratto Integrativo Aziendale prevede un sistema incentivante per tutti i dipendenti al raggiungimento di determinati risultati aziendali sia commerciali che economici, nonché di obiettivi fissati per singole figure, uffici, agenzie, comparti aziendali. Diversi sono i benefit previsti dalla contrattazione nazionale e da quella aziendale.

Oltre a forme previdenziali e di assistenza sanitaria integrativa, le Assicoop offrono generalmente ai propri dipendenti una polizza infortuni (professionale ed extra professionale), una polizza kasko full time per i dipendenti con mansioni commerciali, una polizza Kasko limitata alle missioni di lavoro per tutti gli altri dipendenti. I dipendenti che usano la propria auto per motivi di lavoro, possono beneficiare di prestiti aziendali per l'acquisto del veicolo. I dipendenti ed i loro familiari possono inoltre accedere a specifiche convenzioni assicurative e bancarie di UnipolSai Assicurazioni e Unipol Banca alle condizioni emanate tempo per tempo. Per quanto riguarda la formazione, il rafforzamento delle competenze interne e la crescita professionale garantisce un servizio efficace e di qualità. Inoltre, favorisce la migliore personalizzazione dell'offerta grazie alla lettura sempre aggiornata del contesto socioeconomico e dei bisogni delle persone.

I dati per il quinquennio 2013-2017 affermano che, nel tempo, oltre alla formazione obbligatoria atta a rispondere ad adempimenti normativi, **Assicoop ha promosso la formazione tecnica-commerciale** riguardante in particolare:

- la formazione per lo sviluppo di competenze tecnologiche, volte a implementare i progetti della Compagnia;
- la formazione della rete vendita per sviluppare e accrescere competenze che rispondano alle nuove esigenze di mercato e al nuovo modello organizzativo, puntando alla promozione di figure che possano offrire servizi di consulenza sempre più personalizzata.



Nel 2017 Assicoop ha dedicato **31.605 ore** per la formazione dei suoi dipendenti.

	2013	2014	2015	2016	2017
totale ore formazione	25.743	21.686	24.955	25.222	31.605
ore formazione obbligatoria	16.030	11.303	14.083	13.339	16.393
ore formazione tecnica commerciale	9.713	10.383	10.872	11.883	15.212

Nel 2017, le ore di formazione ammontano a 31.605 ore di cui 16.393 dedicate alla formazione obbligatoria e 15.212 per la formazione tecnica commerciale. Quest'ultima ha visto un particolare aumento per il quinquennio 2013-2017 pari al 57%, passando da 9.713 ore nel 2013 a 15.212 ore nel 2017.

Infine, accanto alla formazione continua, le Agenzie hanno definito dei contratti integrativi volti a favorire un maggiore coinvolgimento delle persone nel raggiungimento degli obiettivi aziendali.

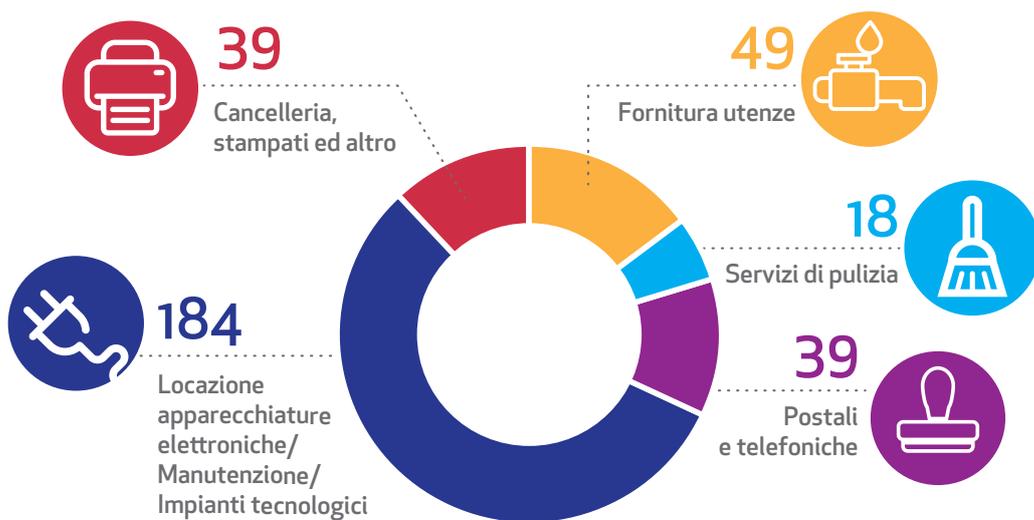
I PARTNER PER LA CREAZIONE DI VALORE

I fornitori supportano quotidianamente le Assicoop nell'erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo.

Nel 2017, Assicoop collabora con oltre 300 fornitori ed enti che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

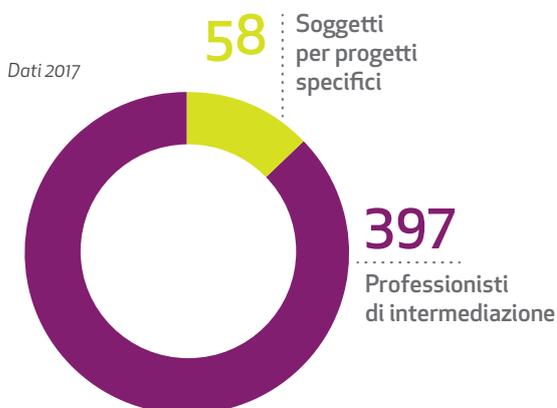
I partner per la creazione di valore

Dati 2017



Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono tutti i broker e coassicuratrici (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale).

Nel 2017 Assicoop ha collaborato con 397 professionisti di intermediazione e 58 soggetti per progetti specifici.





00



COLLABORAZIONE
E SOSTEGNO
PER IL TERRITORIO

8.1 IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO

Caratterizzate dalla funzione sociale alla base del principio mutualistico, e attraverso le attività svolte quotidianamente, le Assicoop generano effetti positivi sul territorio in termini di maggiore protezione per le persone e per le imprese.

Le Agenzie sono inoltre attive sul territorio mediante **il supporto a iniziative locali che mirano allo sviluppo sociale (ed economico) sostenibile delle comunità** in cui operano: non solo i contributi alle associazioni socie, ma anche il sostegno ad enti e associazioni che si dedicano a migliorare le condizioni sociali e culturali della nostra società, gli investimenti nell'arte e nella cultura, fino alla realizzazione di iniziative concrete per il rispetto dell'ambiente.

Il contributo rilasciato sui territori è volto al **miglioramento della vita individuale e sociale dei cittadini**, all'operare per promuovere una migliore distribuzione del benessere e a una capillare diffusione dei valori di coesione, di sicurezza sociale e di importanza della cultura del rischio.

La generazione di benessere crea forti legami tra l'impresa e la società civile creando valore condiviso, e **rafforza la sinergia tra competitività aziendale e benessere** per la comunità e per il sistema economico e sociale nel quale le Assicoop operano.

Assicoop sostiene attivamente numerosi progetti ed interventi che fanno riferimento a quattro importanti aree:

- > cultura e patrimonio artistico;
- > generazioni future (sport e entertainment);
- > ricerca scientifica;
- > utilità sociale (solidarietà).

In particolare, **il sostegno alla cultura è interpretato come strumento fondamentale per la crescita sociale e civile della comunità**, nonché essenziale per il suo sviluppo economico. Il sostegno di attività come la promozione di iniziative di divulgazione artistico-culturale, visite guidate a mostre e sensibilizzazione nei confronti del patrimonio storico consente di favorirne l'accessibilità a un pubblico sempre più vasto e di ogni fascia di età.

Il ruolo sociale di Assicoop è incorporato nel proprio core business e anche laddove sponsorizza eventi locali, l'attenzione è sempre rivolta alla società nella quale agisce. Si preserva e si valorizza il patrimonio, sia esso culturale o ambientale, e in collaborazione con partner ed istituzioni promuove e supporta diversi progetti che coinvolgono direttamente le comunità locali.

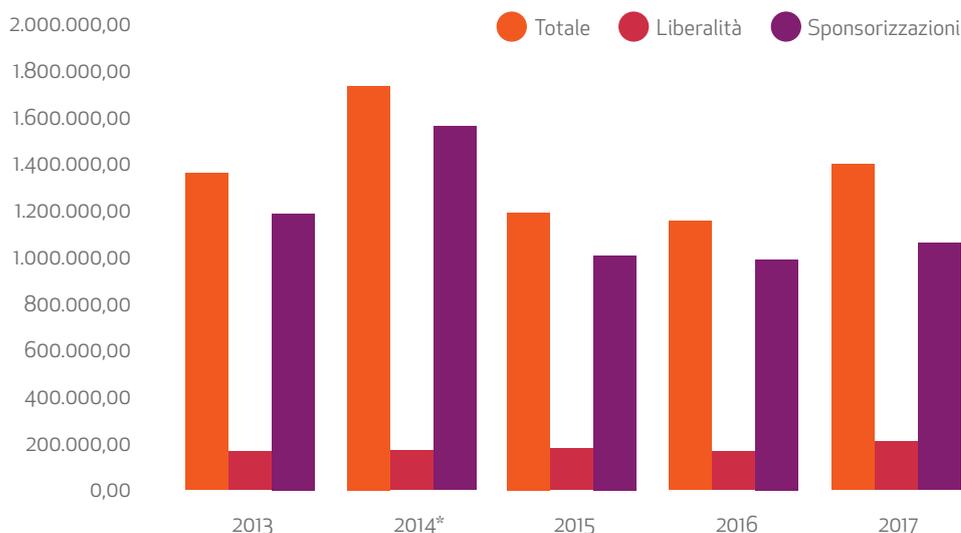
Per quanto riguarda le attività di sponsorizzazione (intendendo per tali tutte le iniziative tese alla diffusione ed alla valorizzazione del marchio Assicoop ed UnipolSai) è possibile considerare due principali tipologie:

- > Accordi di carattere generale presi con le organizzazioni socie, partner commerciali e associazioni appartenenti al mondo dell'associazionismo;
- > Presenza del marchio in eventi specifici e valutati meritevoli di accoglimento per rilevanza per il territorio.



Per Assicoop il sostegno alla comunità è un elemento importante per la realizzazione di un'attività imprenditoriale che garantisca efficienza e sviluppo.

Contributi al territorio



*L'aumento delle sponsorizzazioni per il 2014 deriva dalla celebrazione del cinquantennio di attività di Assicoop Emilia Nord e Assicoop Romagna Futura.

Infine, il sostegno alla solidarietà e ai progetti di utilità sociale comprende i contributi erogati a favore di diverse organizzazioni del Terzo Settore per progetti volti a migliorare il benessere della società in tutti i suoi aspetti. Un'attenzione particolare è posta alle realtà che si prefiggono di sensibilizzare la comunità su tematiche quali la salute delle persone.

Tra queste iniziative rientrano anche il sostegno alla ricerca, soprattutto medico-scientifica, l'impegno per la legalità, l'attenzione verso la popolazione anziana, l'assistenza e la disabilità. Tra le organizzazioni che vedono Assicoop come donatore attivo pluriennale si ritrovano, tra le altre, ASEOP (Associazione sostegno ematologia oncologica pediatrica Onlus) e ADMO (Associazione donatori midollo osseo), IOR (Istituto oncologico romagnolo), associazioni che si occupano rispettivamente dell'assistenza nel settore dell'ematologia oncologica pediatrica e della donazione del midollo osseo.



99



L'ATTENZIONE
ALL'AMBIENTE

9.1 GLI IMPATTI AMBIENTALI

Considerato il perimetro di azione, Assicoop ha un limitato impatto sull'ambiente in quanto la catena del valore include attività di tipo commerciale, finanziario e amministrativo. L'Associazione è tuttavia consapevole del contributo che può apportare alla riduzione degli impatti ambientali.

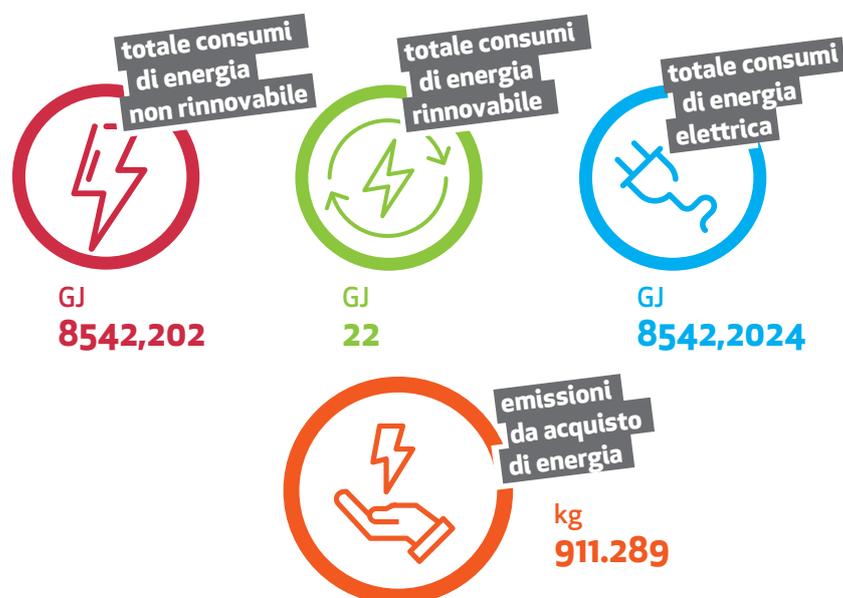
Guardando oltre il 2017, l'impegno è di definire iniziative che permettano di sensibilizzare maggiormente la popolazione aziendale ad un uso responsabile delle risorse assieme ad azioni mirate per assicurare un trend di riduzione e contenimento dei consumi, comprese soluzioni per la mobilità dei propri collaboratori e dipendenti.

Di seguito sono riportati i principali consumi per il solo anno 2017 e riguardanti principalmente la produzione di rifiuti specifici come toner e carta, e il consumo delle risorse energetiche per le principali sedi e filiali presenti sul territorio, che però dipendono anche dalle caratteristiche strutturali degli stabili che ospitano le sedi.

Principali rifiuti prodotti



Consumo di energia ⁶



⁶ Per i fattori di emissione si è fatto riferimento allo strumento "GHG Protocol tool for stationary combustion" (Version 4.7, World Resources Institute - WRI, 2015), messo a disposizione dal GHG Protocol. Per il calcolo dei GJ di energia consumata da kWh si è fatto riferimento all'unità di conversione fornita dall'International Energy Agency.

SEZIONE II
Le Assicoop



2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ



2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ

Il presente documento si inserisce all'interno della nuova edizione del Bilancio di Sostenibilità. Ai fini di fornire una fotografia aggiornata delle attività svolte sui territori dalle singole Agenzie, di seguito sono fornite informazioni sulle principali tappe storiche, sulle performance economiche e sulle iniziative realizzate sul territorio da parte di Assicoop Bologna Metropolitana.

Attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti nel quinquennio 2013-2017, saranno forniti i principali elementi che caratterizzano l'approccio alla sostenibilità di Assicoop. Per una visione complessiva delle strategie ed azioni intraprese dall'Associazione si rimanda alla Sezione generale del Bilancio di Sostenibilità.

IDENTITÀ E STORIA

DAGLI ANNI '70 AGLI ANNI '80...

Il 20 luglio 1970, su iniziativa di Federcoop Bologna, nasce "Assicoop – Società a responsabilità limitata", con gli obiettivi di garantire l'attività assicurativa diretta alle cooperative e ampliare il mercato al di fuori del mondo cooperativo, soprattutto per il canale Grandi Clienti.

Assicoop Bologna cresce, vengono aperte nuove agenzie e aumentano i dipendenti in relazione a nuove acquisizioni di clienti.

Negli anni '80 viene ripensata la struttura organizzativa: il territorio è raggruppato per zone, viene introdotta la figura del responsabile, si individua nelle agenzie di provincia un portafoglio Grandi Clienti e ci si specializza in particolare nel rapporto con enti pubblici, aziende del terziario e industriali. Sul finire degli anni '80 si investe sulla rete di vendita, specializzandosi nel retail.

Nell'aprile 1984 da uno scorporo di portafoglio da Assicoop Bologna nasce a Imola Asscooper come agenzia Unipol. Asscooper, come consorzio cooperativo, nacque su iniziativa della Federcoop imolese e alla sua costituzione parteciparono tutte le maggiori cooperative di zona.

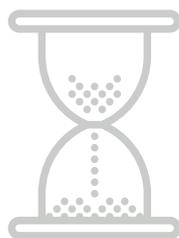
DAGLI ANNI '90 AI PRIMI ANNI 2000...

Una nuova riorganizzazione caratterizza le Agenzie nei primi anni 90, che ha come risultato l'introduzione del sistema delle subagenzie gestite da personale non dipendente. Contestualmente, nel 1999, nasce Assicoop Imola S.p.A. per iniziativa di Asscooper e di UnipolSai Assicurazioni S.p.A. (allora Unipol Assicurazioni). Mentre la base sociale dell'agenzia di Imola si allarga con l'ingresso di nuovi soci (Cisocc, CNA, Nuova Agricoltura e UIL), nel 2004 Assicoop Bologna viene trasformata in S.p.A.

UNO SGUARDO VERSO GLI ORIZZONTI FUTURI...

Tra il 2010 e il 2012 Assicoop Imola riorganizza la gestione dei punti vendita sotto molteplici aspetti: gestione in appalto, affidamento dell'attività commerciale a subagenti/produttori, supporto gestionale. Il processo prevede anche l'incorporazione di una delle due agenzie ex Aurora presenti sul territorio imolese.

Nel corso del 2017 si avvia il processo di unificazione tra le Assicoop di Bologna e Imola che culmina il 1° luglio con la nascita di Assicoop Bologna Metropolitana, aumentando i punti vendita e i servizi offerti al cliente.



ASSICOOP 2020

È il progetto di sperimentazione e introduzione di **strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle **sfide emergenti** e con esse ai **nuovi bisogni** dei clienti. Le Assicoop si impegnano, singolarmente e in gruppo, alla realizzazione di azioni definite nel piano Assicoop 2020 per rispondere principalmente agli obiettivi di:

- > **costituire sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso progetti di accorpamento di realtà contigue e creazione di funzioni centralizzate per la diffusione dell'innovazione tecnologica;
- > **migliorare la produttività commerciale della rete vendita**, compresa anche la sua specializzazione.

Le Agenzie Societarie hanno avviato il **rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, dell'area tecnica e di back office**. Inoltre, è stata promossa la **formazione** dei propri dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali. È stata creata una funzione innovazione, trasversale alle Assicoop, sono state attivate iniziative quali la **vendita in mobilità** e avviato un processo di **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e gestionali** mediante l'implementazione di elementi legati alla multicanalità. Nel 2017 è stato introdotto l'ampliamento delle reti specialistiche attraverso la costituzione di una **struttura di consulenti dedicata al segmento di clientela "PMI"**, orientati nell'offerta di servizi consulenziali di Risk Assessment e approcci di pricing personalizzati, derivanti dall'esperienza sulla clientela corporate.



GOVERNANCE

LE CARICHE SOCIALI

Presidente Domenico Olivieri
Vicepresidente Tiziano Tassoni
Amministratore Delegato Carlo Pareschi
Consiglieri di Amministrazione Claudio Belletti, Gian Paolo Berardi, Marco Bergami, Dianella Capelletti, Giuseppe Carfi, Paolo Cavini, Lorenzo Cottignoli, Luca Grosso, Paolo Mongardi, Mario Vidale
Collegio Sindacale Franco Mariani (Presidente), Giovanni Battista Graziosi (Sindaco effettivo), Rita Linzarini (Sindaco effettivo)

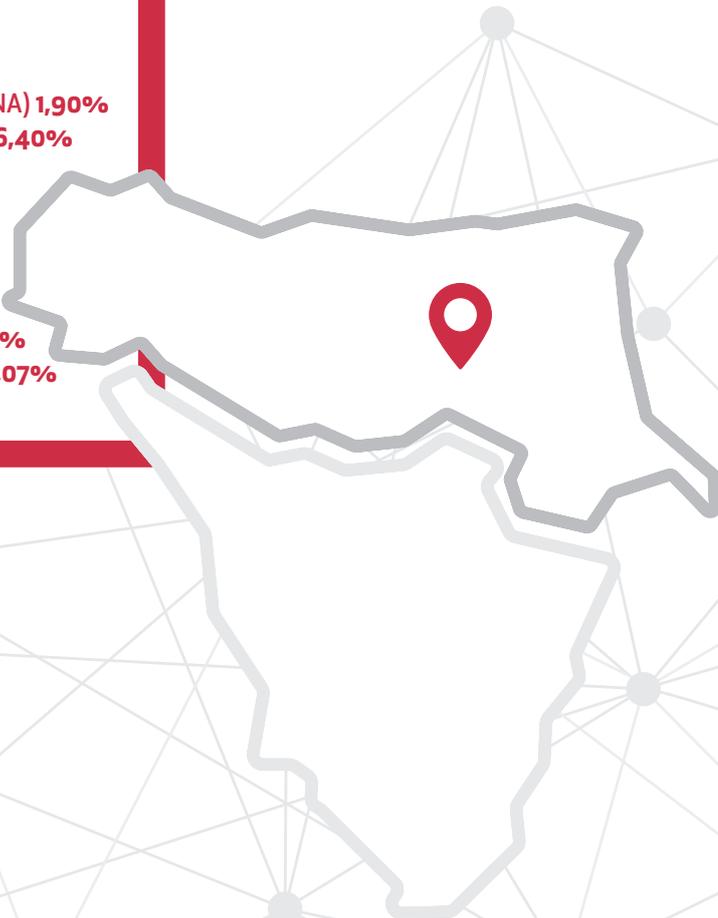
COMPAGINE SOCIALE

Fanno parte della compagine sociale di Assicoop Bologna Metropolitana, direttamente o attraverso società derivate, oltre al Gruppo Unipol, i tre maggiori sindacati dei lavoratori dipendenti, le associazioni di rappresentanza delle professioni e del lavoro autonomo, la Lega delle Cooperative di Bologna e di Imola e la Cooperativa edificatrice Ansaloni.

Struttura dell'azionariato - Quote detenute da ciascun azionista

BOLOGNA METROPOLITANA

UnipolSai Finance SpA	49,19%
Pegaso Finanziaria SpA	13,02%
Assicooper Cons. Coop. arl	14,36%
Parfinco SpA (Legacoop)	16,98%
GSA Gruppo Società Artigianato Srl (CNA)	1,90%
Coop Edificatrice Ansaloni Soc. Coop.	16,40%
Cicoss Scarl	0,75%
CNA Scarl	0,75%
CIA Conf. Italiana Agricoltori	0,70%
Ergon Srl (CGIL)	0,70%
Venere Srl (UIL)	0,10%
Ces. Conf. 1 Srl (CONFESERCENTI)	0,07%
SCS Società Centro Servizi Srl (CISL)	0,07%
CISL	0,01%

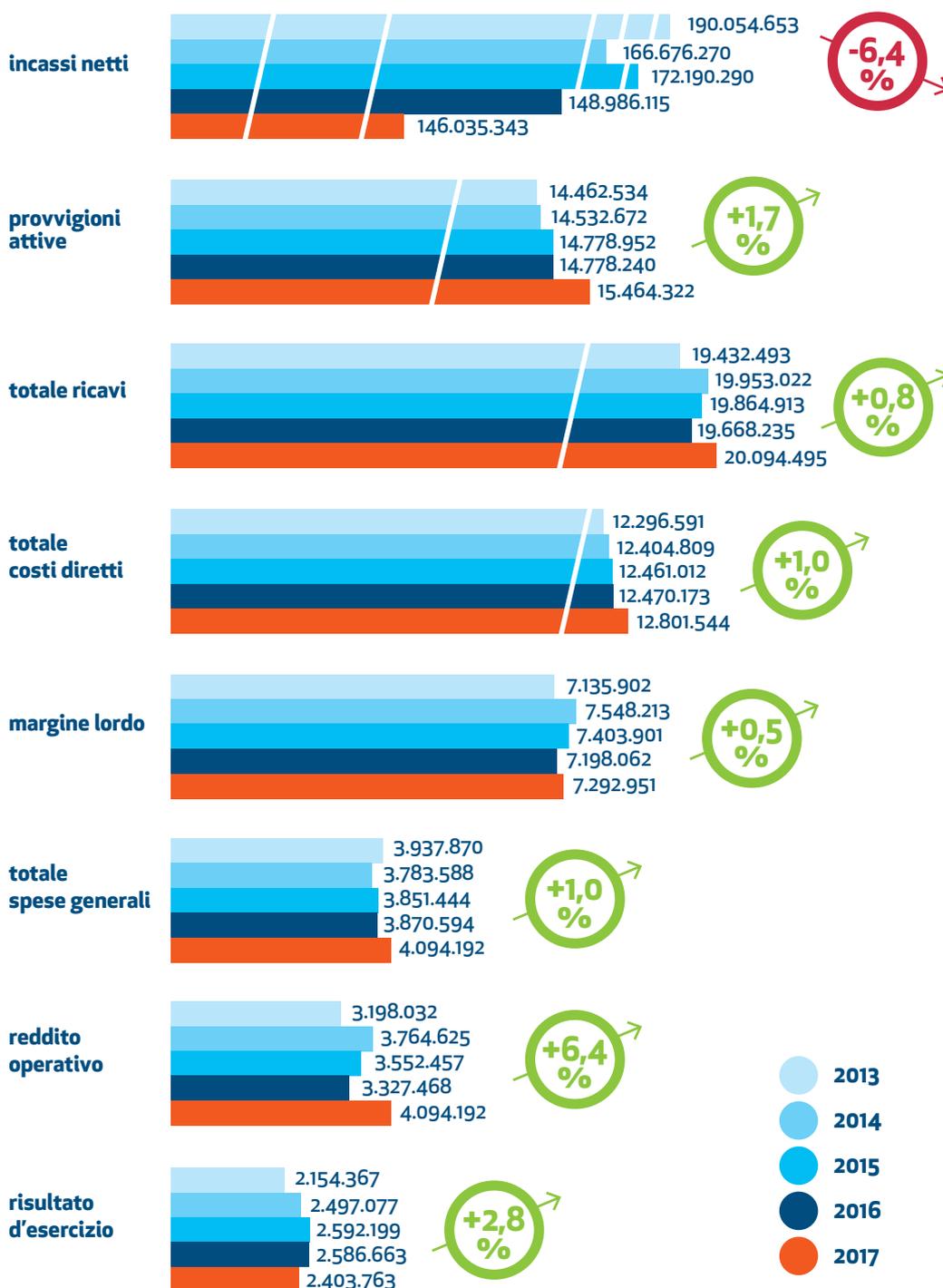




PERFORMANCE ECONOMICA

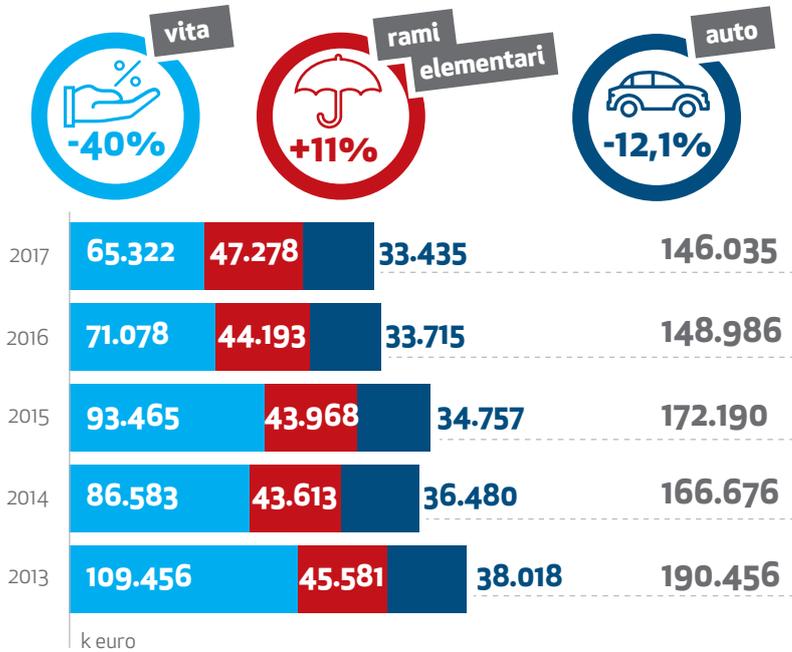
Per fornire un quadro completo circa l'entità delle performance realizzate da Assicoop Bologna Metropolitana per il quinquennio di riferimento, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti da un'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Principali indicatori economici 2013-2017



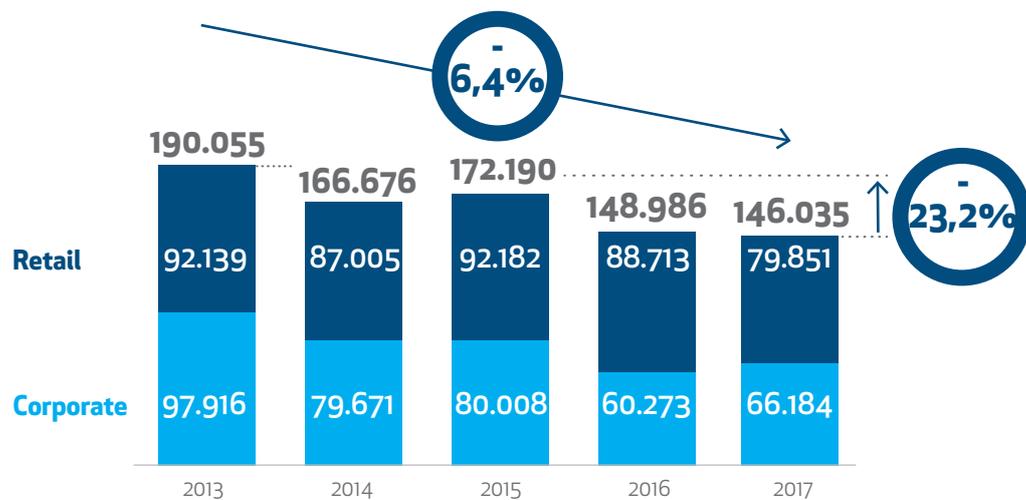
Il risultato d'esercizio del 2017 evidenzia per Assicoop Bologna Metropolitana una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business.

Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana - Auto/Rami elementari/Vita



Con riferimento al comparto Danni, nel mix di raccolta premi di periodo, si osserva un progressivo calo del peso del segmento Auto in contrazione del 12,1%, positivamente bilanciato dai Rami elementari in crescita dell'11%. La raccolta premi Vita mostra, tra il 2013 e il 2017, una contrazione del 40% per effetto delle mutate politiche commerciali della Compagnia, sempre più orientate all'offerta di prodotti di natura previdenziale rivolti al risparmio e tutela delle persone e delle famiglie.

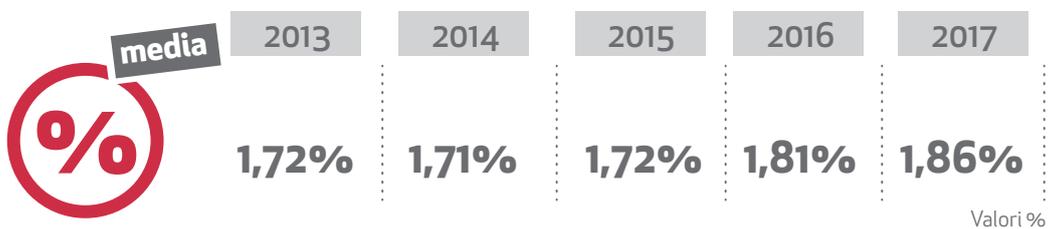
Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana - Corporate/retail



Nel quinquennio 2013-2017 Assicoop Bologna Metropolitana mostra una contrazione di oltre il 23% nella raccolta premi complessiva (Danni e Vita), generata dalla minore raccolta nel ramo Vita. Tale risultato, conseguenza delle mutate politiche commerciali della Compagnia in questo comparto, risulta essere particolarmente accentuato nel Corporate.

Grande attenzione ha posto Assicoop Bologna Metropolitana nel cercare di consolidare il rapporto con la propria clientela, esercitando un ruolo di partner per la tutela del rischio. L'indice di Cross Selling, che si posiziona su livelli di assoluta eccellenza nel mercato italiano, evidenzia i risultati conseguiti nel livello di fidelizzazione dei clienti.

Indice di Cross selling

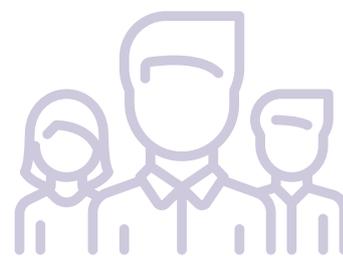


IL COMPARTO BANCARIO

In relazione all'attività bancaria il modello commerciale è caratterizzato da un'offerta di prodotti e servizi frutto della peculiare integrazione tra Unipol Banca e Unipol Assicurazioni e dall'elevato valore sociale.

Il comparto bancario





LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

LE PERSONE DI ASSICOOP

Per Assicoop Bologna Metropolitana è molto importante investire sulle proprie risorse umane, personale dipendente e rete indiretta di vendita (subagenti, produttori e promotori), cercando di tutelare la stabilità occupazionale nel percorso che ha portato nel luglio 2017 alla fusione tra le Assicoop di Bologna ed Imola.

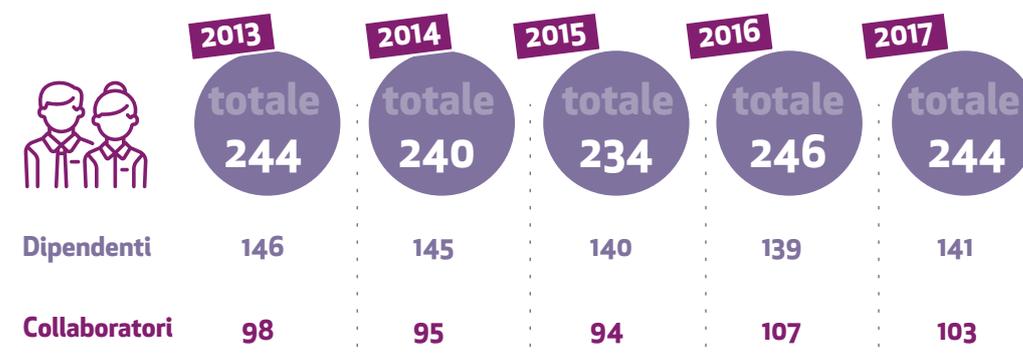
La trattazione dettagliata circa le caratteristiche relative alle risorse umane di Assicoop Bologna Metropolitana si articola nella presentazione aggregata dei dati relativi alle sedi di Imola e di Bologna.

Nel 2017 le persone impiegate nella nuova Assicoop Bologna Metropolitana sono state complessivamente **244**, di cui **141 dipendenti** (33 uomini e 108 donne) e **103 collaboratori**. La composizione delle risorse umane è rimasta complessivamente invariata nel tempo e, nello specifico rispetto al 2016, si è registrata una variazione dimensionale positiva dell'1% dei dipendenti e un decremento del 4% dei collaboratori (4 persone).

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2017



Andamento delle risorse umane 2013 - 2017



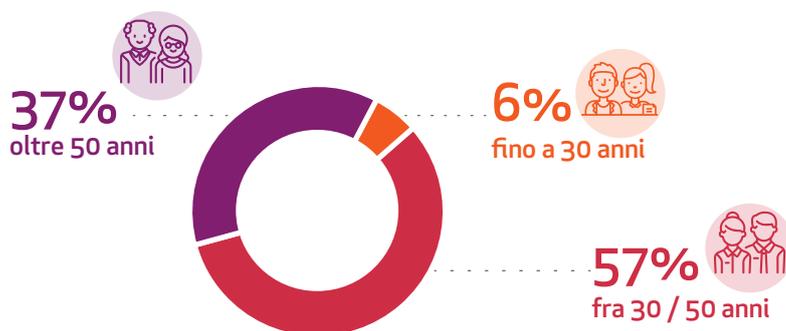
Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo la contrattazione nazionale CCNL e per genere, l'insieme del personale di Assicoop Bologna Metropolitana risulta essere composto nel 2017 da 1 dirigente (uomo), 21 quadri (8 uomini e 13 donne) e 119 impiegati (24 uomini e 95 donne). Confrontando i dati con quanto registrato negli anni precedenti rendicontati, non si registrano particolari variazioni nella composizione.

Per quanto riguarda la suddivisione dei lavoratori per genere la presenza femminile è determinante, rappresentando nel 2017 il 77% dei dipendenti.

La maggioranza della forza lavoro risulta avere un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (80 persone pari al 57%). Il 37% dei dipendenti (53 persone) ha un'età superiore ai 50 anni e il 6% ha un'età inferiore a 30.

Infine, l'attenzione nei confronti dell'inserimento lavorativo dei giovani e degli elementi di innovazione che potrebbero apportare è stata espressione di due nuove assunzioni avvenute nel 2017.

Dipendenti per fascia di età



I lavoratori a tempo indeterminato di Assicoop Bologna Metropolitana risultano essere la quasi totalità, di cui il 90% con un orario di lavoro di tipo Full time.

Dipendenti per tipologia di contratto - anno 2017



TALENTO E SVILUPPO PERSONALE

Per Assicoop Bologna Metropolitana la valorizzazione delle competenze individuali e la realizzazione di una crescita professionale dei propri dipendenti rappresentano una leva imprescindibile per raggiungere standard di qualità eccellenti per il cliente, a garanzia di un servizio flessibile ed affidabile.

La formazione e l'armonizzazione contrattuale diventano quindi dei drivers fondamentali non solo per garantire l'efficienza di una realtà presente sul territorio in maniera capillare, ma anche una risposta che permette di meglio affrontare i trend di cambiamento che stanno caratterizzando il settore assicurativo.

Gli obblighi di formazione per la sicurezza, privacy, antiriciclaggio, normativa IVASS e MOG rientrano tra le priorità della politica di gestione delle risorse umane prevista sia in Assicoop Bologna sia in Assicoop Imola. Nel 2017 Assicoop Bologna Metropolitana, con la consapevolezza di un necessario aggiornamento costante dei dipendenti per far fronte alle nuove sfide e al processo di innovazione che permea la società di oggi, ha erogato un **4.278 ore di formazione totale**, suddivise in 275 ore di formazione obbligatoria e 4.003 ore di formazione tecnica.

L'attività formativa è stata realizzata sulla base di un piano individuato a inizio 2017 e completato, nel corso dell'anno, per fornire supporto costante alle principali esigenze di carattere commerciale e consulenziale dell'azienda. Sempre centrale la formazione di carattere tecnico, determinata dall'uscita di importanti prodotti quali la nuova polizza auto e la polizza per le attività commerciali.

Formazione per i dipendenti - anno 2017



Nel quinquennio di osservazione, la formazione ha fornito supporto anche alla richiesta della Direzione Aziendale di organizzare corsi di tipo manageriale. Sono stati infatti realizzati, in collaborazione con la Bologna Business School, percorsi formativi per figure di responsabilità, tra cui l'ultimo in ordine di tempo, quello destinato ai Capi Canale e Responsabili di staff. L'obiettivo di quest'ultimo modulo era facilitare una maggiore integrazione tra i partecipanti oltre che dedicare una specifica sessione ai temi della multicanalità per le aziende di servizio.

Occorre infine ricordare la realizzazione di una significativa attività di formazione e affiancamento, che ha accompagnato l'uscita di nuovi programmi e contribuito alla formazione professionale di diversi collaboratori.

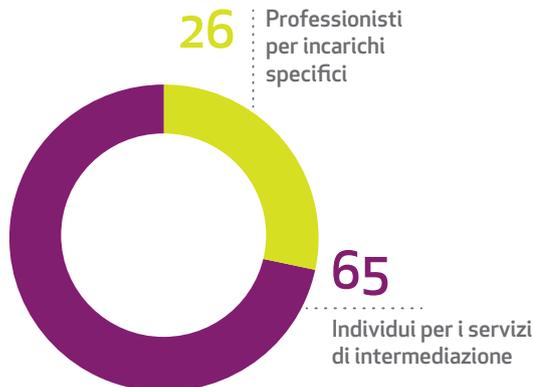
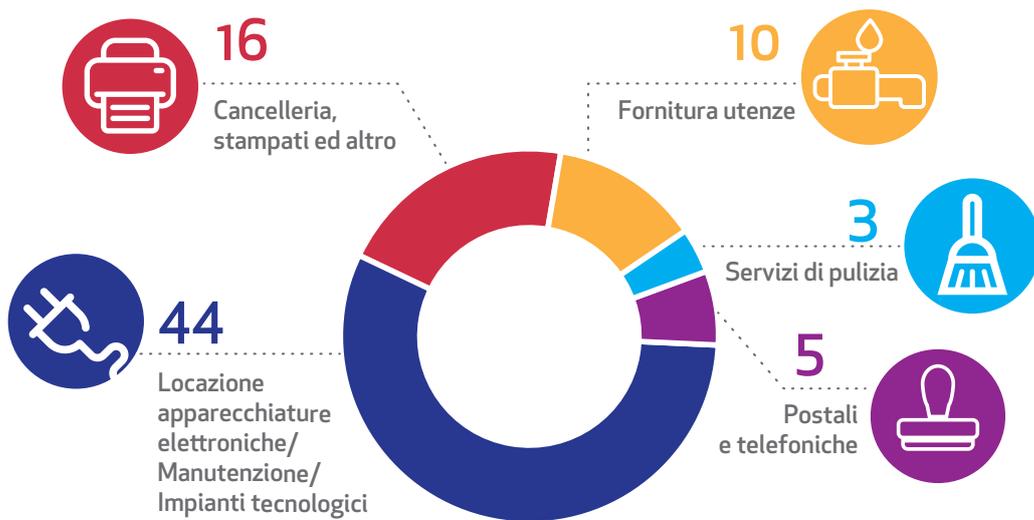
I PARTNER PER LA CREAZIONE DI VALORE

I fornitori supportano quotidianamente le Assicoop nell'erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo.

Nel 2017 Assicoop Bologna Metropolitana ha in attivo la collaborazione con 78 maggiori fornitori che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore

Dati 2017



Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono tutti i broker e coassicuratrici (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale).

Nel 2017 Assicoop Bologna Metropolitana collabora con 26 professionisti per incarichi specifici e 65 individui per i servizi di intermediazione.

Dati 2017



SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO

Assicoop Bologna Metropolitana è profondamente **radicata nel territorio**: è vicina alle istituzioni e alle realtà culturali ed è **impegnata nella promozione dello sviluppo locale**, anche attraverso molteplici liberalità e sponsorizzazioni.

Gli oltre 72.000 clienti che hanno già scelto di assicurarsi con Assicoop Bologna Metropolitana, testimoniano il valore del radicamento territoriale dell'azienda, fatto di **una presenza diffusa al servizio delle persone e del tessuto produttivo**.

Anche per questo Assicoop Bologna Metropolitana partecipa attivamente e sostiene progetti e manifestazioni di carattere sociale, culturale, artistico e sportivo che sviluppano valori di integrazione e socialità nel nostro territorio.

I contributi sul territorio complessivamente stanziati da Assicoop Bologna Metropolitana nel 2017 sono aumentati del 20% rispetto all'anno precedente e risultano essere ampi e diversificati: nello specifico, Assicoop ha investito € 254.570 per attività di sponsorizzazione e un totale di € 43.739 in qualità di erogazioni liberali.

Investimenti nella comunità - anno 2017



Investimenti nella comunità

	Udm	2013	2014	2015	2016	2017
Totale	€	286.598,29	280.494,76	266.848,93	249.172,14	298.309,00
Liberalità	€	40.262,00	19.924,00	36.177,00	19.622,00	43.739,00
Sponsorizzazioni	€	246.336,29	260.570,76	230.671,93	229.550,14	254.570,00

Sul territorio bolognese Assicoop Bologna Metropolitana si impegna di anno in anno ad erogare contributi per il sostegno di iniziative sociali, sportive, culturali, feste ed eventi promosse dalle associazioni di categoria presenti sul territorio. Tutto ciò con particolare riguardo alle piccole realtà cittadine e ai piccoli paesi che compongono l'area metropolitana bolognese.

Nel 2017 è stato rinnovato, come ogni anno, il supporto a manifestazioni di carattere artistico, tra cui gli appuntamenti del Teatro Arena del Sole ed il Teatro Testoni Ragazzi. Non manca il sostegno a grandi e piccoli eventi sul territorio, come ad esempio, l'iniziativa **"Diverdeinverde"**, alla scoperta dei giardini e aree verdi della città e la trentatreesima edizione di **"La 10 Colli - Gran Premio Assicoop"** la grande corsa ciclistica del Circolo Dozza.

Infine, da alcuni anni, nel mese di settembre Assicoop partecipa (insieme ad altre realtà del Gruppo Unipol) all'iniziativa **"FaRete"** promossa dalle locali Unindustria e Legacoop, per far sì che le aziende del territorio abbiano la possibilità di conoscersi reciprocamente ed eventualmente avviare partnership commerciali.

A supporto del Comune di Bologna, si menziona il progetto **"Bologna città volontaria"** e l'erogazione di **6 borse di studio per giovani** delle scuole medie che fanno esperienza di stage presso enti pubblici. Confermato il rapporto con le principali Organizzazioni Socie del territorio, in supporto a iniziative volte alla cittadinanza: numerosi convegni su temi di attualità, organizzati da CIA e Confesercenti, la **"Biennale dell'Economia Cooperativa"** promossa da Legacoop, la Festa del Lavoro, organizzata il 1° maggio dalla Camera del Lavoro Metropolitana.

Anche sul territorio imolese Assicoop Bologna Metropolitana sostiene iniziative di diverso tipo. L'attenzione è innanzitutto rivolta ai propri stakeholders, in particolare alle associazioni di categoria attive nella zona, erogando alle stesse o ad associati contributi per l'organizzazione di eventi o manifestazioni.

In particolare, anche nel 2017, Assicoop ha erogato un contributo alla cooperativa di Imola che gestisce il canile comunale, aiutando questa realtà a sostenere i costi di gestione ed organizzare allo stesso tempo iniziative atte a sensibilizzare la cittadinanza riguardo le problematiche dell'abbandono dei cani.

In collaborazione con le maggiori cooperative e realtà produttive del territorio, Assicoop ha nuovamente sostenuto l'iniziativa **"Settimana della Sicurezza"** che prevede una serie di convegni ed iniziative dedicate al tema della Sicurezza sul lavoro ed **"Experiment"**, un progetto di educazione all'autoimprenditorialità cooperativa per le scuole secondarie.

Nel 2017, ha infine sostenuto con un proprio contributo la Fondazione Tonino Gottarelli, artista di origini imolesi, con le opere del quale è stata organizzata una mostra aperta e gratuita per tutta la cittadinanza che ha potuto quindi meglio conoscere questo artista.



Per visualizzare il video
seleziona **RSI CLIP 1.mp4**
nella cartella video



L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

GLI IMPATTI AMBIENTALI

La tipologia di attività che caratterizza la catena del valore di Assicoop, quali le attività commerciali, finanziarie ed amministrative, non apportano particolari impatti inquinanti sull'ambiente.

Nonostante ciò, Assicoop Bologna Metropolitana nello svolgimento delle sue funzioni, è molto attenta alla tutela del territorio di appartenenza e manifesta il proprio impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

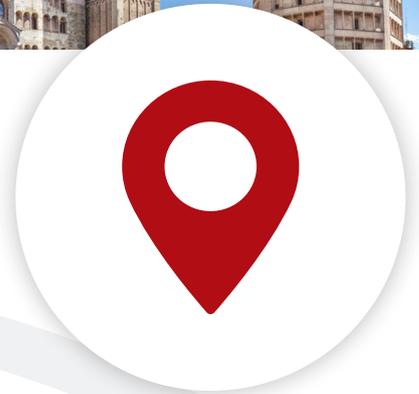
Di seguito sono riportati i principali dati per l'anno 2017, riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

Principali rifiuti prodotti



Consumo di energia





2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ

Il presente documento si inserisce all'interno della nuova edizione del Bilancio di Sostenibilità. Ai fini di fornire una fotografia aggiornata delle attività svolte sui territori dalle singole Agenzie, di seguito sono fornite informazioni sulle principali tappe storiche, sulle performance economiche, e sulle iniziative realizzate sul territorio da parte di Assicoop Emilia Nord.

Attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti per il quinquennio 2013-2017, saranno forniti i principali elementi che caratterizzano l'approccio alla sostenibilità di Assicoop. Per una visione complessiva delle strategie ed azioni intraprese dall'Associazione si rimanda alla Sezione generale del Bilancio di Sostenibilità.

IDENTITÀ E STORIA

DAGLI ANNI '60 AGLI ANNI '80...

Verso la metà degli anni Sessanta l'agenzia Unipol inizia la propria attività a Reggio Emilia ove, come espressione di Federcoop, nasce A.G.A.R. Agenzia Generale di Assicurazioni Reggiana, mentre nella seconda metà degli anni Sessanta a Parma nasce APACOOOP scrl.

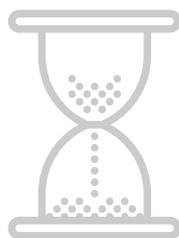
DAGLI ANNI '90 AI PRIMI ANNI 2000...

Nel 1997 Reggio Emilia, A.G.A.R. diventa Assicura S.p.A. con l'ingresso tra i soci delle organizzazioni locali CNA, Confesercenti, CIA, Teorema (CGIL). A Parma, APACOOOP scrl diviene APA S.p.A. con l'ingresso tra i soci delle organizzazioni locali CIA, CNA, Confesercenti, Unione Parmense Industriali, UIL Alimentaristi, SERCOOP (CGIL).

Nel 2010 Unipol Assicurazioni lancia il progetto di aggregazione tra alcune Assicoop presenti sul territorio Emiliano Romagnolo: Reggio Emilia con Parma, Modena con Ferrara e Ravenna con Romagna (Forlì).

UNO SGUARDO VERSO GLI ORIZZONTI FUTURI...

Come risposta al processo di aggregazione delle sedi Assicoop proposto dalla Compagnia, il 4 marzo 2011 viene fondata Assicoop Emilia Nord s.r.l. Successivamente, il 1 gennaio 2012 Assicura S.p.A. ed APA S.p.A. conferiscono i propri rami d'azienda assicurativi in Assicoop Emilia Nord, che inizia ufficialmente la propria attività.



ASSICOOP 2020

È il progetto di sperimentazione e introduzione di **strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle **sfide emergenti** e con esse ai **nuovi bisogni** dei clienti. Le Assicoop si impegnano, singolarmente e in gruppo, alla realizzazione di azioni definite nel piano Assicoop 2020 per rispondere principalmente agli obiettivi di:

- > **costituire sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso progetti di accorpamento di realtà contigue e creazione di funzioni centralizzate per la diffusione dell'innovazione tecnologica;
- > **migliorare la produttività commerciale della rete vendita**, compresa anche la sua specializzazione.

Le Agenzie Societarie hanno avviato il **rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, dell'area tecnica e di back office**. Inoltre, è stata promossa la **formazione** dei propri dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali. È stata creata una funzione innovazione, trasversale alle Assicoop, sono state attivate iniziative quali la **vendita in mobilità** e avviato un processo di **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e gestionali** mediante l'implementazione di elementi legati alla multicanalità. Nel 2017 è stato introdotto l'ampliamento delle reti specialistiche attraverso la costituzione di una **struttura di consulenti dedicata al segmento di clientela "PMI"**, orientati nell'offerta di servizi consulenziali di Risk Assessment e approcci di pricing personalizzati, derivanti dall'esperienza sulla clientela corporate.



GOVERNANCE

LE CARICHE SOCIALI

Presidente Pasquale Versace
Vicepresidente Andrea Volta
Amministratore Delegato Daniele Evoli
Consiglieri di Amministrazione Lorenzo Cottignoli, Mario Vidale, Carlo Pareschi, Maurizio Molinelli
Collegio Sindacale Fabio Mazzali, Alberto Parisini, Luciano Ragone

COMPAGINE SOCIALI

I soci di Assicoop Emilia Nord S.r.l. rappresentano a livello locale il mondo del lavoro dipendente e il mondo dell'imprenditoria, dell'artigianato, del commercio, dell'agricoltura, del turismo e dei servizi (Legacoop, CIA, CNA, Confesercenti, U.P.I Parma). Le Organizzazioni Socie sono presenti nella base sociale di Assicura S.p.A. (CIA, CGIL, Confesercenti e CNA) e Partecipa S.r.l. (CGIL, UIL Alim., CNA, Confesercenti, e CIA). UnipolSai Finance S.p.A. è invece la Società finanziaria del Gruppo Unipol.

Struttura dell'azionariato - Quote detenute da ciascun azionista

EMILIA NORD

UnipolSai Finance SpA **50%**

Parco SpA **24%**

Pegaso Finanziaria SpA **12%**

Assicura SpA (Legacoop, CNA, Confservizi, CIA e CGIL) **10%**

Partecipa Srl (Legacoop, CNA, CIA, CGIL, Unione Industriali Pr, UIL Alim., Confesercenti) **4%**

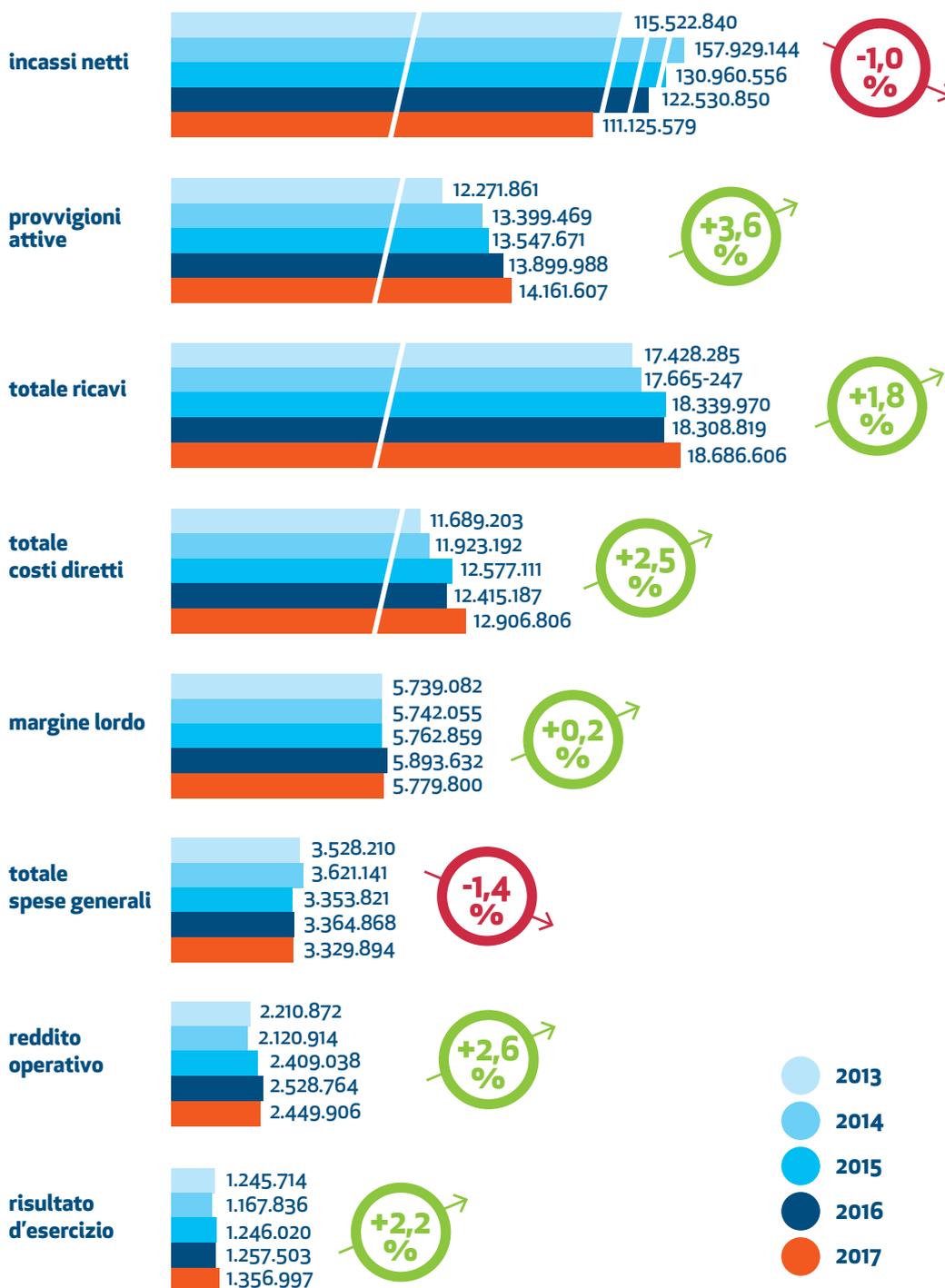




PERFORMANCE ECONOMICA

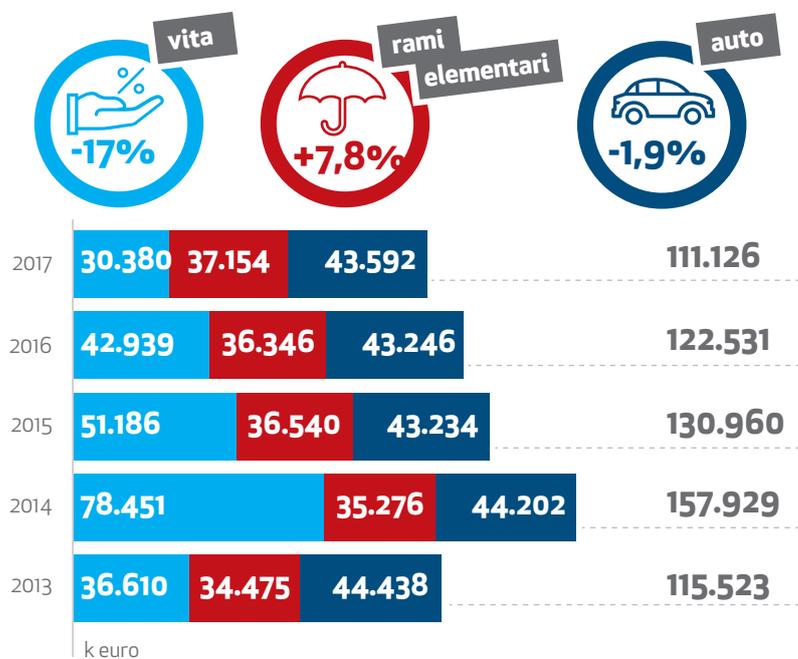
Per fornire un quadro completo circa l'entità della performance realizzate da Assicoop Emilia Nord per il quinquennio di riferimento, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti dall'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Principali indicatori economici 2013-2017



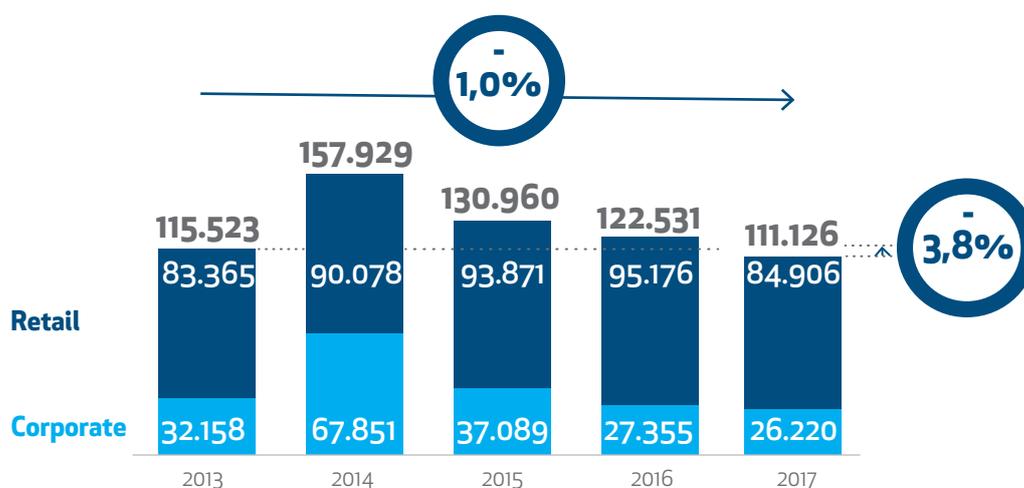
Il risultato d'esercizio del 2017 evidenzia una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business.

Raccolta premi - Auto/Rami elementari/Vita



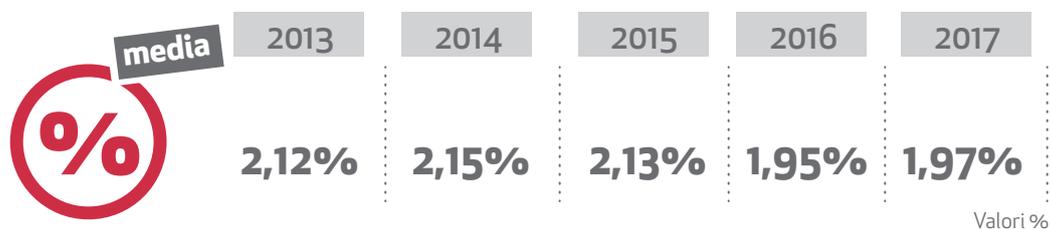
Assicoop Emilia Nord ha perseguito nel quinquennio gli obiettivi di maggiore redditività e minore volatilità del portafoglio; tali obiettivi sono stati realizzati attraverso il rafforzamento del comparto Rami Elementari, la ricerca di stabilizzazione del comparto Auto ed una riqualificazione quali-quantitativa del comparto Vita. La raccolta premi nel periodo di riferimento è risultata pertanto in lieve diminuzione, frutto in particolare delle dinamiche di portafoglio Vita.

Raccolta premi - Corporate/retail



L'attrattività di Assicoop Emilia Nord nel suo ruolo di partner affidabile per la tutela del rischio è confermata anche dall'indice di Cross Selling che mette in evidenza un importante livello di fidelizzazione dei Clienti.

Indice di Cross selling

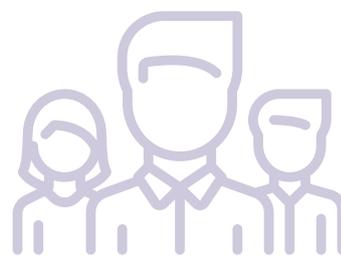


IL COMPARTO BANCARIO

In relazione all'attività bancaria il modello commerciale dell'Associazione Assicoop è caratterizzato da un'offerta di prodotti e servizi frutto della peculiare integrazione tra Unipol Banca e Unipol Assicurazioni e dall'elevato valore sociale.

Il comparto bancario





LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

LE PERSONE DI ASSICOOP

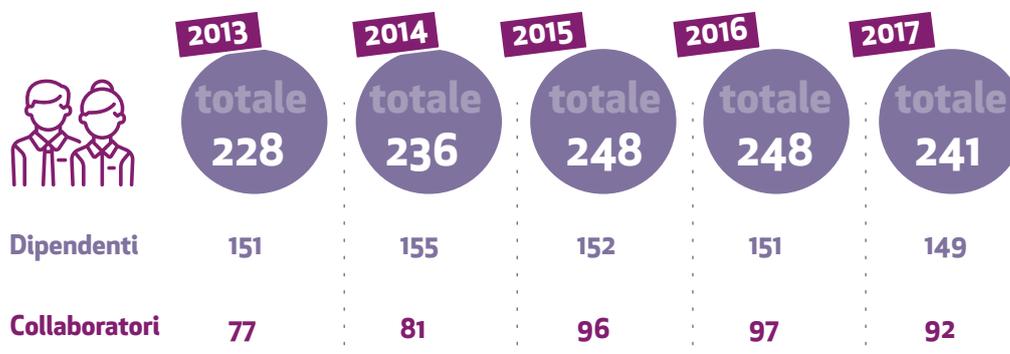
Per Assicoop Emilia Nord è molto importante investire sulle proprie risorse umane, personale dipendente e rete indiretta di vendita (subagenti, produttori e promotori), cercando di tutelare una certa stabilità occupazionale e promuovere l'inserimento lavorativo dei giovani.

Nel 2017 le persone impiegate in Assicoop Emilia Nord sono state **241**, di cui **149 dipendenti** (105 donne, 44 uomini) e **92 collaboratori in libera professione**. Questo dato ha registrato un decremento di quasi il 3% rispetto al 2016, in particolare 2 dipendenti e 5 collaboratori esterni.

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2017



Andamento delle risorse umane 2013-2017



Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2017 l'insieme del personale di Assicoop Emilia Nord è composto da 4 dirigenti uomini, 12 quadri (9 uomini e 3 donne) e 133 impiegati (31 uomini e 102 donne).

La composizione dei dipendenti non ha riguardato importanti cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2013 - 2017).

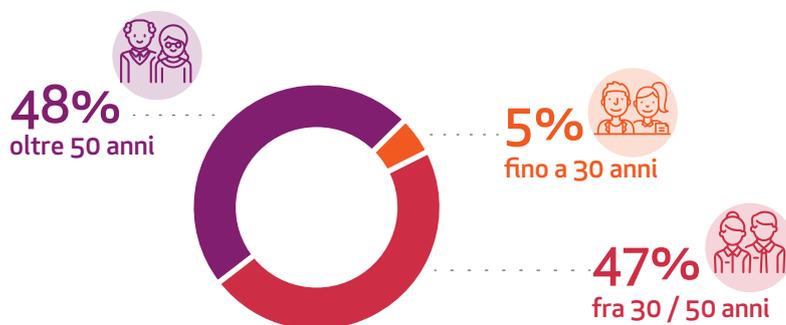
Quanto alla suddivisione per genere, la presenza femminile non ha subito particolari cambiamenti nel quinquennio rendicontato, resta maggiore la percentuale di donne presenti a livello impiegatizio rappresentando il 97% del totale dei dipendenti donna, mentre è assente a livello dirigenziale.

Complessivamente, nel 2017 le **donne rappresentano il 70% dei dipendenti**.

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fasce di età, il 47% di questi (70 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 48% (71 persone) ha più di 50 anni e il 5% (8 persone) un'età inferiore ai 30 anni di cui una assunta ex novo nel corso del 2017.

Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una forte attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse nell'instaurare un rapporto stabile e di lungo periodo con i dipendenti, riscontrabile nel fatto che la totalità di questi ha il contratto a tempo indeterminato e il 75% ha un contratto di tipo full time.

Dipendenti per fascia di età



Dipendenti per tipologia di contratto - anno 2017



TALENTO E SVILUPPO PERSONALE

La valorizzazione delle competenze individuali e la realizzazione di una crescita professionale dei propri dipendenti rappresentano una leva imprescindibile per raggiungere standard di qualità eccellenti per il cliente, a garanzia di un servizio flessibile ed affidabile.

La formazione e l'armonizzazione contrattuale diventano quindi dei drivers fondamentali non solo per garantire l'efficienza di una realtà presente sul territorio in maniera capillare, ma anche una risposta che permette di meglio affrontare i trend di cambiamento che stanno caratterizzando il settore assicurativo.

La politica di gestione delle risorse umane di Assicoop Emilia Nord prevede sia il rispetto degli obblighi di formazione per aggiornamento professionale riguardante la sicurezza, la privacy, l'antiriciclaggio e la normativa IVASS previsti dal D.L. n 209/2005 e Regolamento ISVAP n. 5/2006, che l'erogazione continuativa di formazione specifica di carattere tecnico e commerciale.

Formazione per i dipendenti - anno 2017



Nel 2017, le ore di formazione interna a cui ha partecipato il personale dipendente di Assicoop Emilia Nord ammontano a circa **4.860 ore**, incrementate del 26% rispetto all'anno precedente, di cui **2.110 per aggiornamento professionale e 2.750 di tipo tecnico-commerciale**.

La formazione alla rete si è focalizzata sull'individuazione dei bisogni assicurativi di persone ed imprese, sul potenziamento degli strumenti di analisi e valutazione del rischio e sulla elaborazione di soluzioni assicurative sempre più efficaci e personalizzate.

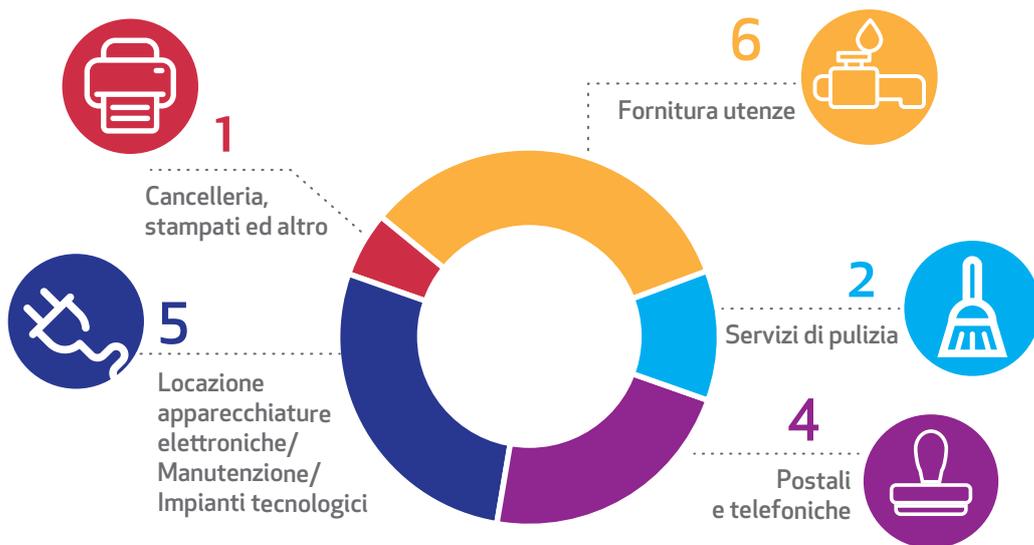
I PARTNER PER LA CREAZIONE DI VALORE

I fornitori supportano quotidianamente le Assicoop nell'erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo.

Nel 2017 Assicoop Emilia Nord ha in attivo la collaborazione con 18 maggiori fornitori che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore

Dati 2017



Dati 2017

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono tutti i broker e coassicuratrici (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale).

Nel 2017 Assicoop Emilia Nord collabora con 9 professionisti per incarichi specifici e 204 soggetti per i servizi di intermediazione.



SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO

Assicoop Emilia Nord è una realtà che vanta di una presenza capillare sul territorio di sua competenza. Per mantenere un rapporto intenso e partecipato con la comunità di riferimento, la rete agenziale si impegna a rinnovare annualmente la sua collaborazione in qualità di soggetto attivo per lo sviluppo locale. Le risorse complessivamente investite nella comunità da Assicoop Emilia Nord del corso del 2017 sono aumentate del 18% rispetto all'anno precedente. In particolare, sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di € 66.294, mentre l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di € 151.176.

Investimenti nella comunità - anno 2017



Investimenti nella comunità

	Udm	2013	2014 (*)	2015	2016	2017
Totale	€	223.698,00	450.709,00	189.926,00	184.932,00	217.470,00
Liberalità	€	67.530,00	60.448,00	52.720,00	50.534,00	66.294,00
Sponsorizzazioni	€	156.168,00	390.261,00	137.206,00	134.398,00	151.176,00

L'apporto di Assicoop per le attività che hanno luogo sul territorio e il sostegno alle organizzazioni del Terzo settore risulta essere costante nel tempo. In particolare, l'investimento in attività di sponsorizzazione di iniziative sociali e benefiche è stato notevole nel 2014 (+59%), in occasione del 50° anno di attività di Assicoop Emilia Nord S.r.l. e del protocollo sottoscritto tra IREN S.p.A., il DISS- Centro di ricerca per la Sicurezza Stradale dell'Università parmense, ACCREDIA, e Fondazione Unipolis, per la realizzazione del **progetto "strada sicura"**.

Tra i partner storici con i quali Assicoop Emilia Nord sostiene iniziative in ambito artistico culturale si includono la **Fondazione "I Teatri di Reggio Emilia"** (della quale Assicoop è stata una dei fondatori nel 2006), la Fondazione Toscanini di Parma, la Biblioteca Centrale Comune di RE "Panizzi", l'Istituto "Alcide Cervi" di Gattatico (RE), l'Istoreco di Reggio Emilia, l'Associazione **teatro Sociale di Gualtieri e l'Università degli Studi di Piacenza**.

Nel corso del 2017 Assicoop Emilia Nord ha sostenuto e sponsorizzato diverse iniziative ed eventi di carattere artistico, culturale e sportivo con l'obiettivo di promuovere l'innovazione delle diverse forme d'arte tra le generazioni future e valorizzare, al tempo stesso, la tradizione e la storia del territorio. Tra queste, il festival di circo contemporaneo **"Dinamico Festival 2017"**, la **Reggionarra 2017**, l'iniziativa promozionale **"Cibo di Strada"**, la manifestazione di spettacoli "Mirabello Aria Aperta", **"Fotografia Europea"**, le manifestazioni organizzate dalla fondazione museo Antonio Ligabue, la II edizione della manifestazione **"Un po' di sport"**. Da includere sono poi le manifestazioni organizzate dalle organizzazioni socie grazie al contributo di Assicoop. Le principali tematiche trattate durante i convegni e i seminari sono state la violenza sulle donne, l'immigrazione e il futuro delle giovani generazioni.

Inoltre, Assicoop ha sostenuto le attività istituzionali del **Centro Sociale "ARTA"** aderente ad Arci e di **Dinamica**, associazione per la promozione sociale.

Per quanto riguarda **i progetti di solidarietà e di utilità sociale**, Assicoop Emilia Nord supporta da molti anni la Fondazione **Gra.de Onlus**, impegnata nel sostegno dell'attività ospedaliera del Reparto di Ematologia dell'Arcispedale Santa Maria Nuova – IRCCS Cancer Center di Reggio Emilia, **G.a.s.t. Onlus**, impegnata nella promozione dell'attività motoria a persone con disabilità come mezzo educativo e di sviluppo delle competenze e **Auser Reggio Emilia**.



**Per visualizzare il video
seleziona RSI CLIP 1.mp4
nella cartella video**



L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

GLI IMPATTI AMBIENTALI

La tipologia di attività che caratterizzano la catena del valore di Assicoop, quali le attività commerciali, finanziarie ed amministrative, non apportano particolari impatti inquinanti sull'ambiente.

Nonostante ciò, Assicoop Emilia Nord nello svolgimento delle sue funzioni è molto attenta alla tutela del territorio di appartenenza e manifesta il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

Di seguito sono riportati i principali dati per il solo anno 2017 e riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

Principali rifiuti prodotti



Consumo di energia ¹



GJ
69,12



GJ
22,00



GJ
91,08

¹ I consumi riguardano tutte le sedi e le filiali di Assicoop Emilia Nord dislocate sul territorio di riferimento.

ASSICOOP
Modena & Ferrara SpA



2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ

Il presente documento si inserisce all'interno della nuova edizione del Bilancio di Sostenibilità. Ai fini di mostrare una fotografia aggiornata delle attività svolte sui territori dalle singole Agenzie, di seguito sono fornite informazioni sulle principali tappe storiche, sulle performance economiche, e sulle iniziative realizzate sul territorio da parte di Assicoop Modena & Ferrara.

Attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti per il quinquennio 2013-2017, saranno forniti i principali elementi che caratterizzano l'approccio alla sostenibilità di Assicoop. Per una visione complessiva delle strategie ed azioni intraprese dall'Associazione si rimanda alla Sezione generale del Bilancio di Sostenibilità.

IDENTITÀ E STORIA

DAGLI ANNI '70 AGLI ANNI '80...

Nel 1969, in risposta all'intento di voler trasmettere una nuova visione di Compagnia di Assicurazione e creare uno strumento finanziario coerente con la mission e i valori del movimento cooperativo, nasce Assicoop Modena. Dapprima con il nome di CASA (Cooperativa Assistenza Servizi Assicurativi) e poi come cooperativa di secondo grado (soci Cooperative della Lega di Modena).

Contestualmente, nel 1975, nel territorio ferrarese viene costituita la Società Cooperativa a.r.l. Assicoop che, su mandato dell'Agenzia Unipol di Ferrara (Agente Privato Angelo Padovani), opera in un primo momento in veste di subagenzia, gestendo direttamente il portafoglio del movimento cooperativo ferrarese degli enti oltre che dei privati. Dopo aver assunto il mandato di agenzia speciale, nel 1986 Assicoop Ferrara diventa Agenzia Generale per tutta la Provincia di Ferrara, rilevando il portafoglio dell'Agenzia privata di Angelo Padovani e l'Agenzia di Cento dagli agenti Ruggero Prampolini e Gino Battilana.

DAGLI ANNI '90 AI PRIMI ANNI 2000...

Nei primi anni Novanta CASA cambia la propria ragione sociale in Assicoop Modena Scarl, divenendo poco dopo formalmente Assicoop Modena. Nel 2005 Assicoop Modena S.p.A. viene fusa incorporando ARCO S.p.A. (agenzia Unipol presente sul territorio modenese, partecipata da CNA e CESCONE) e SAFIn (Agenzia Unipol operante sul territorio dell'Appennino modenese) partecipata da Assicoop ed ARCO. Per effetto delle fusioni, CNA e CESCONE sono diventate azioniste di Assicoop Modena.

Lo stesso percorso viene intrapreso da Assicoop Ferrara Scarl con la successiva entrata tra i soci di Assicoop Sicura S.p.A.

Nel 2010 i cambiamenti che iniziavano ad interessare il settore assicurativo portano la Compagnia ad ipotizzare un'aggregazione tra Assicoop come strumento per arrivare ad avere strutture con dimensioni tali da poter farvi fronte. Rispettando i legami con il territorio e il mondo di provenienza, nella seconda metà dell'esercizio, Assicoop Modena S.p.A. e Assicoop Ferrara S.p.A. danno forma ad un progetto di fusione che viene poi approvato da entrambi i CdA e convalidato definitivamente dalle Assemblee dei Soci.

UNO SGUARDO VERSO GLI ORIZZONTI FUTURI...

Il 30 giugno del 2011, con effetto retroattivo all'inizio dell'anno, le due realtà si fondono attraverso un processo di fusione per incorporazione di Assicoop Ferrara S.p.A. in Assicoop Modena S.p.A., formando poi un'unica Società che assume la denominazione di Assicoop Modena&Ferrara S.p.A. La Società si dota quindi di un nuovo assetto organizzativo, distribuisce i territori per competenza (laddove le due provincie confinano tra di loro), unifica i servizi (amministrazione, paghe, call-center, sviluppo commerciale, Auditing) e la struttura dei grandi Clienti. L'anno successivo viene istituita la figura del Direttore Operativo a sintesi dei due territori, divenuto poi Amministratore Delegato nel 2016.



ASSICOOP 2020

È il progetto di sperimentazione e introduzione di **strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle **sfide emergenti** e con esse ai **nuovi bisogni** dei clienti. Le Assicoop si impegnano, singolarmente e in gruppo, alla realizzazione di azioni definite nel piano Assicoop 2020 per rispondere principalmente agli obiettivi di:

- > **costituire sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso progetti di accorpamento di realtà contigue e creazione di funzioni centralizzate per la diffusione dell'innovazione tecnologica;
- > **migliorare la produttività commerciale della rete vendita**, compresa anche la sua specializzazione.

Le Agenzie Societarie hanno avviato il **rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, dell'area tecnica e di back office**. Inoltre, è stata promossa la **formazione** dei propri dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali. È stata creata una funzione innovazione, trasversale alle Assicoop, sono state attivate iniziative quali la **vendita in mobilità** e avviato un processo di **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e gestionali** mediante l'implementazione di elementi legati alla multicanalità. Nel 2017 è stato introdotto l'ampliamento delle reti specialistiche attraverso la costituzione di una **struttura di consulenti dedicata al segmento di clientela "PMI"**, orientati nell'offerta di servizi consulenziali di Risk Assessment e approcci di pricing personalizzati, derivanti dall'esperienza sulla clientela corporate.



GOVERNANCE

LE CARICHE SOCIALI

Presidente

Milo Pacchioni

Vicepresidente

Andrea Benini

Amministratore Delegato

Franco Baraldi

Consiglieri di Amministrazione

Franco Baraldi, Matteo Carion, Igor Maccanti, Marcello Modenese, Riccardo Montanari, Carlo Pareschi, Emanuele Pasquesi, Gianni Razzano, Mauro Roncaglia, Patrizia Veronesi, Mario Vidale

Collegio Sindacale

sindaci effettivi: Remo Zuccoli, Nadia Monari e Salvatore Petrillo

sindaci supplenti: Nillo Francia e Renzo Calzolari

COMPAGINE SOCIALI

Le Organizzazioni Socie di Assicoop Modena&Ferrara S.p.A. rappresentano, a livello locale, il mondo del lavoro dipendente e il mondo dell'imprenditoria, dell'artigianato, del commercio, dell'agricoltura, del turismo e dei servizi (Legacoop, Cia, CNA, Confesercenti, Cescon). Le organizzazioni in questione hanno una propria sede nelle zone limitrofe al territorio modenese e ferrarese. UnipolSai Finance S.p.A. è invece la Società finanziaria del Gruppo Unipol.

Struttura dell'azionariato - Quote detenute da ciascun azionista

MODENA&FERRARA

Sofinco SpA **46,86%**

UnipolSai Finance SpA **43,75%**

CIA CONF. ITA. AGRIC. Modena **4,12%**

Ce.s.con **1,5%**

COOPIM Soc. Coop. arl **1,31%**

CSC Di Vittorio Srl **0,92%**

Assicoop Modena&Ferrara SpA **0,79%**

CIA **0,21%**

CNA Associaz. Territ. Modena **0,16%**

CNA Ferrara **0,14%**

CGIL Ferrara **0,14%**

Fed. Esercenti Ferrara **0,06%**

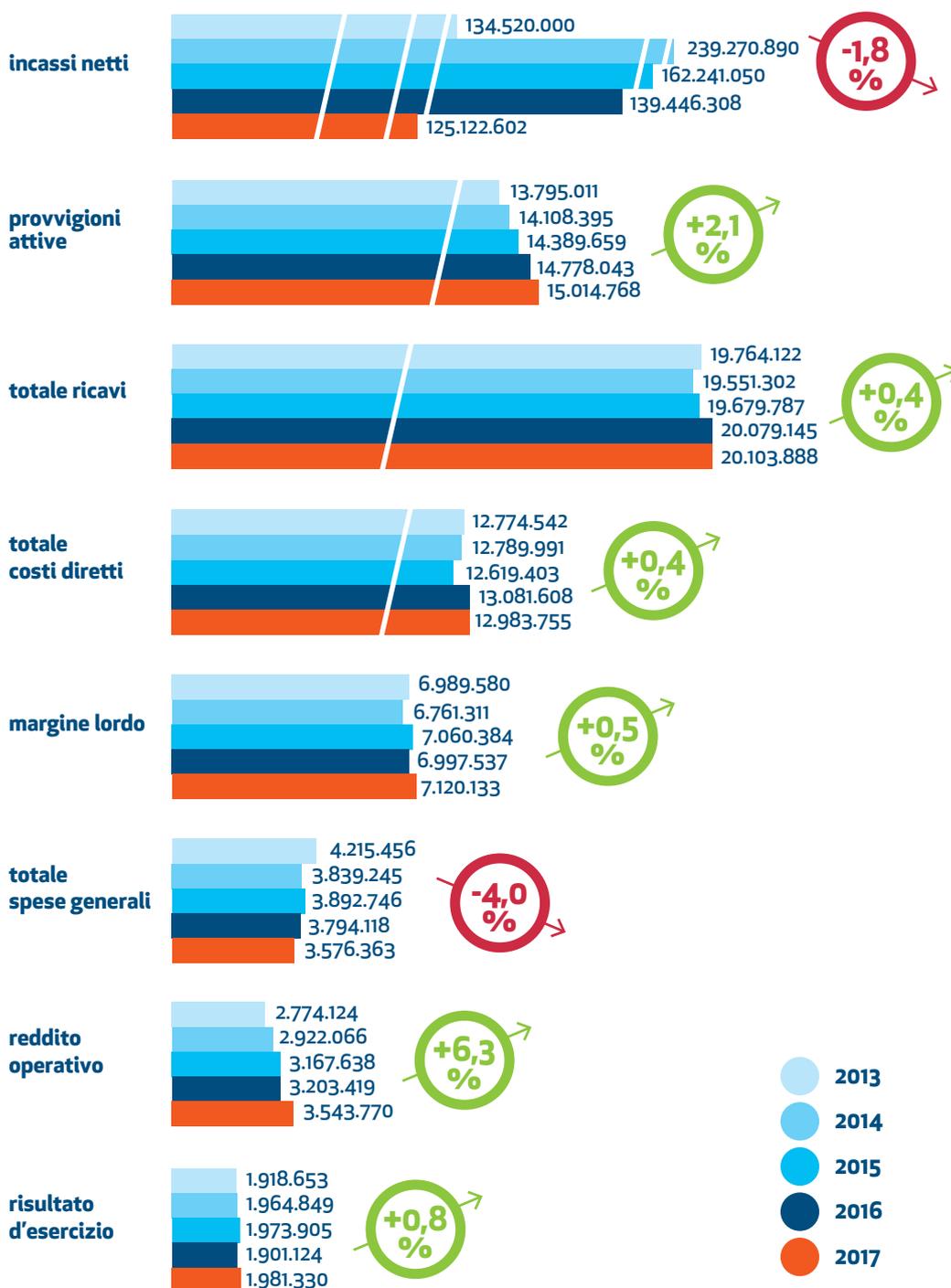
A.S.Q. Modena Soc. Coop. **0,04%**



PERFORMANCE ECONOMICA

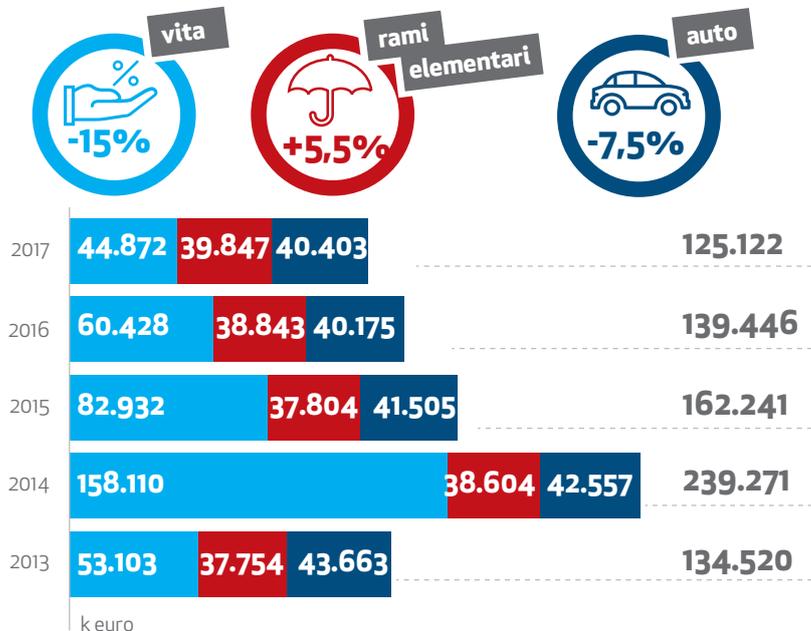
Per fornire un quadro completo circa l'entità della performance realizzate da Assicoop Modena&Ferrara per il quinquennio di riferimento, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti dall'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo

Principali indicatori economici 2013-2017



Il risultato d'esercizio del 2017 evidenzia una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business, mostrando il risultato migliore degli ultimi cinque anni.

Raccolta premi - Auto/Rami elementari/Vita

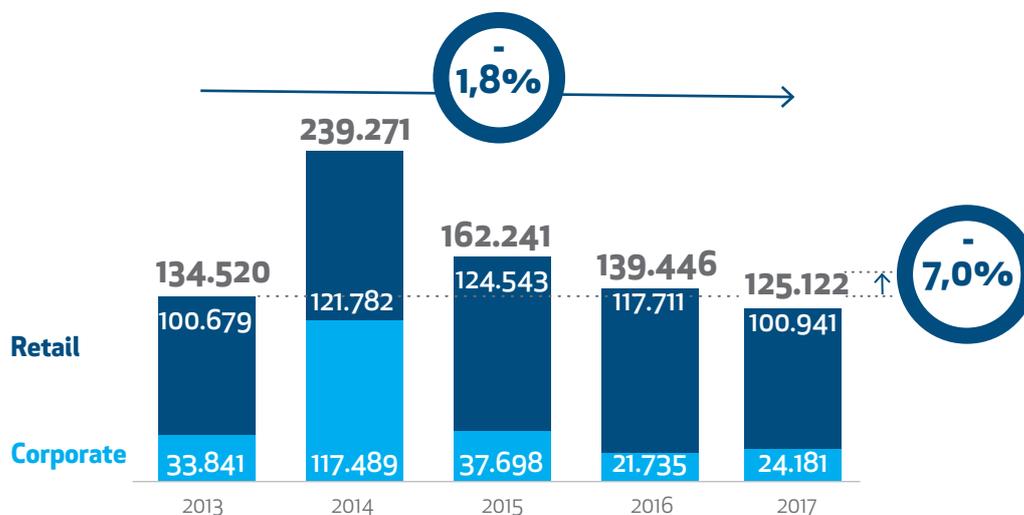


La politica commerciale orientata verso un ruolo di "tutela della persona" è evidente nel periodo in considerazione. Fra il 2013 e il 2017, in riferimento al comparto Vita, si presenta una diminuzione della raccolta premi. Per quanto riguarda la raccolta premi Danni c'è stato un cambiamento di dinamiche che ha quasi portato all'inversione dei pesi nel mix di prodotti: il portafoglio Rami Elementari nel 2017 arriva sostanzialmente a pareggiare il portafoglio Auto, grazie a una variazione percentuale positiva del 5,5%, cui corrisponde una variazione negativa del portafoglio Auto dell'7,5%. Va senza dubbio ricordato che il mercato del comparto Auto sta vivendo un periodo di profonda trasformazione. I buoni risultati tecnici ottenuti delle Compagnie hanno portato ad un innalzamento del livello di concorrenza tra gli attori del mercato, innescando un processo di riduzione dei prezzi praticati. Nel quinquennio preso in esame il costo medio di un contratto Auto in portafoglio si è ridotto del 16%, passando dai 375 ai 315 euro. Ciò fa comprendere le motivazioni della riduzione della raccolta premi nel comparto Auto.

Per quanto riguarda la raccolta premi Vita va sottolineato che questi sono in buona misura influenzati dalla raccolta di premi su contratti Corporate, nel 2014 e 2015 in modo particolare.

Nel periodo preso in esame, nel segmento retail, l'offerta di prodotti a difesa del risparmio e di prodotti previdenziali ha trovato un largo consenso ed apprezzamento da parte della Clientela permettendo di consuntivare una raccolta in costante crescita.

Raccolta premi - Corporate/retail



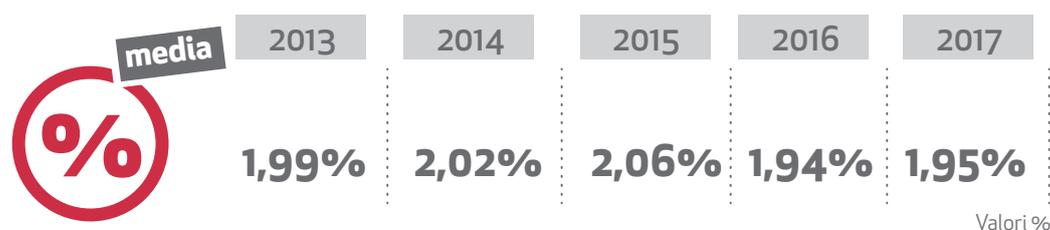
La raccolta premi nel quinquennio 2013-2017 a dati di portafoglio ha subito una variazione percentuale di periodo negativa (-7%) con una riduzione media annua di 1,0%: principalmente data da una diminuzione della raccolta premi relativa alla clientela Corporate del 28,5%, a fronte di una raccolta pressoché stabile per i clienti Retail.

Come evidenziato al paragrafo precedente, nel retail il calo dei premi nel comparto Auto, trainato dalla diminuzione del premio medio di polizza, ha fatto da compensazione negativa ad un importante sviluppo nella raccolta premi nei Rami Elementari frutto anche dell'aumento del Cross-Selling (vedi sotto).

L'andamento incassi del Comparto Corporate nel quinquennio è stato fortemente influenzato dalla raccolta Vita (vedi paragrafo precedente) ed, in misura minore, dalla perdita di alcuni importanti Clienti Aziende che, a causa del perdurare della crisi economica che ha attraversato il periodo preso in esame (crisi, per altro, aggravato oltre misura dal terremoto del 2012 che colpito fortemente una buona parte del territorio di competenza di Assicoop Modena&Ferrara), hanno dovuto cessare la propria attività; purtroppo tra queste vanno annoverate anche importanti imprese facenti parte del mondo cooperativo, soprattutto nel segmento delle costruzioni.

L'attenzione di Assicoop Modena&Ferrara nel suo ruolo di partner per la tutela del rischio è inoltre confermata dall'indice di Cross Selling che evidenzia il buon livello di fidelizzazione dei clienti, anche se lievemente in flessione negli ultimi due anni.

Indice di Cross selling



IL COMPARTO BANCARIO

In relazione all'attività bancaria il modello commerciale dell'Associazione è caratterizzato da un'offerta di prodotti e servizi frutto della peculiare integrazione tra Unipol Banca e Unipol Assicurazioni e dall'elevato valore sociale.

Il comparto bancario



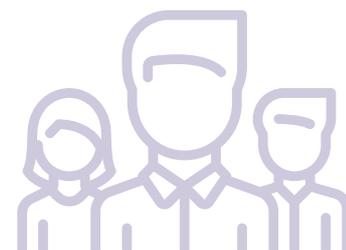
LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

LE PERSONE DI ASSICOOP

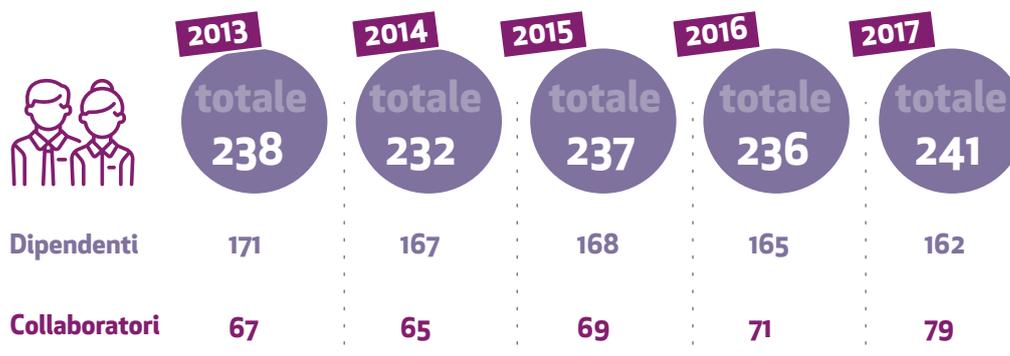
Per Assicoop Modena&Ferrara è molto importante investire sulle proprie risorse umane, personale dipendente e rete indiretta di vendita (subagenti, produttori e promotori), cercando di tutelare una certa stabilità occupazionale e di promuovere l'inserimento lavorativo dei giovani.

Nel 2017 le persone impiegate in Assicoop Modena&Ferrara sono state **241**, di cui **162 dipendenti** (114 donne, 48 uomini) e **79 collaboratori in libera professione**. Questo dato ha subito un incremento di oltre il 2% rispetto al 2016, in particolare nel corso dell'anno sono stati coinvolti 8 collaboratori in più.

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2017



Andamento delle risorse umane 2013-2017



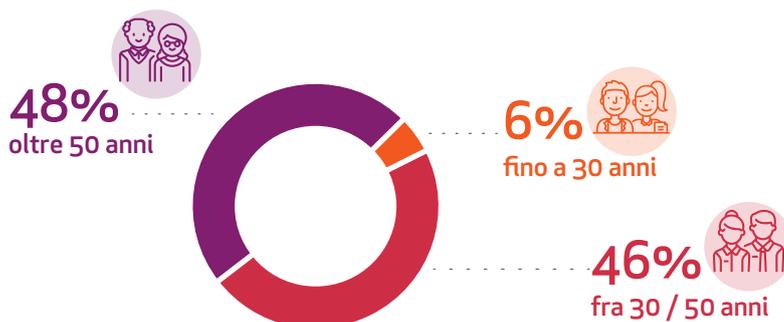
La lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, fornisce una panoramica completa della composizione aziendale. Nel 2017 risultano essere coinvolti 1 dirigente uomo, 14 quadri (di cui 12 uomini e 2 donne), e 147 impiegati (di cui 35 uomini e 112 donne).

Quanto alla suddivisione per genere, la presenza femminile non ha subito particolari cambiamenti dimensionali nel quinquennio rendicontato, resta maggiore la percentuale di donne presenti a livello impiegatizio, rappresentando il 98% del totale dei dipendenti donna.

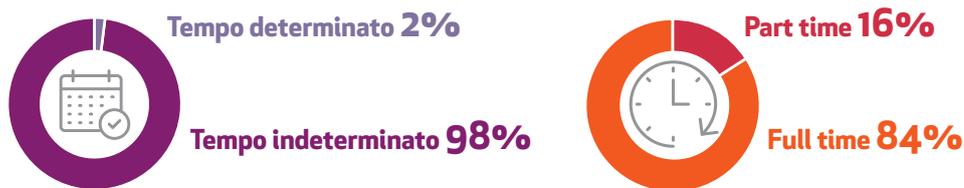
Complessivamente, nel 2017 le **donne rappresentano il 70% dei dipendenti**.

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fascia di età, il 46% di questi (75 persone) ha un'età compresa tra 30 e 50 anni, il 48% (78 persone) ha più di 50 anni e il 6% (9 persone) un'età inferiore ai 30 anni. Inoltre, come nell'anno precedente, anche nel corso 2017 Assicoop Modena&Ferrara ha assunto 3 nuove persone, tutte di età inferiore ai 30 anni.

Dipendenti per fascia di età



Un altro aspetto che risulta essere di fondamentale importanza per l'organizzazione è l'attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse nell'instaurare un rapporto stabile e di lungo periodo con i dipendenti. In Assicoop Modena&Ferrara il 98% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato e l'84% ha un contratto di tipo full time.

Dipendenti per tipologia di contratto 2017**TALENTO E SVILUPPO PERSONALE**

La valorizzazione delle competenze individuali e la realizzazione di una crescita professionale dei propri dipendenti rappresentano una leva imprescindibile per raggiungere standard di qualità eccellenti per il cliente, a garanzia di un servizio flessibile ed affidabile.

La formazione e l'armonizzazione contrattuale diventano quindi dei drivers fondamentali non solo per garantire l'efficienza di una realtà presente sul territorio in maniera capillare, ma anche una risposta che permetta di meglio affrontare i trend di cambiamento che stanno caratterizzando il settore assicurativo.

Formazione per i dipendenti - anno 2017

Complessivamente, si è registrato un aumento negli anni del numero di ore dedicate alla formazione: un aumento del +54% rispetto al 2015 (ore di formazione totale 5.544) e del +48% rispetto al 2016 (ore di formazione totale 5.753).

Nel 2017, le ore di formazione alle quali ha partecipato il personale dipendente ammontano a circa **8.516 ore**, di cui la quasi totalità è stata dedicata alla formazione per aggiornamento professionale.

Per quanto riguarda la formazione tecnica, negli ultimi anni hanno avuto luogo percorsi tecnici riguardanti tra gli altri l'allineamento operativo ed organizzativo dell'area di Ferrara; la crescita delle figure delle coordinatrici; l'indagine ambiente di lavoro e la gestione del tempo-coordinamento ed affiancamento.

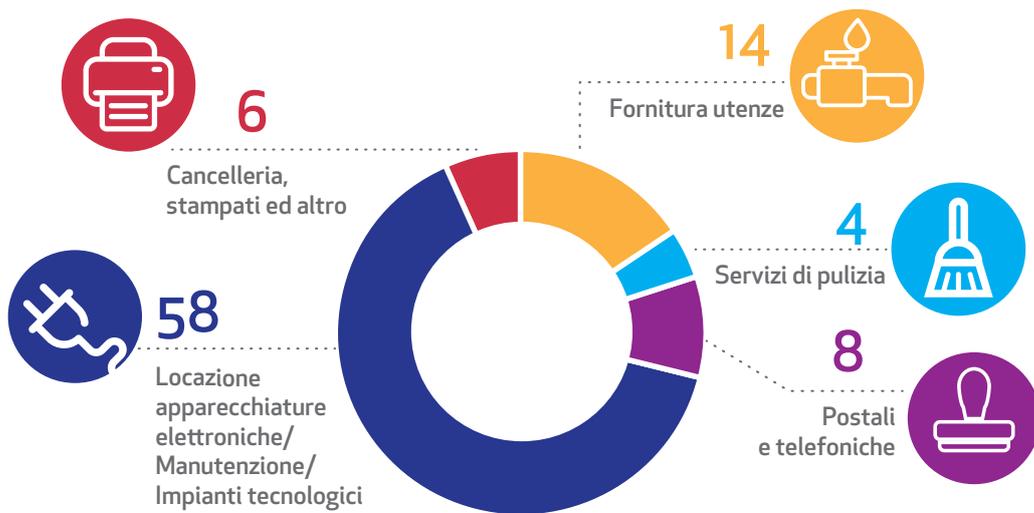
I PARTNER PER LA CREAZIONE DI VALORE

I fornitori supportano quotidianamente le Assicoop nell'erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo.

Nel 2017 Assicoop Modena&Ferrara ha in attivo la collaborazione con 90 maggiori fornitori che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore

Dati 2017



105



Dati 2017

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono tutti i broker e coassicuratrici (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale).

Nel 2017 Assicoop Modena&Ferrara collabora con 10 professionisti per incarichi specifici e 51 soggetti per i servizi di intermediazione.



SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO

Assicoop Modena&Ferrara in qualità di una realtà imprenditoriale molto presente sul suo territorio, è da anni impegnata alla promozione e al sostegno dello sviluppo locale.

I contributi sul territorio stanziati risultano essere ampi e diversificati, e complessivamente in aumento di circa il 5% rispetto al 2016.

Investimenti nella comunità - anno 2017



Investimenti nella comunità

	Udm	2013	2014 (*)	2015	2016	2017
Totale	€	356.215,00	394.990,00	318.712,00	323.985,00	339.825,00
Liberalità	€	34.553,00	55.548,00	19.118,00	21.361,00	12.878,00
Sponsorizzazioni	€	321.662,00	339.442,00	299.594,00	302.624,00	326.947,00

Nello specifico, nel 2017 sono stati investiti € 326.947 per attività di sponsorizzazione e un totale di € 12.878 in qualità di erogazioni liberali.

Particolarmente attiva nel campo dell'arte e della cultura attraverso il collezionismo d'impresa, Assicoop Modena&Ferrara contribuisce alla tutela del patrimonio locale e cura un'importante raccolta che oggi conta oltre cinquecento opere di pittura, incisione scultura e grafica.

Attraverso la collaborazione pluriennale con il Museo civico d'arte di Modena, l'attività collezionistica di Assicoop si è nel tempo focalizzata sul recupero di opere artistiche del XIX e del XX secolo disperse in diverse collezioni private e realizzate da artisti modenesi per nascita, formazione o ambito di attività.

Oggi la **"raccolta artistica di Assicoop Modena&Ferrara"** include anche un più ristretto nucleo di opere di ambito ferrarese e la raccolta di circa duecento cornici antiche italiane, espressione queste ultime di una ricca sapienza artigiana che ogni area culturale definisce per via di tradizioni e repertori di bottega particolari. Un tale impegno collezionistico, nato nel 2003, è sostenuto e guidato dalla collaborazione con gli enti di ricerca del territorio e si accompagna ad una condivisa attività di valorizzazione del patrimonio culturale (mostre, pubblicazioni, restauri). L'intento di fare dell'attività collezionistica si è dunque tradotta in rapporti sempre più stretti e articolati con enti culturali delle province.

Nel 2013 Assicoop e il **Museo civico d'arte di Modena** hanno realizzato il secondo volume della raccolta d'arte di Assicoop Modena&Ferrara e un volume relativo alla collezione d'arte dell'Ottocento del Museo.

Inoltre, Assicoop Modena&Ferrara apre annualmente al pubblico gli uffici della propria sede per rendere visitabile la propria collezione di opere d'arte di artisti modenesi, grazie anche alla collaborazione con il Museo Civico d'Arte di Modena ed alla disponibilità dei propri dipendenti. Nel 2015 poi, in collaborazione con la Banca Popolare dell'Emilia-Romagna e la Galleria civica di Modena, ha dato vita alla mostra **"Paesaggi"**, un'esposizione di circa sessanta opere d'arte, provenienti dalle rispettive collezioni, allestita all'interno de

Palazzo ducale di Modena. La mostra ha visto nei due mesi di apertura un'affluenza di oltre 11.000 visitatori. Per quanto riguarda i progetti di solidarietà anche nel 2016 sono stati sostenuti progetti di associazioni del territorio tra le quali **ASEOP E ADMO** che si occupano rispettivamente dell'assistenza nel settore dell'ematologia oncologica pediatrica e della donazione del midollo osseo. Come tutti gli anni è stato anche erogato un contributo in occasione della Festa della Donna, suddiviso tra Casa delle Donne di Modena, UDI di Ferrara e Cesar Onlus, a favore di un progetto per le donne del Sudan.

Assiccoop Modena&Ferrara è socio sostenitore del **Teatro Comunale Luciano Pavarotti e del Teatro Storchi di Modena**, oltre che del **Teatro Comunale di Ferrara**, e Socio di **Centro di Documentazione Italiano sulla Cooperazione (SOCl)**.

Annualmente sono inoltre promosse iniziative di particolare richiamo a livello nazionale come il **"Festival internazionale di Ferrara"**, una manifestazione che promuove incontri e dibattiti con i rappresentanti più significativi del giornalismo mondiale insieme a scrittori, economisti e fumettisti; il festival musicale **"Ferrara sotto le stelle"** e il **"Festival della filosofia di Modena"**, una manifestazione culturale italiana che dal 2001 si svolge annualmente a Modena, Carpi e Sassuolo. Nel 2016 è stato assegnato un contributo alla prima edizione del **"Memoria Festival di Mirandola"**, comune fortemente colpito dal sisma del 2012.

Assiccoop Modena & Ferrara ha poi elargito, nel corso del 2017, un contributo in qualità socio aderente dal 2014 al **"Museo Casa Natale Enzo Ferrari a Modena"** ed è continuata la politica di sostegno alle iniziative culturali promosse dai **Musei e dal Comune di Carpi**, attraverso la sponsorizzazione delle mostre effettuate nell'anno.

Altri contributi minimi sono infine stanziati nei confronti di associazioni sportive e circoli culturali oltre al contributo per le attività della Commissione attività Sociali, le quali riscontrano sempre un particolare apprezzamento.



**Per visualizzare il video
seleziona RSI CLIP 2.mp4
nella cartella video**



L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

GLI IMPATTI AMBIENTALI

La tipologia di attività che caratterizzano la catena del valore di Assicoop, quali le attività commerciali, finanziarie ed amministrative, non apportano particolari impatti inquinanti sull'ambiente.

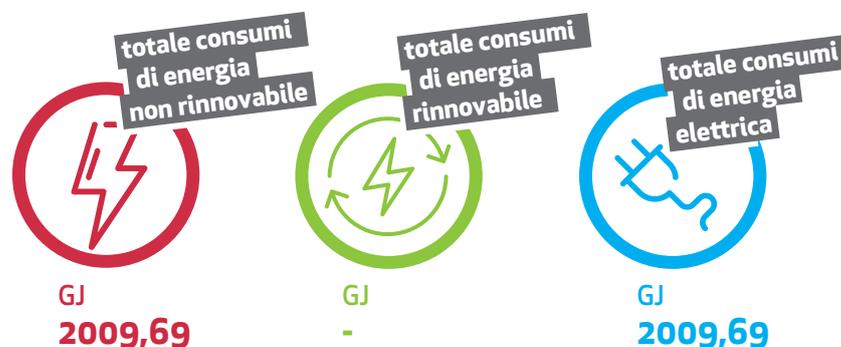
Nonostante ciò, Assicoop Modena&Ferrara nello svolgimento delle sue funzioni è molto attenta alla tutela del territorio di appartenenza e manifesta il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

Di seguito sono riportati i principali dati per il solo anno 2017 e riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

Principali rifiuti prodotti



Consumo di energia ¹



¹ I consumi riguardano tutte le sedi e le filiali di Assicoop Modena&Ferrara dislocate sul territorio di riferimento.



2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ

Il presente documento si inserisce all'interno della nuova edizione del Bilancio di Sostenibilità. Ai fini di fornire una fotografia aggiornata delle attività svolte sui territori dalle singole Agenzie, di seguito sono fornite informazioni sulle principali tappe storiche, sulle performance economiche, e sulle iniziative realizzate sul territorio da parte di Assicoop Romagna Futura.

Attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti per il quinquennio 2013-2017, saranno forniti i principali elementi che caratterizzano l'approccio alla sostenibilità di Assicoop. Per una visione complessiva delle strategie ed azioni intraprese dall'Associazione si rimanda alla Sezione generale del Bilancio di Sostenibilità.

IDENTITÀ E STORIA

DAGLI ANNI '60 AGLI ANNI '80...

Nel corso degli anni Sessanta anche a Ravenna e Forlì vengono gettate le fondamenta delle agenzie cooperative. Come Unipol nasce dalla volontà del movimento cooperativo di occuparsi direttamente di copertura assicurativa dei danni, così nasce l'esigenza di portare sul territorio i servizi assicurativi alle cooperative, ai cooperatori, alle organizzazioni del mondo del lavoro, dipendenti, artigiani e commercianti e del settore agricolo. Da qui l'origine delle attuali Assicoop: un modello operativo completamente nuovo, che si è dimostrato dinamicamente idoneo a riformarsi ed evolvere nei modelli organizzativi necessari per rispondere al mercato e ai nuovi bisogni della clientela.

Negli anni Settanta Unipol intraprende alcune battaglie sociali in difesa degli assicurati, impegnandosi assiduamente per dare disciplina e regole al mercato e le Assicoop sono protagoniste con un "modo diverso" di fare assicurazione: guardare al business e al contempo porre al primo posto il "servizio al cliente".

Gli anni Ottanta rappresentano un periodo di cambiamento: la finanzia entra nel mercato assicurativo, le Assicoop crescono con Unipol e diversificano le attività con le prime forme di credito individuale per la famiglia e la piccola impresa. Sul piano organizzativo le due realtà aggiungono nuove sedi nei comuni limitrofi; quella forlivese acquisisce negli anni Settanta i mandati delle agenzie del cesenate e negli anni Ottanta aggrega le agenzie del riminese, completando così la propria operatività nel territorio provinciale: le attuali Province Forlì - Cesena e Rimini.

DAGLI ANNI '90 AI PRIMI ANNI 2000...

Negli anni Novanta si definisce un nuovo modello strategico, organizzativo e commerciale nella prospettiva di una progressiva evoluzione di risposte alle nuove esigenze del cliente. L'Assicoop di Forlì - Cesena e Rimini diventa S.p.A. col nome "Assicoop Romagna" e nell'azionariato entrano Unipol, le finanziarie della cooperazione, le organizzazioni sindacali del lavoro dipendente e del lavoro autonomo.

Nel nuovo millennio la strategia industriale della Compagnia e la nascita di Unipol Banca portano a Forlì e Ravenna il modello integrato "agenzia - filiale", fra le prime esperienze in Italia. Nel frattempo, la Compagnia lancia il progetto di aggregazione tra le singole Assicoop, come strumento per dare vita a strutture con dimensioni organizzative tali da poter rispondere in modo pianificato ai cambiamenti, salvaguardando i legami con i territori di riferimento.

UNO SGUARDO VERSO GLI ORIZZONTI FUTURI...

Nel 2011, Assicoop Ravenna e Assicoop Romagna danno vita e confluiscono in una nuova Società con la denominazione "Assicoop Romagna Futura". Con la fusione si valorizzano le diverse professionalità ed esperienze, si utilizzano al meglio le vocazioni ravennate al business corporate e quelle forlivesi al business retail. Nel 2017, dopo l'attività dei "cantieri - progetto", avviati con la fusione per annullare le distanze, conoscersi e condividere le reciproche esperienze professionali e terminata l'analisi organizzativa, affidata alla Boston Consulting Group, con la consulenza di SCS Consulting e i processi di osservazione e approfondimento dei laboratori "Assicoop Lab", si avvia un nuovo modello organizzativo, con una diversa articolazione delle responsabilità e la costituzione di otto aree manager territoriali.



ASSICOOP 2020

È il progetto di sperimentazione e introduzione di **strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle **sfide emergenti** e con esse ai **nuovi bisogni** dei clienti. Le Assicoop si impegnano, singolarmente e in gruppo, alla realizzazione di azioni definite nel piano Assicoop 2020 per rispondere principalmente agli obiettivi di:

- > **costituire sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso progetti di accorpamento di realtà contigue e creazione di funzioni centralizzate per la diffusione dell'innovazione tecnologica;
- > **migliorare la produttività commerciale della rete vendita**, compresa anche la sua specializzazione.

Le Agenzie Societarie hanno avviato il **rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, dell'area tecnica e di back office**. Inoltre, è stata promossa la **formazione** dei propri dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali. È stata creata una funzione innovazione, trasversale alle Assicoop, sono state attivate iniziative quali la **vendita in mobilità** e avviato un processo di **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e gestionali** mediante l'implementazione di elementi legati alla multicanalità. Nel 2017 è stato introdotto l'ampliamento delle reti specialistiche attraverso la costituzione di una **struttura di consulenti dedicata al segmento di clientela "PMI"**, orientati nell'offerta di servizi consulenziali di Risk Assessment e approcci di pricing personalizzati, derivanti dall'esperienza sulla clientela corporate.



GOVERNANCE

LE CARICHE SOCIALI

Presidente

Lorenzo Cottignoli

Vicepresidente

Franco Giuliani

Amministratore Delegato

Lorenzo Cottignoli

Consiglieri di Amministrazione

Lorenzo Cottignoli, Carlo Pareschi, Gianpaolo Berardi, Franco Giuliani, Massimo Mazzavillani, Giancarlo Corzani, Raffaella Mazzanti

Collegio Sindacale

Sindaci effettivi: Pierpaolo Sedioli, Salvatore Petrillo, Vincenzo Ioli

Sindaco Supplente: Laura Giammarchi

COMPAGINE SOCIALI

La quota di azioni più significativa è detenuta da UnipolSai Finance S.p.A. che rappresenta il Gruppo Unipol, seguita da Pegaso Finanziaria S.p.A. e dalle 2 Società autoctone Assicoop Ravenna S.p.A.¹ e Assicoop Romagna S.p.A., che detengono insieme a Parfinco S.p.A. complessivamente il 38%.

Struttura dell'azionariato - Quote detenute da ciascun azionista

ROMAGNA FUTURA

UnipolSai Finance Spa **50%**

Federazione delle Cooperative
della Provincia di Ravenna scpa **15,51%**

CNA Servizi Forlì-Cesena **11,62%**

SEDAR CNA Servizi Soc. Cons. Coop. pa **6%**

Parfinco **4,01%**

Teorema Soc. Coop. pa **3%**

Fincom **2,38%**

Coop Sviluppo Commercio e Turismo - Coop. a rl **2,38%**

Pegaso Finanziaria **1,50%**

SI.CO.T **1,50%**

Teorema di Cesena Srl **1%**

Cooperdiem Soc. Coop. **0,50%**

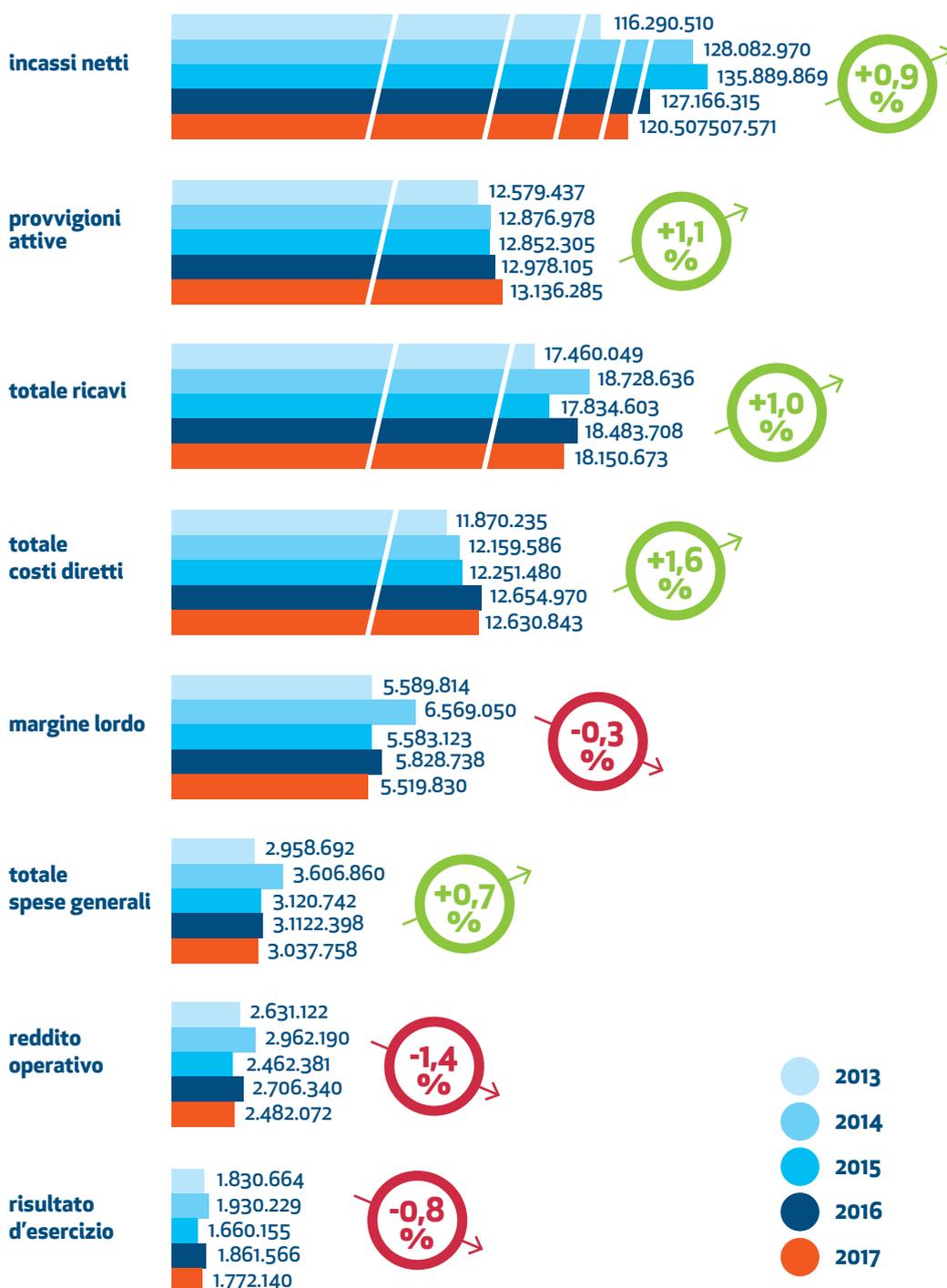
¹ Assicoop Ravenna S.p.A. il 29/12/2014 si è fusa in Federazione delle Cooperative della Provincia di Ravenna.



PERFORMANCE ECONOMICA

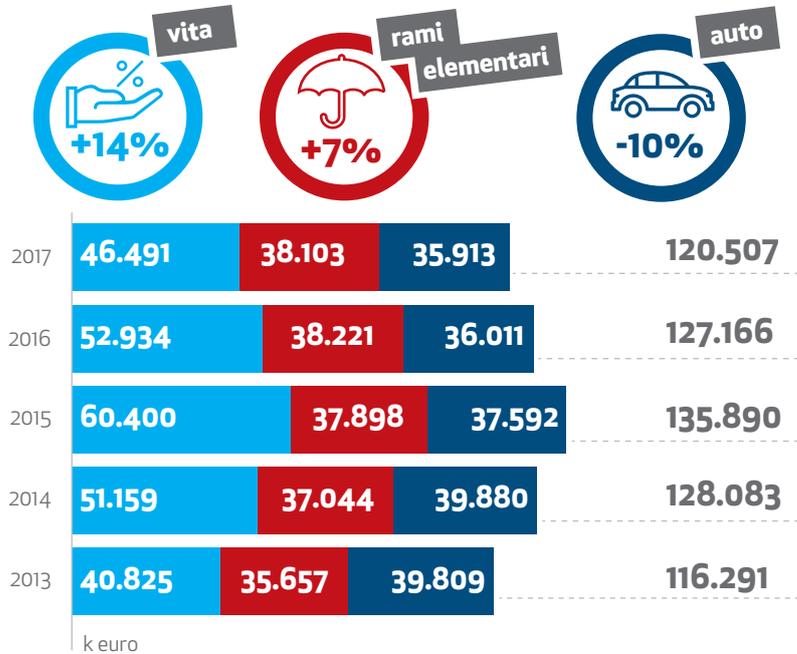
Per fornire un quadro completo circa l'entità della performance realizzate da Assicoop Romagna Futura per il quinquennio di riferimento, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti da un focus sull'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Principali indicatori economici 2013-2017



Il risultato d'esercizio del 2017 evidenzia una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business, nonostante la leggera flessione rispetto allo scorso anno.

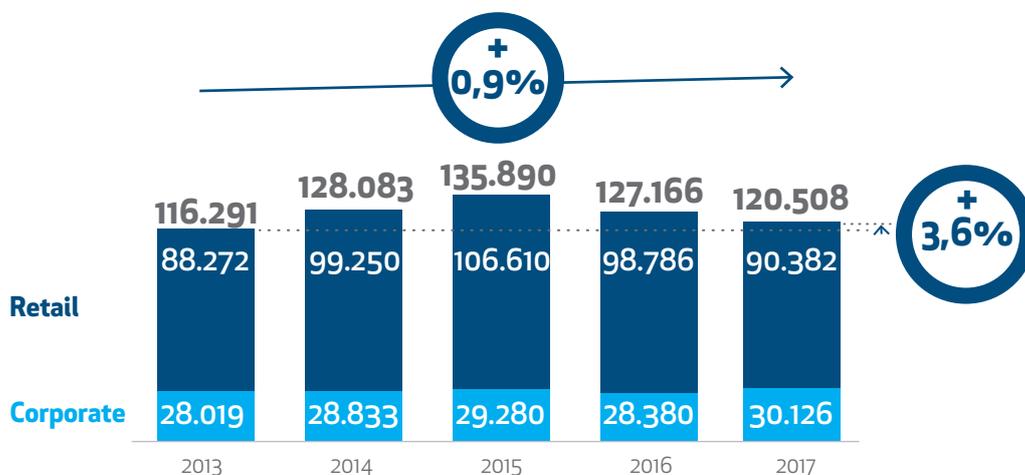
Raccolta premi - Auto/Rami elementari/Vita



Fra il 2013 e il 2017 in termini di raccolta premi Danni c'è stata un'inversione di pesi nel mix di prodotti: il portafoglio Rami Elementari supera in valore il portafoglio Auto, grazie a una variazione percentuale positiva del 7%, mentre il portafoglio Auto ha subito nello stesso periodo una contrazione del 10%.

In riferimento al comparto Vita, Assicoop Romagna Futura mostra un'inversione di tendenza rispetto all'Associazione, infatti si rileva un aumento del 14% nel quinquennio, che trascina la raccolta complessiva ad un risultato positivo nel periodo del 3%.

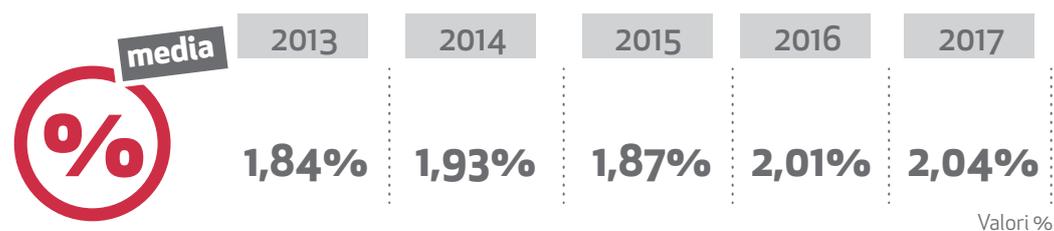
Raccolta premi - Corporate/retail



La raccolta premi nel quinquennio 2013-2017 ha subito una variazione percentuale di periodo positiva (+3,6%) con un aumento medio annuo di circa 1%. Si riscontra un miglioramento delle performance sia per la clientela Retail sia per la clientela Corporate.

L'attenzione di Assicoop Romagna Futura nel suo ruolo di partner per la tutela del rischio è inoltre confermata dall'indice di Cross Selling che evidenzia il buon livello di fidelizzazione dei clienti.

Indice di Cross selling

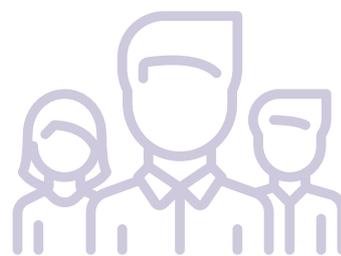


IL COMPARTO BANCARIO

In relazione all'attività bancaria il modello commerciale dell'Associazione è caratterizzato dalla peculiare integrazione dell'attività fra agenzia Assicoop e filiale bancaria, nell'offerta di prodotti e servizi UnipolSai Assicurazioni e Unipol Banca, dall'elevato valore sociale.

Il comparto bancario





LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

LE PERSONE DI ASSICOOP

Assicoop Romagna Futura investe sui propri collaboratori; reputa che il personale dipendente e la rete vendita (subagenti, produttori e promotori) siano un'importante risorsa per l'azienda e agisce per la stabilità occupazionale e per l'inserimento lavorativo dei giovani.

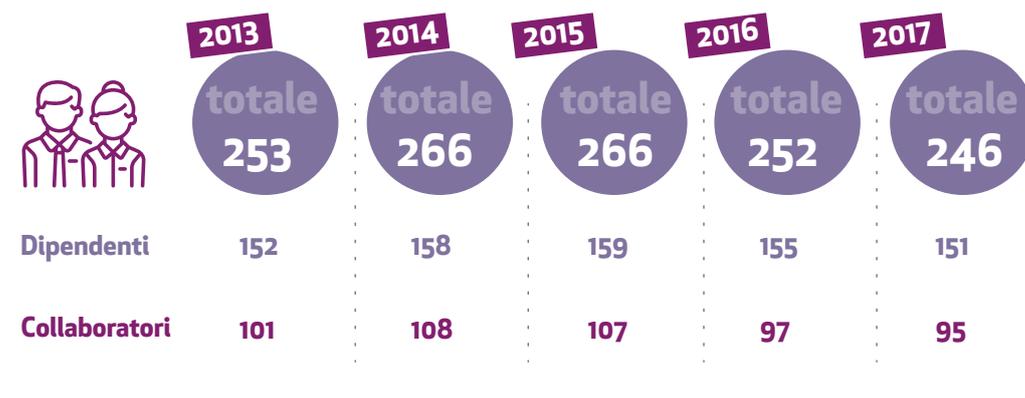
Nel 2017 le persone impiegate in Assicoop Romagna Futura sono state **246**, di cui **151 dipendenti** (47 uomini e 104 donne) e **95 collaboratori in libera professione**. Rispetto all'anno precedente il numero delle risorse umane ha registrato una diminuzione del 2,4% equivalente a 6 persone (2 collaboratori e 4 dipendenti).

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2017



Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo il CCNL e per genere, nel 2017 l'insieme del personale di Assicoop Romagna Futura è così composto: **2 dirigenti** (2 uomini, 0 donne), **15 quadri** (14 uomini, 1 donna), **134 impiegati** (31 uomini e 103 donne).

Andamento delle risorse umane 2013-2017

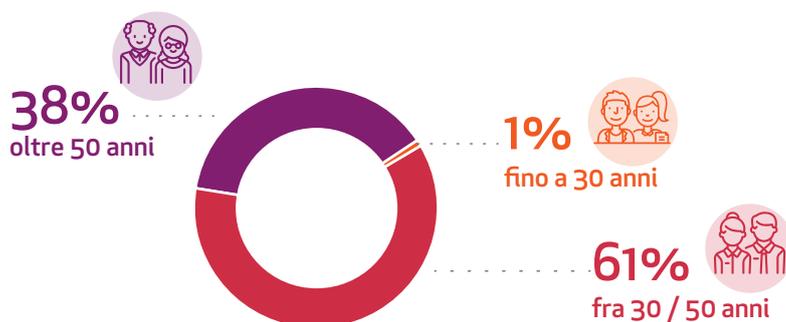


Quanto alla suddivisione per genere, nonostante la presenza femminile abbia registrato un leggero calo dimensionale del 4% rispetto al 2016 e del 9% rispetto al 2015, complessivamente nel 2017 le donne rappresentano il 68,9% dei dipendenti.

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fascia d'età, il 61% (93 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 38% (57 persone) ha più di 50 anni e l'1% (1 persona) ha un'età inferiore ai 30 anni. Nel periodo 2013-2017 Assicoop Romagna Futura ha assunto 35 persone.

Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti. A riguardo, la totalità dei dipendenti intrattiene un rapporto regolato da contratto a tempo indeterminato e l'82% anche full-time.

Dipendenti per fascia di età



Un altro aspetto che risulta essere di fondamentale importanza per l'organizzazione è l'attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse nell'instaurare un rapporto stabile e di lungo periodo con i dipendenti. In Assicoop Modena&Ferrara il 98% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato e l'84% ha un contratto di tipo full time.

Dipendenti per tipologia di contratto 2017



TALENTO E SVILUPPO PERSONALE

La valorizzazione delle competenze individuali e la realizzazione di una crescita professionale dei propri dipendenti rappresentano una leva imprescindibile per raggiungere standard di qualità eccellenti per il cliente, a garanzia di un servizio flessibile ed affidabile.

La formazione e l'armonizzazione contrattuale diventano quindi dei drivers fondamentali non solo per garantire l'efficienza di una realtà presente sul territorio in maniera capillare, ma anche una risposta che permette di meglio affrontare i trend di cambiamento che stanno caratterizzando il settore assicurativo.

Oltre agli obblighi di formazione per l'aggiornamento professionale in materia di sicurezza, privacy, antiriciclaggio e normativa IVASS, previsti dalle disposizioni di legge per gli operatori del settore assicurativo, la formazione specifica del personale riguarda la conoscenza delle caratteristiche tecnico/gestionali dei prodotti intermediati e lo sviluppo di competenze di tipo commerciale per l'attività di vendita, con particolare attenzione al rapporto con la clientela.

Le ore di formazione interna complessive, alle quali ha partecipato il personale dipendente di Assicoop Romagna Futura, sono aumentate del 15% rispetto a quanto predisposto nel 2016. In particolare, nel 2017 il monte ore dedicato alla formazione ammontava a **5.993 ore**, di cui **5.913 ore** dedicate alla **formazione specifica** e **80 ore per l'aggiornamento professionale**.

Formazione per i dipendenti - anno 2017



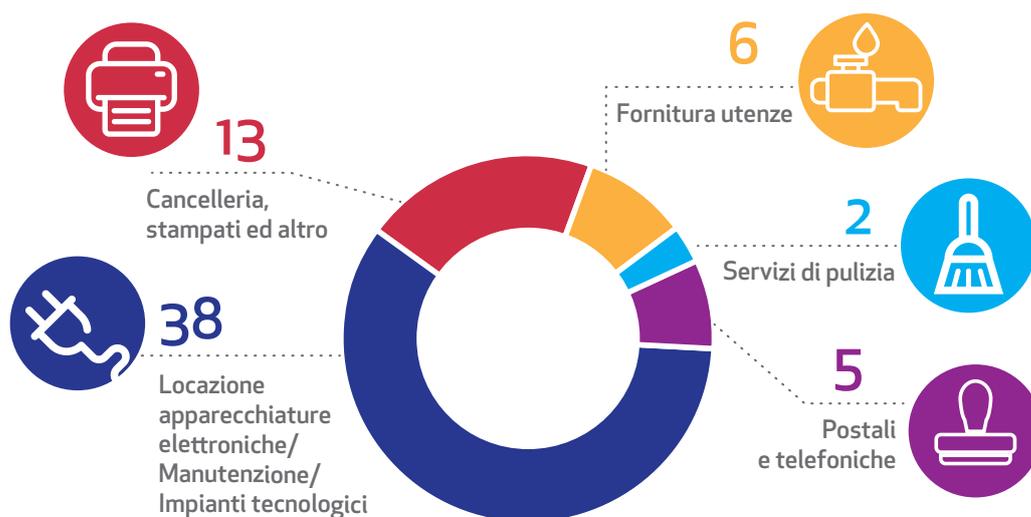
I PARTNER PER LA CREAZIONE DI VALORE

I fornitori supportano quotidianamente le Assicoop nell'erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo.

Nel 2017 Assicoop Romagna Futura ha in attivo la collaborazione con 64 maggiori fornitori che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore

Dati 2017



Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono tutti i broker e coassicuratrici (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale).

Nel 2017 Assicoop Romagna Futura intrattiene rapporti con 64 realtà per i servizi di intermediazione.



SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO

Assicoop Romagna Futura è una realtà imprenditoriale assicurativa che ha sviluppato sempre più intensamente un senso di responsabilità verso la comunità di riferimento. Ciò le ha permesso di prendere parte, negli anni, a molteplici iniziative sia interne che esterne per la promozione dello sviluppo locale.

Nel 2017 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di € 65.232, mentre l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di € 237.978.

Investimenti nella comunità - anno 2017



Investimenti nella comunità

	Udm	2013	2014	2015	2016	2017
Totale	€	299.705,00	479.862,00	310.892,00	308.614,00	303.210,00
Liberalità	€	19.616,00	22.261,00	66.680,00	71.774,00	65.232,00
Sponsorizzazioni	€	280.089,00	457.601,00	244.212,00	236.840,00	237.978,00

L'impegno costante di Assicoop Romagna Futura si traduce non solo nell'erogazione di contributi rivolti alle Organizzazioni Socie territoriali, ma anche nel coinvolgimento attivo e nel sostegno delle attività proprie di organizzazioni del terzo settore site nel territorio romagnolo, soprattutto in ambito culturale, sanitario e scolastico.

Tra queste, l'importante e pluriennale sostegno conferito all'**Istituto Oncologico Romagnolo - I.O.R. ON-LUS**, per i progetti di ricerca e prevenzione, contribuendo alle iniziative di educazione rivolte alle nuove generazioni e alle famiglie come **"Alla ricerca della formula del benessere: Liberiamo l'aria e i polmoni dal Fumo"**, iniziativa realizzata a Forlì nel corso della "Notte Verde dei Bambini". Assicoop Romagna Futura, inoltre, devolverà, nei primissimi giorni del 2018, un importante contributo per il progetto **"Km di Vita"**, il servizio gratuito compiuto dai Volontari IOR, che accompagnano i malati oncologici al centro di cura IRST. Questo contributo consentirà l'acquisto di un'auto dedicata al servizio gratuito e i costi di gestione per l'intero anno. Nell'occasione del 50esimo di Assicoop Romagna Futura è stata donata all'**Ausl Romagna** un'**autoambulanza** del valore di circa 90mila euro, attrezzata con le più recenti tecnologie all'avanguardia per gli interventi di emergenza. L'iniziativa ha contribuito a rafforzare nella comunità la visione integrata del territorio: la donazione, infatti, ha coinciso con la scelta delle tre Ausl locali di costituirsi in una sola Ausl per le tre provincie, con un unico "118 ROMAGNA".

In ambito culturale diversi sono stati gli eventi sostenuti, per citarne alcuni: in qualità di sponsor ufficiale di **"Ravenna Teatro"**, Centro di produzione teatrale, la programmazione unica per i due Teatri cittadini "Alighieri" e "Rasi"; è proseguita la collaborazione con **"Ravenna Festival"**, anche per la XXVIII edizione, l'appuntamento estivo con la musica internazionale; come pure con il **"Teatro Rossini"**, il teatro di Lugo, che ospita "Lugo Opera Festival", dedicato all'opera lirica.

Non è mancato il sostegno alla **Fondazione Parco Archeologico di Classe - RavennAntica**.

Inoltre, sono stati affiancati alcuni progetti fotografici, libri monografici e mostre, tra cui "Linee e Forme. Cervia, la Romagna e altri paesaggi" dedicata alle opere del fotografo Franco Fontana.

Ad aggiungersi ai molteplici eventi sostenuti: "**Fattore 'R'**", il primo forum di economia organizzato a Cesena dedicato all'imprenditoria della Romagna e la sponsorizzazione diretta della manifestazione la "**Settimana del Buon Vivere**", l'evento svolto della Città di Forlì con l'obiettivo di mettere in evidenza le molteplici eccellenze nei campi più diversi: arte, ambiente, formazione e ricerca, innovazione, sanità e assistenza sociale, enogastronomia, modelli d'impresa, che trovano la radice comune proprio nei principi del "Buon Vivere", ovvero del "BES" (benessere, equo, sostenibile). Sul fronte della tecnologia, la sponsorizzazione della mostra "**Noi Robot - festival della tecnica e dell'innovazione 2017**", organizzata a Cesena con un ampio e ricchissimo percorso nella robotica.

Nell'intento di coinvolgere e sensibilizzare anche i più piccoli Assicoop Romagna Futura nel corso del 2017 ha sponsorizzato diversi percorsi educativi aventi tematiche differenti, come "**IES-Insieme per l'educazione stradale**", un percorso educativo che ha visto come protagonisti gli oltre mille studenti delle 42 classi prime medie della città di Forlì che hanno sfilato in bici precedendo alla partenza i ciclisti del Giro d'Italia nella tappa cittadina. Nell'ambito delle attività condivise con Confesercenti Ravenna "**Un libro premia sempre**", il concorso giunto alla 19esima edizione collegato al premio Nazionale Bancarella: nel 2017 i ragazzi coinvolti sono stati oltre 400 di 12 istituti Superiori dei Comuni di Lugo, Ravenna e Faenza.

Infine, con l'obiettivo di promuovere, nel territorio della Romagna, le attività sportive fra i giovani e giovanissimi Assicoop Romagna Futura sponsorizza alcune Società sportive e per gli appassionati del podismo, il "Coordinamento Società Podistiche Ravennati" a cui aderiscono una ventina di società dilettantistiche.



**Per visualizzare il video
seleziona **RSI CLIP 1.mp4**
nella cartella video**



L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

GLI IMPATTI AMBIENTALI

La tipologia di attività che caratterizzano la catena del valore di Assicoop, quali le attività commerciali, finanziarie ed amministrative, non apportano particolari impatti inquinanti sull'ambiente.

Nonostante ciò, Assicoop Romagna Futura nello svolgimento delle sue funzioni è molto attenta alla tutela del territorio di appartenenza e manifesta il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

Di seguito sono riportati i principali dati per il solo anno 2017 e riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche ed idriche nel periodo di rendicontazione considerato.

Principali rifiuti prodotti



Consumo di energia





2013 | 2017 BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ

Il presente documento si inserisce all'interno della nuova edizione del Bilancio di Sostenibilità. Ai fini di fornire una fotografia aggiornata delle attività svolte sui territori dalle singole Agenzie, di seguito sono fornite informazioni sulle principali tappe storiche, sulle performance economiche, e sulle iniziative realizzate sul territorio da parte di Assicoop Toscana.

Attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti per il periodo di rendicontazione 2013-2017, saranno forniti i principali elementi che caratterizzano l'approccio alla sostenibilità di Assicoop. Per una visione complessiva delle strategie ed azioni intraprese dall'Associazione si rimanda alla Sezione generale del Bilancio di Sostenibilità.

IDENTITÀ E STORIA

DAGLI ANNI '70 AGLI ANNI '80...

Nel 1973 a Grosseto nasce CASAPA, l'Agenzia di Unipol Assicurazioni della Maremma, che presto diviene un'azienda in grado di offrire servizi assicurativi di alto livello ma accessibili a tutti. Promotori e fondatori del progetto sono i rappresentanti di Legacoop, CIA, CNA, Confesercenti e CGIL che, grazie ai loro iscritti, consentono fin da subito ampia diffusione dei servizi assicurativi offerti alla clientela. Pochi anni dopo nasce nella Valdelsa senese ASSICOOP SIENA, che attraverso un percorso di continua crescita, espande la propria attività su tutta la Provincia di Siena, trasferendo la propria sede nel Capoluogo.

DAGLI ANNI '90 AI PRIMI ANNI 2000...

Nel gennaio del 2003 le due Agenzie Unipol di Firenze, quella del CIS - Legacoop e dalla CGIL, si uniscono dando vita ad Assicoop Firenze S.p.A. Due anni dopo, nell'ottica di promuovere crescita e espansione, si aggiunge l'Agenzia provinciale della CNA e si avvia l'ampliamento dell'operatività anche nelle province di Prato e Pistoia.

Nel 2011 la tradizione e l'esperienza maturata da CASAPA, unitamente alla UnipolSai Assicurazioni, dà vita ad ASSICOOP GROSSETO S.p.A. che presto si afferma come soggetto imprenditoriale affidabile e capace di interpretare e rispondere efficacemente ai bisogni dei Clienti.

L'agenzia Generale La Fondiaria di Lucherini & Verdiani, che da più di 80 anni è protagonista nel mercato assicurativo di Firenze, entra a far parte del gruppo UnipolSai, consentendo all'Agenzia di consolidare il proprio ruolo nel mercato e tessuto sociale.

UNO SGUARDO VERSO GLI ORIZZONTI FUTURI...

Assicoop Toscana scaturisce quindi dall'unione di quattro Società diverse (Assicoop Firenze, Assicoop Siena, Assicoop Grosseto e l'Agenzia Fondiaria di Firenze Centro Lucherini & Verdiani) attraverso un processo di aggregazione iniziato nel luglio 2015 e terminato nel maggio del 2016.

Assicoop Toscana è una struttura radicata sul territorio, organizzata in settori ad alto livello di specializzazione, continuamente impegnata nell'introduzione e utilizzo di tecnologie innovative, e nella ricerca di nuove soluzioni organizzative caratterizzate dal desiderio di mettere il cliente al centro, erogando prodotti e servizi con trasparenza e correttezza.



ASSICOOP 2020

È il progetto di sperimentazione e introduzione di **strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle **sfide emergenti** e con esse ai **nuovi bisogni** dei clienti. Le Assicoop si impegnano, singolarmente e in gruppo, alla realizzazione di azioni definite nel piano Assicoop 2020 per rispondere principalmente agli obiettivi di:

- > **costituire sinergie tra le stesse Assicoop**, anche attraverso progetti di accorpamento di realtà contigue e creazione di funzioni centralizzate per la diffusione dell'innovazione tecnologica;
- > **migliorare la produttività commerciale della rete vendita**, compresa anche la sua specializzazione.

Le Agenzie Societarie hanno avviato il **rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, dell'area tecnica e di back office**. Inoltre, è stata promossa la **formazione** dei propri dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali. È stata creata una funzione innovazione, trasversale alle Assicoop, sono state attivate iniziative quali la **vendita in mobilità** e avviato un processo di **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e gestionali** mediante l'implementazione di elementi legati alla multicanalità. Nel 2017 è stato introdotto l'ampliamento delle reti specialistiche attraverso la costituzione di una **struttura di consulenti dedicata al segmento di clientela "PMI"**, orientati nell'offerta di servizi consulenziali di Risk Assessment e approcci di pricing personalizzati, derivanti dall'esperienza sulla clientela corporate.



GOVERNANCE

LE CARICHE SOCIALI

Presidente

Paolo Cantelli

Vicepresidente

Stefano Piccardi

Amministratore Delegato

Carlo Pareschi

Consiglieri di Amministrazione

Massimo Biancardi, Lorenzo Cottignoli, Giuseppe d'Alessandro, Francesco Landi, Daniela Morosini, Sandro Piccini, Simone Tarchiani, Mario Vidale

Collegio Sindacale

Presidente: Libero Mannucci
Alessia Bastiani, Alberto Parisini

COMPAGINE SOCIALI

I soci di Assicoop Toscana S.p.A. rappresentano a livello locale il mondo del lavoro dipendente (CGIL) e il mondo dell'imprenditoria, dell'artigianato, del commercio, dell'agricoltura, del turismo e dei servizi (Legacoop, CIA, CNA, Confesercenti).

Nella compagine sociale sono presenti le Organizzazioni datoriali espressione dei territori di riferimento di Assicoop Toscana, nonché espressione della Legacoop della Toscana (CCCP Srl) e Cgil Regionale (Caaf Cgil Toscana S.r.l.); UnipolSai Finance S.p.A. è invece una Società finanziaria del Gruppo Unipol, mentre Pegaso Finanziaria Spa rappresenta una Società finanziaria di Legacoop Emilia-Romagna.

Nel corso del 2017 è avvenuta l'acquisizione delle quote di Finpass Srl, pari al 9,89% dell'azionariato complessivo, da parte di CCCP Srl.

Struttura dell'azionariato - Quote detenute da ciascun azionista

TOSCANA

UnipolSai Finance Spa **46,8%**

Pegaso Finanziaria SpA **17,4%**

CCCP Srl **15,3%**

Caaf CGIL Toscana Srl **9,8%**

CNA Siena **2,7%**

CESCOT Siena **2,7%**

CIA Siena **2,7%**

CNA Firenze **2,2%**

CIA Firenze Servizi Srl **0,4%**

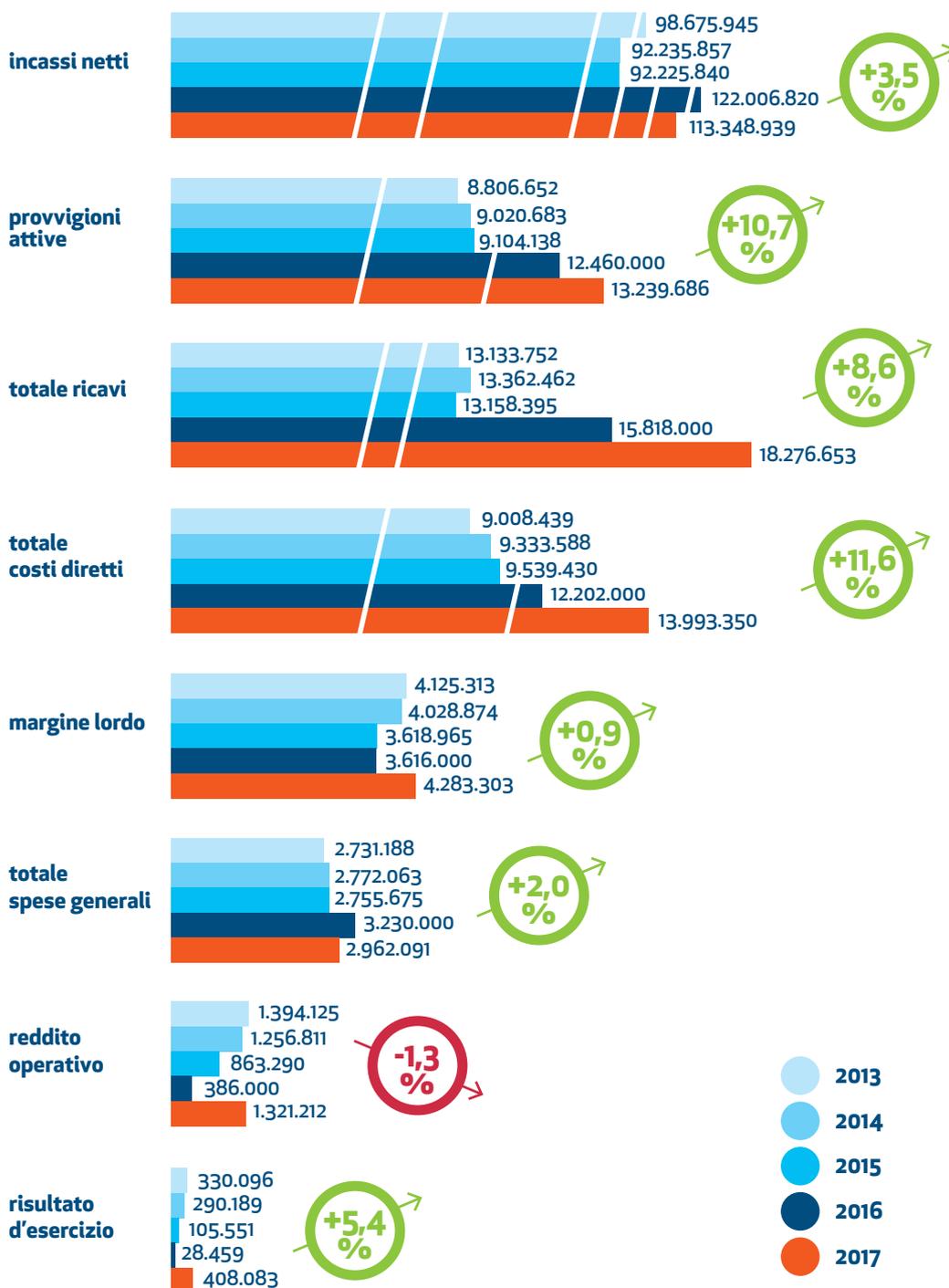




PERFORMANCE ECONOMICA

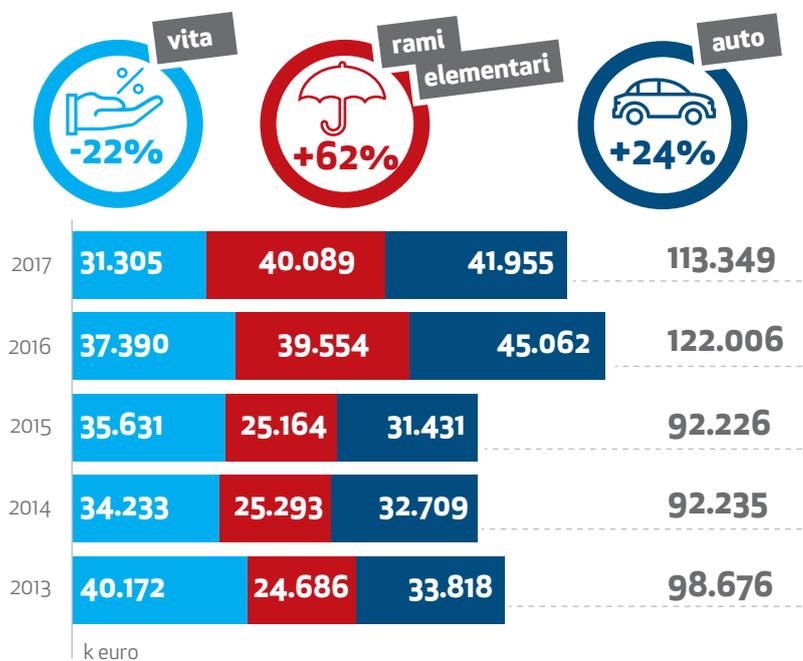
Per fornire un quadro completo circa l'entità della performance realizzate da Assicoop Toscana per il quinquennio di riferimento, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti dall'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Principali indicatori economici 2013-2017



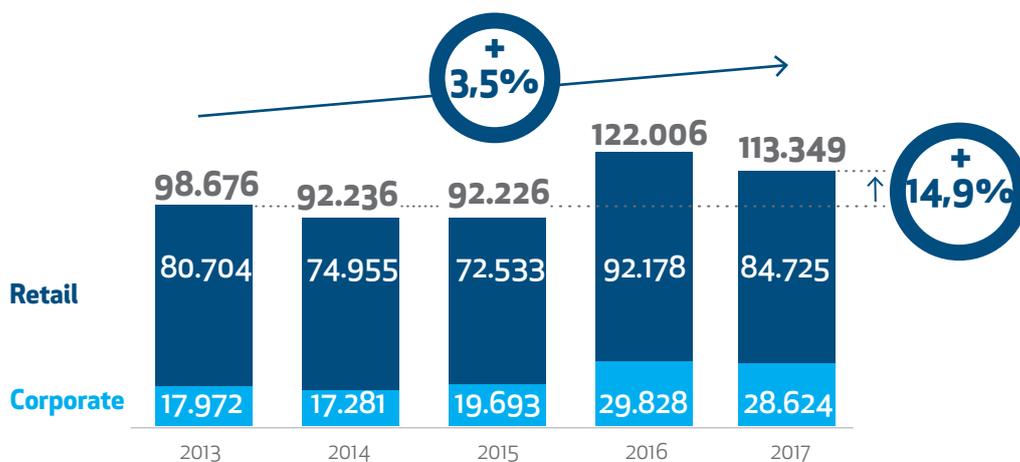
Il risultato d'esercizio del 2017 evidenzia un processo di ripresa dagli impatti del processo di fusione, e mostra una capacità di mantenere il livello di sostenibilità economica del business.

Raccolta premi - Auto/Rami elementari/Vita



La politica commerciale orientata verso un ruolo di "tutela della persona" è evidente nel periodo in considerazione. Fra il 2013 e il 2017, in riferimento al comparto Vita si presenta una diminuzione della raccolta premi. Per quanto riguarda la raccolta premi Danni, il valore del portafoglio Rami Elementari grazie ad una variazione positiva di periodo del 62,4% arriva quasi a pareggiare quello del segmento Auto, che nello stesso periodo di riferimento aumenta in modo meno netto, con il 24%.

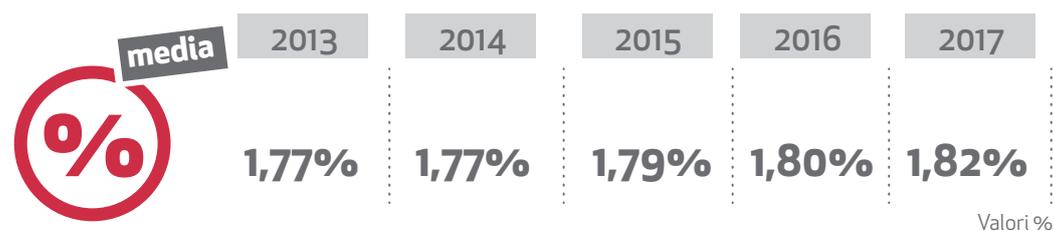
Raccolta premi - Corporate/retail



La raccolta premi nel quinquennio 2013-2017 a dati di portafoglio ha subito una variazione percentuale di periodo positiva (+14,9%) con una riduzione media annua del 3,5%: presentando una performance positiva nel quinquennio sia in riferimento alla clientela Retail (+5%), che per quella Corporate (+59%).

L'attenzione di Assicoop Toscana nel suo ruolo di partner per la tutela del rischio è inoltre confermata dall'indice di Cross Selling che evidenzia il buon livello di fidelizzazione dei clienti.

Indice di Cross selling

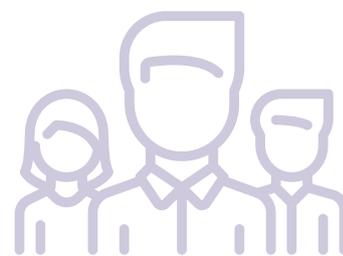


IL COMPARTO BANCARIO

In relazione all'attività bancaria il modello commerciale dell'Associazione è caratterizzato da un'offerta di prodotti e servizi frutto della peculiare integrazione tra Unipol Banca e Unipol Assicurazioni e dall'elevato valore sociale.

Il comparto bancario





LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

LE PERSONE DI ASSICOOP

Per Assicoop Toscana è molto importante investire sulle proprie risorse umane, personale dipendente e rete indiretta di vendita (subagenti, produttori e promotori), è stata infatti tutelata la stabilità occupazionale ed è stato promosso l'inserimento lavorativo dei giovani.

Nel 2017 le persone impiegate in Assicoop Toscana sono state 261, di cui **151 dipendenti** (86 donne, 65 uomini) e **110 collaboratori in libera professione**. In seguito al processo di aggregazione finalizzata nel maggio 2016 il numero di risorse umane è complessivamente aumentato del 19% rispetto al 2015. Ad incidere maggiormente sull'incremento dimensionale sono i dipendenti, aumenti che oggi includono 32 persone in più, i collaboratori in aggiunta a quelli già presenti nel 2015 sono invece 10.

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2017

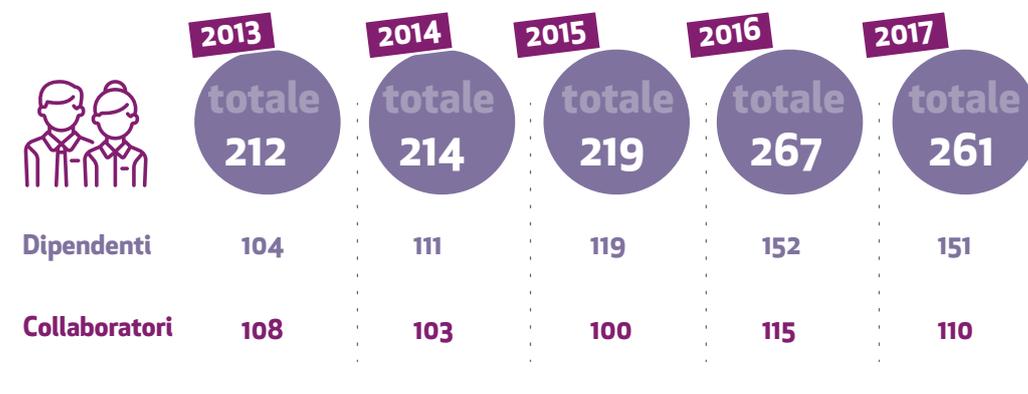


130

Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, successivamente alla costituzione di Assicoop Toscana unificata, nel 2017 l'insieme del personale risulta comporsi di 2 dirigenti uomini, 18 quadri (17 uomini e 1 donna) e 131 impiegati (45 uomini e 86 donne). La composizione dei dipendenti quadri non ha riguardato particolari cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2013 - 2017), mentre a livello impiegatizio si è registrato un aumento di 30 figure rispetto al 2015.

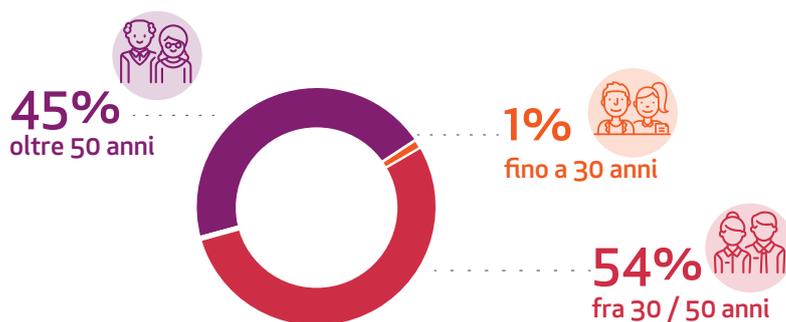
Quanto alla suddivisione per genere, le **donne presenti** rappresentano il **57% del totale dei dipendenti**.

Andamento delle risorse umane 2013-2017



Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fasce di età, il 54% di questi (82 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 45% (67 persone) ha più di 50 anni e l'1% (2 persone) un'età inferiore ai 30 anni. Nel 2017 Assicoop Toscana ha assunto 4 nuove persone, di cui 1 di età inferiore a 30 anni, 2 tra 30 anni e 50 e 1 di età superiore ai 50.

Dipendenti per fascia di età



Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una forte attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse nell'instaurare un rapporto stabile e di lungo periodo con i dipendenti, riscontrabile nel fatto che la totalità di questi ha il contratto a tempo indeterminato, l'87,4% di tipo full time. Di questi vi sono inoltre benefit specifici, come l'utilizzo di auto e cellulari aziendali, la possibilità di Assistenza sanitaria integrativa (regolamento n.5 della Cassa Assistenza Iprass), una polizza infortuni professionale ed extraprofessionale, una copertura Assicurativa Polizza kasko e la previdenza complementare.

Dipendenti per tipologia di contratto 2017



TALENTO E SVILUPPO PERSONALE

La valorizzazione delle competenze individuali e la realizzazione di una crescita professionale dei propri dipendenti rappresentano una leva imprescindibile per raggiungere standard di qualità eccellenti per il cliente, a garanzia di un servizio flessibile ed affidabile.

La formazione e l'armonizzazione contrattuale diventano quindi dei drivers fondamentali non solo per garantire l'efficienza di una realtà presente sul territorio in maniera capillare, ma anche una risposta che permette di meglio affrontare i trend di cambiamento che stanno caratterizzando il settore assicurativo.

La politica di gestione delle risorse umane di Assicoop Toscana prevede da un lato il rispetto degli obblighi di formazione per l'aggiornamento professionale in materia di sicurezza, privacy, antiriciclaggio e normativa IVASS previsti dal D.L. n 209/2005 e Regolamento ISVAP n. 5/2006, mentre dall'altro l'attivazione di corsi di formazione specifica di tipo tecnico- commerciale.

Formazione per i dipendenti - anno 2017



Nel 2017, le ore di formazione interna a cui ha partecipato il personale dipendente di Assicoop Toscana ammontano a **7.958 ore**, di cui **5.500 per l'aggiornamento professionale e 2.458 di tipo specifica** (tecnico e commerciale).

La formazione della rete si è focalizzata sulla formazione iniziale delle nuove risorse umane che sono diventate parte della Società ed alcuni aggiornamenti dei giovani circa l'individuazione dei bisogni assicurativi, la diffusione della cultura del rischio e corsi sulle tecniche di vendita (es. A.S.P.I.C.).

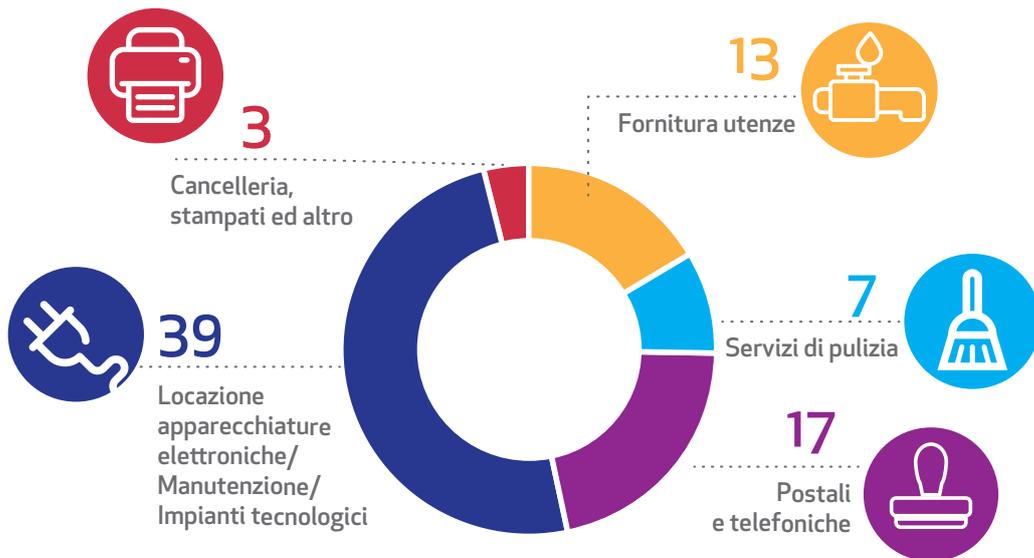
I PARTNER PER LA CREAZIONE DI VALORE

I fornitori supportano quotidianamente le Assicoop nell'erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo.

Nel 2017 Assicoop Toscana ha in attivo la collaborazione con 79 maggiori fornitori che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore

Dati 2017



133



Dati 2017

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono tutti i broker e coassicuratrici (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale).

Nel 2017 Assicoop Toscana collabora inoltre con 12 professionisti per incarichi specifici e 13 soggetti per i servizi di intermediazione.



SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

IL VALORE CREATO SUL TERRITORIO

Assicoop Toscana si pone verso il territorio di riferimento con la volontà di contribuire e valorizzare l'intera collettività e promuovere lo sviluppo locale: dal sostegno ad enti ed associazioni impegnate nel volontariato e nel sociale, agli investimenti nella cultura e nella valorizzazione della tradizione, fino alla realizzazione di specifiche iniziative convegni tematici e varie sponsorizzazioni.

Nel 2017 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di € 5.350, mentre l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di € 136.941.

Investimenti nella comunità - anno 2017



Investimenti nella comunità

	Udm	2013	2014 (*)	2015	2016	2017
Totale	€	181.133,49	121.533,90	102.929,54	85.024,45	142.290,66
Liberalità	€	7.820,00	15.810,00	5.300,00	2.381,94	5.350,00
Sponsorizzazioni	€	173.313,49	105.723,90	97.629,54	82.642,51	136.940,66

Assicoop Toscana dal 2013 organizza servizio gratuito per le persone sorde, prevedendo in giorni predeterminati la presenza di interpreti LIS che affiancano i consulenti e dipendenti al fine di spiegare termini tecnici e giuridici dei contratti assicurativi.

Nel corso del 2017 ha inoltre rinnovato il suo contributo alla realizzazione di **"A_Zero Violenza!"**, un concorso grafico per un manifesto contro il femminicidio e la violenza sulle donne, organizzato da Arci Firenze.

Per quanto riguarda le attività di beneficenza, sono stati erogati negli anni importanti contributi all'**Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze** e diverse sponsorizzazioni in occasione di eventi sportivi per la promozione del benessere psico-fisico delle persone tra cui il **Dynamo Camp di Sesto Fiorentino** riservato a ragazzi e ragazze portatori di handicap, i campionati Mini Challenge ed alcune importanti iniziative della società Mens Ana Basket di Siena.

Non sono mancate le iniziative progettate con le Organizzazioni Socie, con cui sono state progressivamente sviluppate iniziative di collaborazione tese a promuovere i servizi assicurativi e bancari del Gruppo Unipol presso gli iscritti ed associati. Le principali iniziative hanno riguardato la sponsorizzazione di congressi e/o convegni, inserzioni su periodici e la presenza di personale Assicoop presso le principali sedi di tali Organizzazioni.



Per visualizzare il video
seleziona **RSI CLIP 2.mp4**
nella cartella video



L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

GLI IMPATTI AMBIENTALI

La tipologia di attività che caratterizzano la catena del valore di Assicoop, quali le attività commerciali, finanziarie ed amministrative, non apportano particolari impatti inquinanti sull'ambiente.

Nonostante ciò, Assicoop Toscana nello svolgimento delle sue funzioni è molto attenta alla tutela del territorio di appartenenza e manifesta il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

Di seguito sono riportati i principali dati per il solo anno 2017 e riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

Principali rifiuti prodotti



Consumo di energia ¹



GJ
2123,4



GJ
-



GJ
2123,4

¹ I consumi riguardano tutte le sedi e le filiali di Assicoop Toscana dislocate sul territorio di riferimento.

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	CAPITOLO	RIFERIMENTO DIRETTO	NOTE
GRI 102: General Disclosures 2016	102-8 a. "Dipendenti per tipologia di contratto e genere"	Le persone di Assicoop		
GRI 102: General Disclosures 2016	102-8 b. "Dipendenti a tempo pieno o parziale"	Le persone di Assicoop		
GRI 102: General Disclosures 2016	102-10 "Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura avvenuti nel periodo di rendicontazione"	L'identità		
GRI 102: General Disclosures 2016	102-18 a. "Descrizione della struttura di governance"	La governance		
GRI 102: General Disclosures 2016	102-40 "Elenco dei Gruppi degli Stakeholder contattati"	Gli stakeholder di Assicoop		
GRI 102: General Disclosures 2016	102-44 "Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha risposto alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report"	Gli stakeholder di Assicoop		
GRI 102: General Disclosures 2016	102-50 "Periodo di rendicontazione (ad esempio, esercizio fiscale o anno solare) delle informazioni fornite"	Nota metodologica		
GRI 201: Performance economica 2016	201-1 "Valore economico diretto generato e distribuito"	Performance economica		
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 "Investimenti strutturali e in servizi sostenuti (finanziariamente)"	Collaborazione e sostegno per il territorio		
GRI 302: Energia 2016	GRI 302-1 "Consumi di energia all'interno dell'organizzazione"	L'attenzione all'ambiente		I consumi indicati fanno riferimento alle sedi e alle filiali presenti sui territori.
GRI 305: Emissioni 2016	305-2 a. "Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (scope 2) per tonnellate di Co2"	L'attenzione all'ambiente	La fonte dei fattori di emissione e del potenziale di riscaldamento globale (GWP) è il "GHG Protocol tool for stationary combustion" (Version 4.7, World Resources Institute (WRI), 2015), messo a disposizione dal GHG Protocol.	
GRI 306: Scarichi e rifiuti 2016	306-2 "Peso totale dei rifiuti pericolosi e non pericolosi in base ai differenti metodi di smaltimento"	L'attenzione all'ambiente		I consumi indicati fanno riferimento alle sedi e alle filiali presenti sui territori.

ASSICOOP

Associazione 

Associazione Agenzie Societarie Unipol Assicurazioni
Via Stalingrado 45 - 40128 Bologna

www.assicoop.it

UnipolSai
ASSICURAZIONI

