

2018/2020

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

**ASSICOOP**  
Associazione



**UnipolSai**  
ASSICURAZIONI

2018/2020  
**BILANCIO DI  
SOSTENIBILITÀ**

## SOMMARIO

<b>Lettera agli stakeholder</b>	
<b>Nota metodologica</b>	
<b>Sezione I. L'associazione</b>	
<b>1. L'identità</b>	10
1.1 La storia	
Le principali tappe dell'associazione	
1.2 I valori di Assicoop	
1.3 I tratti distintivi di Assicoop	
<b>2. La governance</b>	18
2.1 Integrità e governance aziendale	
<b>3. Stakeholder engagement e analisi di materialità</b>	22
3.1 L'analisi di materialità	
3.2 Assicoop e gli SDGS	
<b>4. Il contesto di riferimento</b>	28
4.1 Il ciclo economico internazionale	
4.2 Il ciclo economico italiano	
4.3 L'evoluzione del mercato assicurativo	
<b>5. Performance economica</b>	32
5.1 La redditività delle attività	
5.2 Il comparto assicurativo	
5.3 Il valore creato per il territorio	
<b>6. Soluzioni innovative per la clientela</b>	35
6.1 Il presidio del territorio	
6.2 Innovazione e qualità del servizio	
6.3 Vicini ai clienti	
<b>7. Le persone, la nostra risorsa</b>	40
7.1 Le persone di assicoop	
7.2 Talento e sviluppo del personale	
7.3 La salute e sicurezza sul lavoro	
<b>8. Collaborazione e sostegno per il territorio</b>	48
<b>9. L'attenzione all'ambiente</b>	50
9.1 Gli impatti ambientali	
<b>Sezione II. Le Assicoop</b>	
<b>Assicoop Bologna Metropolitana</b>	55
<b>Assicoop Emilia Nord</b>	69
<b>Assicoop Modena&amp;Ferrara</b>	81
<b>Assicoop Romagna Futura</b>	95
<b>Assicoop Toscana</b>	109
<i>Indice dei contenuti GRI standards</i>	125



## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Assicoop Associazione delle Agenzie Societarie di UnipolSai Assicurazioni, è nata per dare rappresentanza unitaria alle 5 Assicoop - Bologna Metropolitana, Modena&Ferrara, Emilia Nord, Romagna Futura, Toscana - favorire le relazioni tra le associate e spingere lo sviluppo di un canale di vendita caratterizzato da un forte radicamento territoriale e attenzione alla persona. "ASSICOOP. VICINA, SICURA, TUA" è infatti il paradigma con cui progettiamo un'offerta sulle reali necessità di persone e aziende, frutto di una strategia assicurativa che mette il cliente al centro.

Nel tempo, siamo cresciuti insieme alle nostre comunità di riferimento, affiancandole tanto nella vita quotidiana, quanto nei momenti di successo o di crisi, come avvenuto negli ultimi mesi, quando insieme abbiamo fronteggiato l'emergenza Covid-19.

Questo bilancio di sostenibilità, il quarto per l'Associazione, rendiconta del lavoro svolto tra il 2018 e il 2020 e ci aiuta a fissare gli impegni futuri. Negli ultimi tre anni la strategia di Canale si è adattata alle mutevoli condizioni di un mercato turbato anche dalla pandemia: 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 progetti in cinque aree di intervento - cultura e patrimonio artistico, generazioni future, ricerca scientifica, salute e solidarietà, ambiente - perseguitando alcuni dei più importanti obiettivi dell'Agenda Globale ONU per lo sviluppo sostenibile.

Il nostro Canale impiega oltre 1200 persone, con una forte presenza femminile (69%) e, grazie ad una rete capillarmente diffusa di oltre 300 tra punti vendita agenziali e sub agenziali, intrattiene relazioni con circa 420.000 clienti.

Omnicanalità, digitalizzazione, Agenzie Smart, change management, valorizzazione dei giovani e formazione continua: nel corso di questi anni abbiamo approntato soluzioni nuove e strumenti moderni per rispondere in modo competitivo alle sfide emergenti, accelerando l'evoluzione già avviata nel progetto di sviluppo Assicoop2020.

Insieme alle Organizzazioni Socie abbiamo interpretato le diverse esigenze della società e del mercato e sviluppato nuovi prodotti, 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.

Proprio con la nostra capacità progettuale vogliamo contribuire all'evoluzione che persegue il nuovo piano strategico di Unipol, sempre ancorati alle nostre radici, attenti alla coerenza tra valori e comportamenti, forti della nostra identità e di 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 nel 2015 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 impegnate a contribuire, 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 emergenti - si pensi ai catastrofali collegati al cambiamento climatico, alla salute e alla previdenza a fronte del cambiamento demografico in essere, alle modifiche che stanno avvenendo nel mondo del lavoro con il prodursi di nuove fragilità e divari - sono chiamate ad innovare nell'offerta di prodotti e servizi, e nel modo in cui si pongono ogni giorno nei confronti dei clienti e delle comunità.

In questo contesto assume ancora più valore sviluppare processi di rendicontazione che aiutino le imprese, soprattutto se soggetti 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 condiviso, sapendo dare nuove risposte con coerenza e coraggio.

La visione di futuro che ha sempre contraddistinto il Gruppo Unipol deve rimanere la bussola di ogni intervento e progetto.

**Pierluigi Stefanini**  
Presidente Gruppo Unipol

## NOTA METODOLOGICA

Il presente documento è la quarta edizione del Bilancio di Sostenibilità dell'Associazione Agenzie Societarie UnipolSai Assicurazioni-Assicoop (l'edizione precedente è del 2017) e tratta i dati relativi al periodo 2018-2020.

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

Ai fini di ripercorrere 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.**

La presente edizione del Bilancio di Sostenibilità utilizza i nuovi **GRI Sustainability Reporting Standards**, che dal 2018 hanno sostituito le precedenti linee guida (GRI G4 Guidelines). Per la definizione della struttura del documento e dei contenuti da trattare è stato quindi utilizzato come framework di riferimento i GRI Standards, secondo la modalità *GRI – Core*.

Il processo di rendicontazione ha visto la definizione di un **percorso di coinvolgimento strutturato dei propri stakeholder**. In via preliminare sono stati ascoltati i vertici delle Agenzie Societarie a cui è seguito un percorso di ascolto e coinvolgimento degli stakeholder esterni, le cui finalità sono state dupliche:

- definire le tematiche più rilevanti 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.

Un ulteriore elemento di novità del documento è rappresentato dall'individuazione dei **Sustainable Development Goals previsti dall'Agenda 2030** dell'Organizzazione delle Nazioni Unite, a cui Assicoop, con il suo modo di fare impresa contribuisce.

Il Bilancio di Sostenibilità 2018-2020 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 macroeconomico e al settore assicurativo per accompagnare il lettore nella comprensione delle scelte riorganizzative e delle performance conseguite delle 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.

Inoltre, in virtù del contesto emergenziale che ha caratterizzato l'anno 2020, trasversalmente, sono state rendicontate le **diverse iniziative intraprese dalle Assicoop in risposta al contesto emergenziale derivante pandemia di Covid-19**.

## Sezione I L'ASSOCIAZIONE

## HIGHLIGHTS 2020



1.174  
dipendenti  
e collaboratori



> 28.000  
ore di formazione



69%  
donne



> 1,1 milioni di euro  
di liberalità e sponsorizzazioni

> 420.000  
clienti



200.000 €  
donati a strutture ospedaliere  
durante l'epidemia Covid-19



115 agenzie in cui è attiva  
la Firma Elettronica Avanzata



30%  
dei clienti aderiscono alla Firma  
Elettronica Avanzata



# 1. L'IDENTITÀ

## 1.1 LA STORIA

Le Agenzie Societarie denominate Assicoop costituiscono un modello distributivo unico nel panorama assicurativo mondiale 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 fondono la relazione costante con il cliente, sono vicinanza ed efficienza.

### Assicoop: vicina, sicura, tua

Essere vicini, significa per il cliente, avere la possibilità di trovare le Agenzie con facilità, potersi confrontare in modo diretto, comprendere bene il contenuto dei prodotti e poter scegliere con maggiore sicurezza.

Essere vicini, significa per Assicoop, conoscere bene i clienti e mantenere con essi un rapporto costante. Significa anche conoscere bene il territorio di presenza, partecipando attivamente alla sua vita e al suo sviluppo attraverso la promozione di eventi artistico/culturali e iniziative socio/ambientali.

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.



## Le principali tappe dell'Associazione

1967	Nasce il Gruppo Aziendale Agenti Unipol GAAU
1986	Le prime Assicoop aderiscono all'Associazione Agenti Unipol
Seconda metà anni 90	Le Assicoop nate in forma cooperativa vengono trasformate in SpA con il coinvolgimento delle Organizzazioni Socie e Compagnia nella proprietà (ad esclusione di Assicoop Grosseto, che rimane una cooperativa di soci lavoratori fino al 2016)
1997	Nasce l'Associazione Agenzie Societarie UnipolSai Assicurazioni
1998	Primo accordo integrativo tra Agenzie Societarie e Unipol
2009	Primo Bilancio di Sostenibilità
2010	Lancio progetto integrazioni Assicoop (fino a quel momento dieci società e una cooperativa)
2012	Primo patto Unipol
2013	Secondo Bilancio di Sostenibilità
2014	50ennale di Assicoop Emilia Nord 50ennale di Assicoop Romagna Futura
2016	Lancio Progetto Assicoop 2020
2017	Completamento delle fusioni
2018	Terzo Bilancio di Sostenibilità
2019	50ennale di Assicoop Modena&Ferrara
2021	50ennale di Assicoop Bologna Metropolitana
2021	Quarto Bilancio di Sostenibilità e prima analisi di materialità
2021	Progetto New Generation

## Dagli anni '60 agli anni '80...

Le origini delle Assicoop risalgono agli 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 sua capacità di instaurare importanti relazioni dirette con il territorio porta Unipol a costituire 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.

La grande espansione del sistema si riflette sulle dimensioni del portafoglio delle Agenzie Societarie che va via incrementandosi, arrivando a rappresentare circa il 25 - 30% di quello dell'intera compagnia.

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, 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.

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

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

## Dai primi anni 2000 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 e l'Associazione lanciano il progetto di aggregazione tra Assicoop di diverse dimensioni per arrivare ad avere strutture capaci di far fronte ai repentina 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 2013, 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**.

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 ricercando 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**.

## Uno sguardo verso gli orizzonti futuri...

L'emergenza sanitaria da Covid-19, ha posto le Assicoop di fronte a nuove sfide, in particolare, le Assicoop hanno subito una forte accelerazione nel cambiamento del modello di servizio. La **digitalizzazione e i processi di omnicanalità** sono diventati la modalità di risoluzione della distanza fisica "forzata".

È in questo contesto che le Assicoop hanno visto la definizione delle loro strategie future, a partire dalla valorizzazione della sua esperienza, dalla sua professionalità e dalla sua tradizione di Assicurazione. In particolare, si possono identificare alcune **direttive prioritarie**:

- **Omnicanalità**, che si pone come fondamenta della strategia distributiva, con uno sviluppo coerente con i principi della sostenibilità e sempre più orientata al cliente.
- **Change Management**, attraverso l'innovazione digitale le Assicoop si potranno servire di nuove modalità di comunicazione. In particolare, verrà esteso l'utilizzo della Firma Elettronica Digitale ad un numero sempre crescente di agenzie.
- **Ricambio generazionale**, attraverso la valorizzazione e la formazione dei giovani già presenti in azienda e di coloro che ne faranno parte, Assicoop potrà orientarsi sempre più all'innovazione della propria struttura e dei propri processi.
- **Formazione**, attraverso la formazione continua a tutti i livelli operativi e dirigenziali Assicoop potrà garantire alle proprie persone sempre maggiore attenzione e crescita professionale, a partire dalle sollecitazioni e dai fabbisogni interni, oltre che dalle evoluzioni del contesto esterno.

**Il nuovo percorso di aggregazione ha l'obiettivo di riposizionare le Assicoop sul territorio per affrontare le evoluzioni del mercato**

## 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.

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.



### 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.



### 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.

### rispetto

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

### 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.



#### 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).



#### 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.

**VICINA.  
SICURA.  
TUA.**

#### 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.



#### 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.

## 2. LA GOVERNANCE

### 2.1 INTEGRITÀ E GOVERNANCE AZIENDALE

L'Associazione Agenzie Societarie si compone di due organi. A seguire vengono descritti e definiti i compiti in capo a questi.

#### ASSEMBLEA GENERALE DENOMINATA TAVOLO ISTITUZIONALE

**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 lo ritenga opportuno, o quando almeno un terzo degli iscritti ne faccia richiesta motivata e sottoscritta.

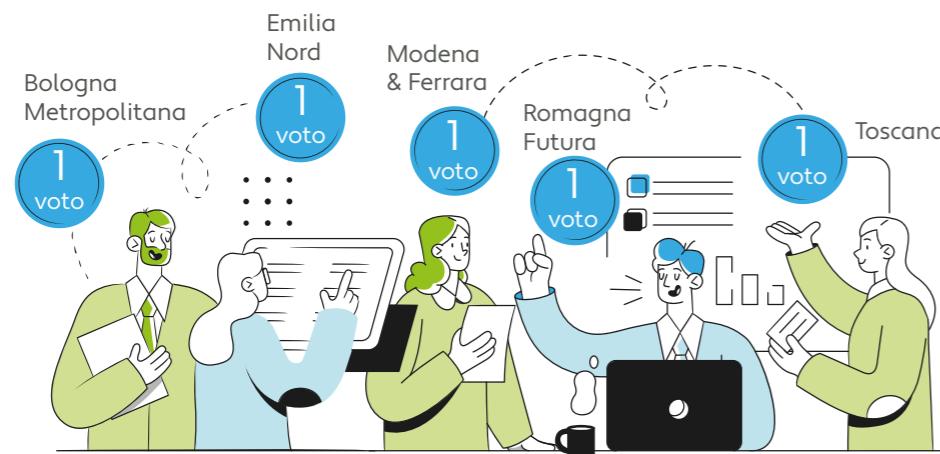
Tra i principali compiti dell'organo deliberativo si includono: l'elezione del Presidente dell'Associazione; l'approvazione del bilancio consuntivo e preventivo; la delibera di eventuali modifiche allo Statuto; lo scioglimento dell'Associazione. All'Assemblea Generale, inoltre, compete di:

- 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.

#### 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 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 membro più anziano tra i Presidenti componenti l'Assemblea Generale.



“ Per l'attività che svolge Assicoop, la prima cosa che mi fa aver fiducia dell'azienda è il patrimonio umano, la sua integrità, il rigore della condotta aziendale e le competenze nel proporre i prodotti. ”

Cliente coinvolto nel processo di analisi di materialità

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 dell'Assemblea Generale; 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 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**).

Tra le politiche che sottendono il rapporto tra UnipolSai, le Assicoop e le Organizzazioni Socie si annulla 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.

**Assicoop Modena&Ferrara**  
SOFINCO S.p.A. 46,86%  
UNIPOLSAI FINANCE S.p.A. 43,75%  
CIA CONF. ITA. AGRIC. Modena 4,12%  
CE.S.CON. SCARL Modena 1,50%  
COOPIM SOC.COOP.A R.L. 1,31%  
CSC DI VITTORIO SRL 0,92%  
ASSICOOP MODENA&FERRARA SPA 0,79%  
CIA CONF.IT.AGRIC. Ferrara 0,21%  
CNA ASSOCIAZ.TERRIT. Modena 0,16%  
CNA Ferrara 0,14%  
CGIL Ferrara 0,14%  
FED. ESERCENTI Ferrara 0,06%  
CNA SERVIZI SCARL Modena 0,05%

**Assicoop Bologna Metropolitana**  
UnipolSai Finance S.p.A. 49,19%  
Asscooper Cons. coop. a r.l. 14,36%  
Gruppo Società Artigianato S.r.l. (CNA) 1,90%  
Cisocc s.c. a r.l. 0,75%  
C.I.A. Agricoltori Italiani Emilia Centro 0,70%  
Venere S.r.l. (UIL) 0,10%  
Società Centro Servizi S.r.l. (CISL) 0,07%  
Parfinco S.p.A. (LEGACOOP) 16,98%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 13,02%  
Coop Edificatrice Ansaldi Soc. Coop 1,40%  
CNA s.c. a r.l. 0,75%  
Ergon S.r.l. (CGIL) 0,70%  
Ces. Conf. 1 S.r.l. (CONFESERCENTI) 0,07%  
CISL 0,01%

**Assicoop Romagna Futura**  
UnipolSai Finance S.p.A. 50,00%  
Parfinco S.p.A. 19,52%  
CNA Servizi Forlì-Cesena 11,62%  
Sedar CNA Servizi 6,00%  
Teorema Soc. Coop. p. A. 3,00%  
Mercurio Forlivese S.r.l. 2,38%  
Coop. Sviluppo Commercio e Turismo Coop a r.l. 2,38%  
S.I.CO.T. 1,50%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 1,50%  
Teorema di Cesena S.r.l. 1,00%  
FinCoop Rimini S.r.l. 0,60%  
Cooperdiem Soc. Coop. 0,50%

**Assicoop Emilia Nord**  
UnipolSai Finance S.p.A. 50,00%  
Parco S.p.A. 24,00%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 12,00%  
Assicura S.p.A. 10,00%  
Partecipa S.r.l. 4,00%

**Assicoop Toscana**  
UnipolSai Finance S.p.A 46,77%  
CCCP Scrl 15,32%  
CESCOT Siena 2,71%  
CNA Siena 2,71%  
CIA Firenze Servizi Srl 0,25%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 17,41%  
Caaf Cgil Toscana Srl 9,89%  
CIA Siena 2,71%  
CNA Firenze 2,23%

EMILIA NORD  
MODENA & FERRARA  
BOLOGNA METROPOLITANA  
ROMAGNA FUTURA

TOSCANA

### 3. STAKEHOLDER ENGAGEMENT E ANALISI DI MATERIALITÀ

Il contesto in continua evoluzione e la sempre maggiore consapevolezza dei clienti, in particolare sui temi di sostenibilità, richiedono ad ogni organizzazione un **approccio strutturato al coinvolgimento degli stakeholder**.

Il punto di partenza per un processo di stakeholder engagement è la mappatura degli stakeholder (c.d. mappa degli stakeholder) che rappresenti, in modo esaustivo e trasparente, il complesso di relazioni dell'organizzazione.

La mappa degli stakeholder rappresenta i principali portatori di interesse.

In particolare:

Clienti



Organizzazioni socie



Dipendenti e Collaboratori



Gruppo Unipol



Partner e Fornitori



Comunità e Territorio



Comprende tutta la clientela retail e corporativa, 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.

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.

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

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

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.

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.

### 3.1 L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Le singole Assicoop intrattengono relazioni dirette con tutte le categorie di stakeholder sopra rappresentate. Accanto a strumenti tradizionali di dialogo e ascolto, l'Associazione ha avviato un **percorso di coinvolgimento** dei principali portatori di interesse sui temi di sostenibilità, con l'obiettivo di definire gli aspetti rilevanti da rendicontare nel presente documento, attraverso l'analisi di materialità<sup>1</sup>.

La "materialità" rappresenta il primo passaggio per la redazione del Bilancio di Sostenibilità, come previsto dai riferimenti metodologici forniti dalla Global Reporting Initiative - GRI (101 Foundation) e dallo Standard AA1000APS di AccountAbility entrambi presi a riferimento da Assicoop.

Il processo di analisi di materialità ha previsto tre fasi:

1. Identificazione dei temi rilevanti;
2. Valutazione e prioritizzazione dei temi;
3. Definizione della matrice di materialità.

#### Identificazione dei temi

Ai fini della presente analisi sono stati confermati i temi individuati "potenzialmente rilevanti" identificati nel corso del precedente Bilancio di Sostenibilità (2013-2017), leggermente rivisti in seguito ad un'analisi della documentazione societaria e del contesto esterno.

#### Valutazione e prioritizzazione dei temi

In linea con i riferimenti metodologici sopra citati, per valutare e prioritizzare i temi potenzialmente rilevanti e identificare quelli da trattare all'interno del Bilancio di Sostenibilità, sono stati raccolti diversi elementi utili per valutare due dimensioni della rilevanza (interna ed esterna).

Le modalità di indagine sono state le seguenti:

- la **rilevanza interna** è stata indagata attraverso incontri con il Management (in particolare è stata realizzata un'intervista one-to-one con il Presidente dell'Associazione delle Agenzie Societarie Unipol, 9 interviste one-to-one con gli Amministratori Delegati e con i Presidenti delle Assicoop con l'obiettivo di valutare la rilevanza strategica per Assicoop e la possibilità di generare impatti;
- per indagare la **rilevanza esterna** Assicoop ha analizzato le esigenze di tutte le categorie di stakeholder rilevanti. In particolare, sono state realizzate 35 interviste individuali dirette ad un campione di 25 clienti e soci selezionato e a 10 rappresentanti della comunità locale. Inoltre, si sono realizzati 5 Focus Group, uno per ciascuna Assicoop, che hanno visto il coinvolgimento complessivo di 45 dipendenti, durante i quali è stata valutata la rilevanza delle tematiche materiali e sono state individuate possibili azioni di miglioramento per l'attività di Assicoop dei prossimi anni.

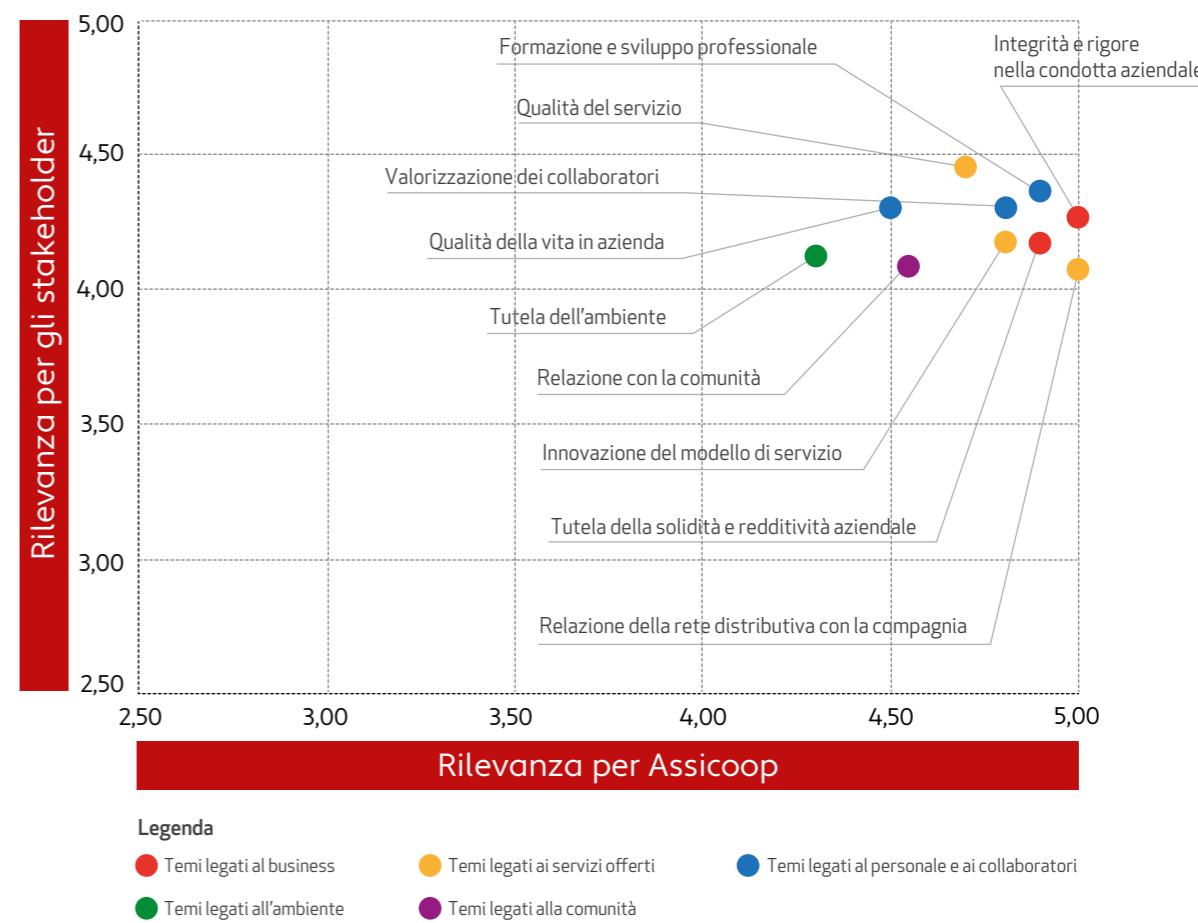


<sup>1</sup> Un argomento è ritenuto "materiale" se in grado di influenzare le decisioni, le azioni e le performance di un'organizzazione e dei suoi stakeholder.

#### Definizione della matrice di materialità

I risultati di tale processo sono stati successivamente condotti a una visione di sintesi attraverso la "Matrice di materialità" che riporta, sull'asse delle ordinate la valutazione di rilevanza interna e sull'asse delle ascisse quella esterna, rappresentando i temi "materiali".

#### La matrice di materialità



#### Metodologia di svolgimento del percorso di coinvolgimento

In relazione all'incertezza di contesto, il percorso di ascolto e coinvolgimento degli stakeholder è stato concepito in modalità digitale, evocativo fra l'altro di un nuovo modo di realizzare impresa in modo sostenibile.

Nel dettaglio, i Focus Group che hanno visto coinvolti 45 dipendenti e collaboratori facilitati da consulenti di SCS Consulting, rappresentativi per genere, ruolo e anzianità aziendale delle cinque Assicoop territoriali, sono stati diretti a sensibilizzare i dipendenti sui temi della sostenibilità e a confrontarsi, in maniera guidata, sui temi materiali. Infatti, sono state presentate ai dipendenti le evoluzioni del contesto di sostenibilità, affrontando temi quali l'Action Plan per la Finanza Sostenibile, il Green Deal Europeo, la rendicontazione di sostenibilità, i Sustainable Development Goals promossi dall'Agenda 2030 dell'ONU, per arrivare fino al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

In relazione alle valutazioni delle tematiche materiali, i dipendenti sono stati chiamati a valutare le dieci tematiche materiali per Assicoop, dal punto di vista della rilevanza riconosciuta nel rapporto dipendente-impresa, utilizzando una scala di valutazione con punteggio da 1 a 5.

La valutazione è avvenuta attraverso l'utilizzo di strumenti di instant pooling a seguito della quale i dipendenti hanno identificato possibili azioni di miglioramento nella gestione dei temi.

Per quanto riguarda le interviste con gli stakeholder esterni, anche queste si sono svolte in modalità digitale, durante la quale, oltre alla valutazione di "rilevanza" dei temi materiali, i portatori di interesse hanno condiviso spunti di miglioramento per Assicoop.



## 3.2 ASSICOOP E GLI SDGS

L'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile, approvata dalle Nazioni Unite nel settembre 2015, ha individuato 17 Obiettivi (Sustainable Development Goals o SDGs) e 169 Target nel percorso verso la sostenibilità a livello globale. Questi obiettivi, da raggiungere entro il 2030, evidenziano come l'attuale modello di sviluppo debba essere rivisto dal punto di vista sociale, ambientale ed economico, secondo una visione fortemente integrata. L'attuazione dell'Agenda 2030 richiede infatti lo sforzo congiunto da parte dei governi dei singoli Stati ma anche di tutte le componenti della società, comprese le imprese. Con l'obiettivo di analizzare il contributo che Assicoop può dare per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile, è stato utilizzato l'SDG Compass ([www.sdgcompass.org](http://www.sdgcompass.org)), sviluppato da UN Global Compact, GRI e World Business Council for Sustainable Development.

Gli SDGs così individuati sono stati collegati ai temi di sostenibilità più rilevanti per Assicoop e per i propri stakeholder e sono stati selezionati alcuni Sustainable Development Goals per il raggiungimento dei quali Assicoop si impegna in modo prioritario a contribuire.



### Obiettivo 3 – Salute e benessere

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.



### Obiettivo 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica

Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti.



### Obiettivo 9 – Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione

Costruire infrastrutture resistenti, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e promuovere l'innovazione.



### Obiettivo 11 – Città e comunità sostenibili

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, flessibili e sostenibili.

SDGs	Principali temi "material" di riferimento	Principali strategie, politiche e iniziative di Assicoop
	Qualità del servizio Relazione della rete distributiva con la compagnia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offerta di soluzioni distintive che sono in grado di avere un positivo impatto sociale in materia di salute</li> <li>Definizione di soluzioni accessibili di integrazione del welfare pubblico</li> </ul>
	Formazione e sviluppo professionale Relazione con la comunità Valorizzazione dei collaboratori Qualità della vita in azienda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percorso New Generation volto ad inserire nuove figure professionali nella struttura di vendita individuandole tra neolaureati del territorio di riferimento</li> <li>Percorsi di Specializzazione della Rete di Vendita con l'obiettivo di soddisfare esigenze specifiche e "su misura" per ogni Cliente</li> <li>Formazione continua a tutti i livelli operativi e dirigenziali</li> <li>Benefit da contrattazione nazionale e aziendale; forme previdenziali e di assistenza sanitaria integrativa</li> </ul>
	Innovazione del modello di servizio Relazione della rete distributiva con la compagnia Qualità del servizio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Omnicanalità come fondamenta della strategia distributiva, con uno sviluppo coerente con i principi della sostenibilità e sempre più orientata al cliente.</li> <li>Estensione dell'utilizzo della Firma Elettronica Digitale ad un numero sempre crescente di agenzie</li> <li>Offerta di soluzioni distintive che sono in grado di avere un positivo impatto sociale ed ambientale in materia di mobilità</li> </ul>
	Relazione con la comunità Tutela dell'ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supporto a iniziative locali che mirano allo sviluppo sociale (ed economico) sostenibile delle comunità</li> <li>Progetto agenzie sostenibili</li> </ul>

## 4. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

### 4.1 IL CICLO ECONOMICO INTERNAZIONALE

L'impatto della pandemia sull'economia globale nel corso del 2020 è stato molto forte (-3,3%), ma meno grave rispetto a quanto si proiettava all'inizio della crisi. Le ripercussioni della crisi sono state particolarmente pesanti per le economie avanzate (-4,7%). Il PIL delle economie emergenti, grazie alla rapida ripresa della Cina, si contrae di meno della metà (-2,2%).

#### L'andamento del PIL mondiale

	2018	2019	2020
Mondo	6,0	4,4	-3,3
Economie avanzate	2,3	1,6	-4,7
Stati Uniti	3,0	2,2	-3,5
Area dell'euro	1,9	1,3	-6,6
Germania	1,3	0,6	-4,9
Francia	1,9	1,5	-8,2
Italia	0,9	0,3	-8,9
Spagna	2,4	2,0	-11,0
Giappone	0,6	0,3	-4,8
Regno Unito	1,3	1,4	-9,9
Economie emergenti	4,5	3,6	-2,2
Cina	6,7	5,8	2,3
India	6,5	4,0	-8,0

Fonte: Fondo Monetario Internazionale

Il quadro di previsione economica globale dipenderebbe ancora in modo cruciale dall'efficienza delle campagne vaccinali, dalla capacità di ritirare le misure di contenimento del contagio in modo puntuale e in sicurezza e dall'efficacia delle politiche di supporto alla ripresa economica. Già dal 2021 l'output mondiale dovrebbe tornare a crescere in modo sostenuto (+5,8%), recuperando del tutto la contrazione registrata nel 2020; nel 2022 il tasso di espansione, pur su livelli inferiori, rimarrebbe saldamente in territorio positivo (+4,4%).

### 4.2 IL CICLO ECONOMICO ITALIANO<sup>1</sup>

Il Ministero dell'Economia e delle Finanze nella "Nota di aggiornamento del documento di economia e finanza 2020" del 05 ottobre esprimeva un lieve pessimismo nelle previsioni di crescita del PIL dell'Italia: «...Nei mesi scorsi la pandemia da Covid-19 ha colpito duramente il nostro Paese dal punto di vista sanitario così come nel tessuto economico e sociale. [...] Per affrontare tale situazione, il Governo ha adottato interventi economici imponenti [...] Tali risorse hanno finanziato provvedimenti volti a limitare le conseguenze della pandemia sui redditi delle famiglie, sui livelli occupazionali e sulla tenuta del sistema produttivo, oltre a garantire al sistema sanitario le risorse necessarie al contenimento della pandemia. [...] a fronte di un crollo del PIL stimato al 9 per cento nel 2020 l'occupazione è prevista ridursi di meno del due per cento. [...] Nel complesso, si stima ora una flessione del PIL nel 2020 del -9,0 per cento, dal -8,0 per cento del DEF...».

Nel rapporto dei "Conti economici trimestrali" diffuso dall'ISTAT si legge «... Nel quarto trimestre del 2020 il prodotto interno lordo (PIL), [...] è diminuito dell'1,9% rispetto al trimestre precedente e del 6,6% nei confronti del quarto trimestre del 2019. [...] La spesa delle famiglie sul territorio economico ha registrato una riduzione in termini congiunturali dello 4,4%. In particolare, gli acquisti di beni durevoli sono diminuiti del 4,9%, quelli di beni non durevoli dello 2,0%, quelli di servizi del 6,1% e quelli di beni semidurevoli del 2,6%. [...] Nel quarto trimestre si registrano diminuzioni congiunturali del 2,8% del valore aggiunto dell'agricoltura, dello 0,3% dell'industria in senso stretto, del 2,5% delle costruzioni e del 2,3% dei servizi. [...] Per contro, un andamento positivo si rileva per le attività professionali (+1,1%), mentre il valore aggiunto delle attività di amministrazione pubblica, difesa, istruzione e sanità è risultato stazionario.».

Secondo la "Nota trimestrale sulle tendenze dell'occupazione" nel IV trimestre 2020 il "tasso di occupazione della popola-

<sup>1</sup> Fonte: ISTAT, l'evoluzione dell'economia italiana: aspetti macro e microeconomici.

zione tra 15 e 64 anni" (58,4%) diminuisce di 0,8 punti percentuali rispetto al 2019 e il tasso di disoccupazione si porta al 9,2%, il valore più basso dal quarto trimestre 2011; tuttavia si incrementa il tasso di inattività che si attesta al 35,8%. Il divario di genere rimane percentualmente pressoché simile (uomini: 67,3% contro il 68,3% del 2019; donne: 49,4% a fronte del 49,8% dell'anno precedente). Per classi di età, il decremento maggiore si registra fra gli occupati con età compresa fra 15 e 34 anni (-2,2 pp) e i lavoratori fra 35-49 anni (-0,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente), mentre gli over 50 (+0,2 pp rispetto al 2019) sono la categoria che realizza un seppur lieve incremento. Nel 2020 è continuata la discesa del "tasso di disoccupazione", che a fine anno si è attestato al 9,5% (9,7% nell'anno precedente e 10,6% nel 2018): il tasso di disoccupazione diminuisce di 1,2 punti percentuali per la componente femminile attestandosi al 10,0%, e s'incrementa di 0,1 pp per quella maschile al 8,8%. Continua il miglioramento del "tasso di disoccupazione giovanile" (popolazione fra 15 e 24 anni) attestatosi al 31,0%, con un incremento di 1,7 punti percentuali rispetto al 2019. La suddivisione per genere vede un aumento di 3,8 pp fra gli uomini (tasso di disoccupazione al 30,8%) ed un calo di 1,3 punti fra le donne (tasso al 31,4%). A fine 2020 l'ISTAT stima in circa 1,282 milioni il numero di persone in cerca di un lavoro da almeno 12 mesi (meno 150 mila unità, -10,5%): la loro incidenza sul totale dei disoccupati cala al 53,4% (-2,2 punti in un anno); il calo è dovuto principalmente alla transizione dalla disoccupazione più verso l'inattività (+0,7 punti) che verso la disoccupazione (+0,2 punti).

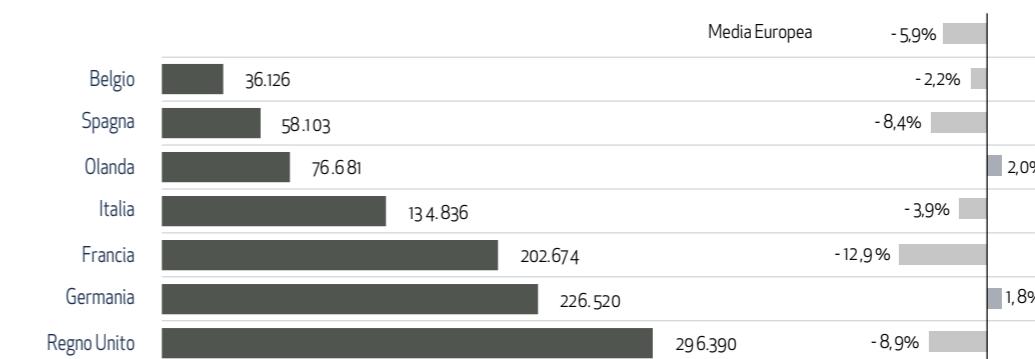
Dal mercato del lavoro arrivano segnali di difficile interpretazione. Nel 2020, infatti, il tasso di disoccupazione (9,2%) è diminuito di quasi un punto percentuale (-0,8) rispetto al 2019, nonostante il grave deterioramento del quadro macroeconomico. Si rilevano tuttavia elementi che potrebbero, in parte, spiegare questa apparente contraddizione. Il dato infatti sarebbe la sintesi del drastico calo della forza lavoro, dell'ordine del 2% nella media dell'anno, delle limitazioni imposte in tema di licenziamenti e del massiccio ricorso ad ammortizzatori sociali, quali la cassa integrazione.

### 4.3 L'EVOLUZIONE DEL MERCATO ASSICURATIVO<sup>2</sup>

Nel 2020, la raccolta premi globale dei principali paesi UE (Belgio, Francia, Germania, Italia, Olanda, Regno Unito e Spagna), pari a 1.031 miliardi di euro, dopo la crescita registrata nel 2019, è risultata in calo del 5,9% rispetto all'anno precedente. Nel dettaglio, a eccezione del lieve aumento (rispetto al 2019) della raccolta premi in Olanda e in Germania, pari rispettivamente al 2,0% e all'1,8%, sono risultati in diminuzione i premi raccolti in Francia (-12,9%), nel Regno Unito (-8,9%), in Spagna (-8,4%), in Italia (-3,9%) e in Belgio (-2,2%).

#### Premi diretti nei principali paesi UE nel 2020 – Totale Valori in milioni di euro

Variazione % Premi diretti 2020/2019 – Totale



Fonte: Swiss Re - Sigma n°3/2021

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. Nel triennio di osservazione che va dal 2018 al 2020 il rapporto tra il volume dei premi e il PIL ha mostrato andamenti diversi tra il settore vita e quello danni.

Alla luce di tali considerazioni, nel 2020 il rapporto tra premi vita e PIL è risultato in lieve aumento in Italia, con un valore pari al 6,1% rispetto al 5,9% nel 2019 (era pari al 5,8% nel 2018).

Nel 2020, relativamente ai rami danni, l'Italia si conferma il paese con il più basso rapporto tra premi e PIL. L'indice italiano, pari al 2,0%, è risultato in lieve aumento rispetto al biennio precedente (1,9%). In tutti gli altri paesi analizzati l'indicatore è risultato in crescita nel 2020 rispetto all'anno precedente.

<sup>2</sup> Fonte: ANIA, 2020.

## Gli impatti della crisi da corona virus sullo sviluppo sostenibile

Come afferma il report delle Nazioni Unite "SHARED RESPONSIBILITY, GLOBAL SOLIDARITY: Responding to the socio-economic impacts of COVID-19", la pandemia da COVID-19 sta colpendo duramente un'economia mondiale già debole e fragile. La crescita globale nel 2019 era già la più lenta dai tempi della crisi del 2008/2009. Il COVID-19 ha fatto precipitare

l'economia mondiale in una recessione con il potenziale di profonde conseguenze e livelli storici di disoccupazione e privazione. Necessarie misure per contenere la diffusione della malattia attraverso quarantene, restrizioni di viaggio e l'isolamento delle città hanno portato ad una significativa riduzione della domanda e dell'offerta.

L'impatto sull'ambiente, d'altra parte, sarà probabilmente positivo a breve termine, dato che la drastica riduzione dell'attività economica causata dalla crisi ha ridotto le emissioni di CO2 e l'inquinamento in molte aree.

SHARED  
RESPONSIBILITY,  
GLOBAL  
SOLIDARITY:  
Responding to  
the socio-economic  
impacts of COVID-19

March 2020

United Nations

## OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



Questi miglioramenti sono destinati ad essere di breve durata, a meno che i paesi non mantengano il loro impegno per lo sviluppo sostenibile una volta che la crisi sarà finita e l'economia globale ripartirà.

Con il rapporto "L'impatto della crisi da Coronavirus sullo sviluppo sostenibile in Italia", Asvis ha avviato una valutazione qualitativa della crisi sull'andamento prevedibile degli oltre 100 indicatori elementari utilizzati per elaborare gli indici composti per i 17 OBIETTIVI di sviluppo sostenibile.

Il risultato di questa simulazione è sintetizzato nel grafico seguente:



Per i Goal 1 (povertà), 4 (educazione), 8 (condizione economica e occupazionale), 9 (innovazione), 10 (disuguaglianze) l'impatto atteso è largamente negativo mentre per i Goal 7 (sistema energetico), 13 (lotta al cambiamento climatico) e 16 (qualità della governance, pace, giustizia e istituzioni solide) ci si può aspettare un andamento moderatamente positivo. Per i Goal 6 (acqua e strutture igienico-sanitarie), 11 (condizioni delle città), 14 (condizioni degli ecosistemi marini) e 17 (cooperazione internazionale) nel 2020 l'impatto dovrebbe essere sostanzialmente nullo, mentre per i rimanenti cinque Goal l'impatto non è valutabile (NV): in alcuni casi, infatti, non è stato possibile immaginare una relazione chiara tra crisi e indicatore (NV), mentre in altri casi miglioramenti e peggioramenti tendono a compensarsi.

## 5. 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 2020, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti da un focus sull'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Le Assicoop chiudono il triennio 2018-2020 con un risultato economico positivo. Il risultato d'esercizio registrato nel 2020, nonostante la leggera contrazione dei ricavi rispetto al 2018, evidenzia una buona capacità di generare redditività.

#### Performance economiche (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Incassi netti	647.878.910	683.578.582	652.109.323	0,65%
Provvidigioni attive	75.113.779	76.921.036	76.508.247	1,86%
Totale ricavi	97.041.780	96.413.253	94.671.677	-2,44%
Totale costi diretti	66.575.951	66.278.561	65.400.693	-1,77%
Margine lordo	30.465.829	30.134.692	29.270.984	-3,92%
Totale spese generali	17.039.431	16.541.113	16.631.610	-2,39%
Reddito operativo	13.426.398	13.593.579	12.693.374	-5,46%
Risultato d'esercizio	8.146.473	8.530.887	8.749.171	7,40%

Fonte: bilancio integrato, dati in euro

#### I prodotti di Assicoop

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. In particolare, i prodotti offerti da Assicoop si riferiscono al comparto Mobilità, La tua casa, Protezione, Risparmio e Lavoro.



### 5.2 IL COMPARTO ASSICURATIVO

#### Raccolta premi Danni (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Danni	418.005.547	420.400.622	423.918.688	1,4%

Per quanto riguarda il dato sulla raccolta premi Danni, Assicoop ha avuto un incremento nel triennio dell'1,4%, in crescita grazie all'importante sviluppo del comparto auto determinato dalla partnership di Assicoop Toscana con Findomestic, pur controbilanciato da un moderato calo dei rami elementari.

Nel 2020 la raccolta premi dei rami danni effettuata dalle 63 imprese operanti in Italia è stata pari a 33,5 miliardi, in diminuzione del 2,3% rispetto al 2019. L'incidenza dei Rami Danni sul totale dei premi è aumentata, passando dal 24,4% al 24,9%, per effetto del maggior aumento registrato dai premi vita.

#### Raccolta premi Assicoop - Auto/ Rami elementari / Vita (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Auto	207.509.182	215.934.181	223.053.698	7,5%
Rami elementari	210.496.366	204.466.441	200.864.990	-4,6%
Vita	236.952.024	268.566.074	228.491.929	-4%

Con riferimento al comparto Danni si è rafforzato il peso del ramo Auto, che in valore assoluto nel 2020 ha superato la raccolta premi Rami Elementari che hanno subito un lieve rallentamento rispetto alla crescita degli anni precedenti.

La raccolta Premi Vita mostra, nel triennio in esame, una significativa crescita rispetto al 2017, con tuttavia una lieve flessione nel 2020, in riduzione del 4% rispetto al 2018.

#### Nuova produzione Vita Assicoop - Premi annui/Premi unici (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Nuova produzione	198.869.595	228.018.134	181.173.139	-9%

Nell'ambito della nuova produzione Vita, nel 2020 si registra una contrazione del 9% rispetto al 2018, nonostante l'importante crescita registrata nel 2019.

#### Numero di clienti in portafoglio - Persone fisiche/Partite IVA

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Numero clienti in portafoglio	444.595	434.910	420.940	-5,32%
-Di cui persone fisiche	395.983	387.718	375.511	-5,17%
-Di cui Partita IVA	48.612	47.192	45.429	-6,55%

I dati relativi al numero clienti in portafoglio evidenziano, nel triennio in esame, una lieve flessione, maggiormente marcata nel segmento Partita IVA.

Il mix Persone Fisiche/Partite IVA è sostanzialmente stabile, con l'89% di clienti persone fisiche.

#### Indice di Cross Selling: Media totale e suddivisione Persone/Aziende

	2018	2019	2020
Indice di Cross selling (media)	1,97%	1,97%	2,01%

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 prossimo al 2% nel periodo in esame, facendo inoltre registrare una crescita nel 2020.

Analizzando inoltre lo spaccato clienti-persone/clienti-aziende l'indice presenta valori molto elevati presso la clientela aziende, arrivando al valore di 2,01% nel 2020, in aumento rispetto al biennio precedente.

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.



### 5.3 IL VALORE CREATO PER IL TERRITORIO

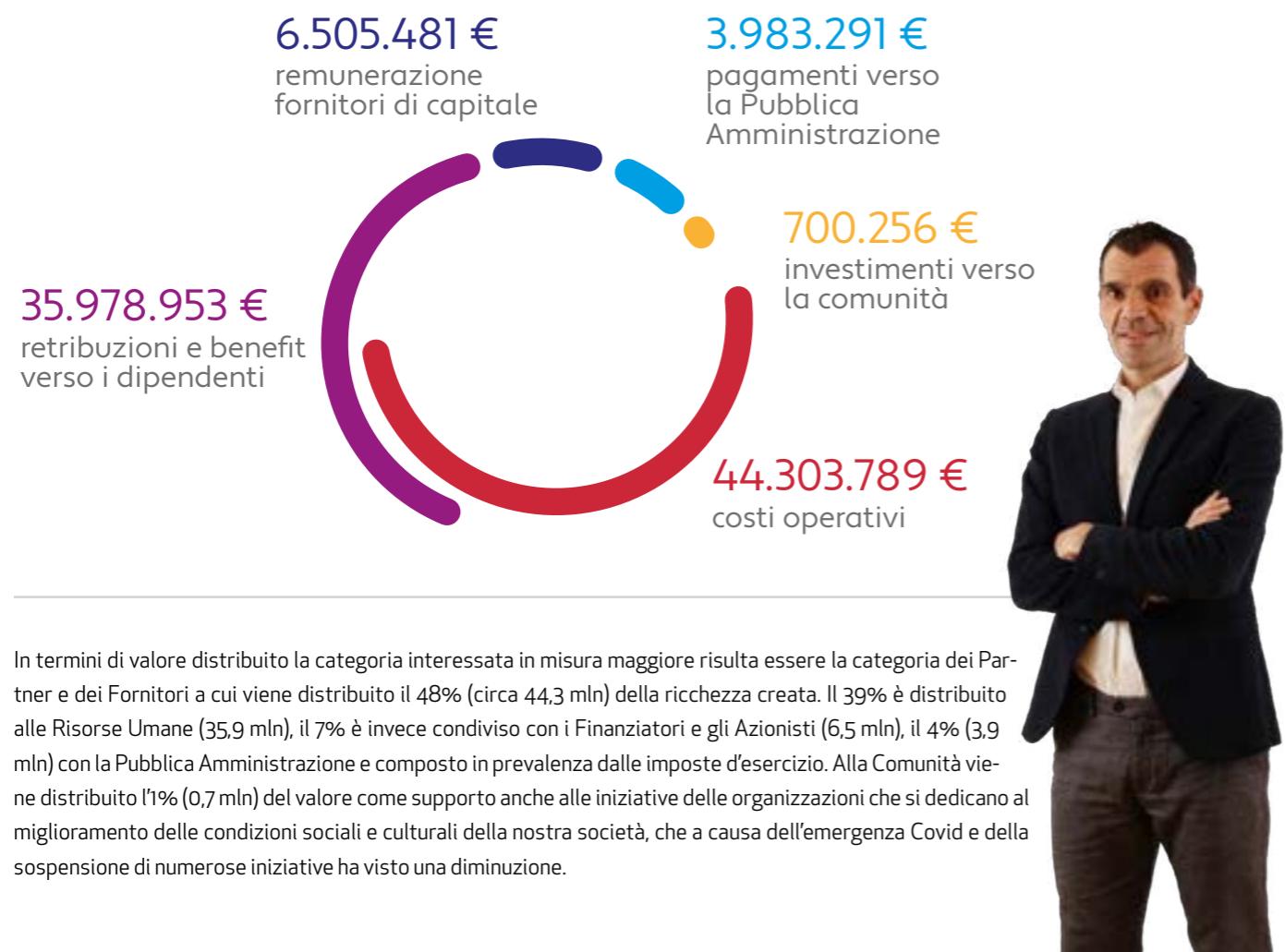
Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata dalle Assicoop nello svolgimento delle attività, come è stata prodotta e in che modo viene distribuita tra le varie categorie di soggetti che, con i loro differenti apporti,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

Il valore economico generato da Assicoop nel 2020 ammonta a **€ 97.709.465**. Di seguito è presentata la disaggregazione dal dato relativo al Valore distribuito, che ammonta ad **€ 91.471.770**. Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a **€ 6.237.695,00**.

#### Valore distribuito nel 2020 da Assicoop



**“** I benefici generati da Assicoop per il territorio non sono solo economici. È fondamentale considerare anche il patrimonio umano, senza il quale la redditività e la solidità potrebbero venire meno. **”**

Rappresentante del territorio e della comunità coinvolto nel processo di analisi di materialità

### 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.

#### Progetto 2020 di specializzazione della rete di vendita

Nel corso del 2020, le Assicoop hanno aderito ai processi di **Specializzazione della Rete di Vendita della Compagnia** con l'obiettivo di creazione di una rete distributiva attiva in agenzia e nelle strutture Assicoop che possa essere strutturata attraverso percorsi formativi omogenei e livelli di competenza ben identificabili.

A tal proposito, si sono intrapresi due percorsi per creare figure professionali specificatamente dedicate a seguire due tipologie di clientela:

- Il **segmento Famiglie**: tramite i Family Welfare Specialist
- Il **segmento Aziende/PMI**: tramite Business Specialist.

La **specializzazione della rete distributiva su target di clientela** diventa dunque lo strumento per raggiungere maggiori livelli di efficienza, per soddisfare le esigenze specifiche della clientela proponendo soluzioni su misura per ogni cliente e per gestire consapevolmente la leva prezzo e la customer satisfaction.

I **Family Welfare Specialist** sono figure specializzate che operano in Agenzia per fornire consulenza alle Famiglie negli ambiti della protezione, risparmio, investimento, previdenza e welfare. La loro specializzazione è realizzata attraverso un **percorso formativo** della durata complessiva di 4 anni che prevede step intermedi finalizzati alla verifica delle competenze acquisite, oltre ad un percorso di progressiva crescita professionale su tre livelli.

I **Business Specialist** sono, invece, figure di Agenzia specializzate e formate specificatamente per fornire alle Aziende la miglior consulenza assicurativa capace di garantire la sicurezza completa dell'attività, ma anche la tutela delle persone che in Azienda lavorano.

Accanto a questi, con il processo di "revisione identitaria", si è dato spazio a elementi moderni e strumenti innovativi che il **"piano Assicoop 2020"** ha messo a sistema, uniformando quanto già avviato negli anni precedenti dalle singole Agenzie. Il piano Assicoop 2020 ha avuto come obiettivo lo sviluppo della visione Assicoop nel medio e lungo termine, ed è stato centrato su **tre pilastri che a loro volta si sono composti 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



La declinazione delle linee strategiche di intervento ha avuto 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 **maggior 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.



### 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.

**“** La presenza territoriale è il punto di forza di Assicoop, parte del suo DNA e deve farne essere anche il suo elemento trainante in materia di sostenibilità. **”**

Rappresentante della comunità e del territorio coinvolto nel processo di analisi di materialità

I cambiamenti che interessano quotidianamente la nostra società in termini di nuove esigenze e nuovi stili di vita, ha fatto sì che nel triennio 2018-2020 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, 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**.

**“** La multicanalità dei servizi è un modo per innovare, è un fattore che si riverbera nella qualità del servizio. **”**

Cliente coinvolto nel processo di analisi di materialità



## F.E.A. (Firma Elettronica Avanzata) – Statistiche Associazione Assicoop, 2018-2020

FIRMA ELETTRONICA AVANZATA (F.E.A.)			
	2018	2019	2020
Adesioni clienti (numero)	68.063	99.571	126.016
Adesioni clienti (percentuale)	15,2%	22,6%	30,3%
Movimentazione FEA	95.438	148.357	227.535
Agenzie attivate	121	119	115

La firma elettronica avanzata è stata attivata per 22 agenzie pilota nel 2013. La sperimentazione è partita di fatto con l'inizio dell'esercizio 2014 ed è stata allargata ad un numero sempre più consistente di agenzie. Nel 2020 si è arrivati a 115 agenzie attivate, con una lieve diminuzione rispetto al 2018 quando le agenzie attivate risultavano 121.

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 continua crescita nel triennio.

Anche in relazione alla penetrazione della F.E.A. si osserva una crescita, con tassi leggermente superiori di quelli registrati nelle agenzie private nel 2018 e nel 2019. Nel 2020 Assicoop ha emesso con F.E.A. il 21% delle polizze, in linea con le agenzie private e con il totale della Compagnia.

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

TASSO DI PENETRAZIONE F.E.A.			
	2018	2019	2020
Assicoop	6,7%	13,4%	21,0%
Agenzie private	3,9%	11,6%	21,1%
Totale Compagnia	4,0%	11,7%	21,1%

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.

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 accentratati, 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 principale lo sviluppo del business sul mercato aziende non captive attraverso un approccio consulenziale e distintivo.



## 6.3 VICINI AI CLIENTI

### L'IMPEGNO DELLE ASSICOOP PER I PROPRI CLIENTI NELL'EMERGENZA COVID-19

Il 2020 è stato un esercizio contrassegnato dal complesso scenario dell'emergenza Covid-19 in cui le Assicoop hanno dovuto agire tempestivamente, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, con l'obiettivo di tutelare la salute e la sicurezza dei propri dipendenti e clienti, pur garantendo la continuità dell'attività.



Di seguito sono riportate le principali iniziative intraprese dalle Assicoop per la **tutela dei dipendenti, dei clienti e di tutta la collettività**.

Assicoop ha disposto alcune **regolamentazioni generali**, atte a prevenire la possibilità di contagio, tra le quali, relativamente ai clienti si è previsto di:

- o realizzare di un **Programma di Comunicazione verso il Cliente**, atto a favorire il contatto con le Agenzie ed i Punti Vendita di Assicoop; tale programma è stato attuato attraverso la rivisitazione del sito web, l'invio massivo di messaggi alla clientela tramite SMS e tramite campagne Pubblicitarie sui Social Network;
- o privilegiare il ricorso alle **procedure informatiche** messe a disposizione dalla Compagnia UnipolSai: stipula di contratti mediante "Firma Elettronica Avanzata" e pagamenti elettronici via Link, evitando di recarsi al domicilio del Cliente;
- o ricevimento dei Clienti solo su appuntamento.

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 ferme 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.



**“**Un valore aggiunto di Assicoop è la prossimità. La presenza del referente territoriale è molto importante, così come la relazione umana nel rapporto assicurativo.**”**

Cliente coinvolto nel processo di analisi di materialità



## 7. LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

### L'impegno delle Assicoop per i dipendenti nell'emergenza Covid-19

Il 2020 è stato un esercizio contrassegnato dal complesso scenario dell'emergenza Covid-19 in cui le Assicoop hanno dovuto agire tempestivamente, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, con l'obiettivo di tutelare la salute e la sicurezza dei propri dipendenti e clienti, pur garantendo la continuità dell'attività.

Di seguito sono riportate le principali iniziative intraprese dalle Assicoop per la tutela dei dipendenti, dei clienti e di tutta la collettività.

È stato istituito un **"Comitato di sicurezza"** con il compito di definire, sulla base delle indicazioni previste dalla normativa nazionale, un **"Protocollo Aziendale di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro"** e di seguirne successivamente sia l'applicazione pratica in azienda sia l'aggiornamento continuo in base all'evolversi della situazione sanitaria.

Sono state disposte alcune **regolamentazioni generali**, atte a prevenire la possibilità di contagio:

- o sospensione di tutte le attività che prevedevano l'aggregazione di persone per svolgere la normale attività lavorativa (come le riunioni con personale interno e/o esterno e le sessioni formative in aula), prevedendo la loro sostituzione attraverso l'utilizzo di **modalità alternative quali audio o video conferenze**;
- o **divieto di spostarsi** presso altra sede agenziale e/o punto vendita, salvo i casi di comprovata necessità
- o sono stati rivisti i contratti con le Società fornitrice, con inserimento di **igienizzazioni quotidiane di tutte le attrezzature informatiche** (tastiere, monitor, mouse, ecc ...) e dei locali di accesso del pubblico;
- o tutti i Dipendenti ed i Liberi Professionisti (operanti all'interno dei Punti Vendita di Assicoop) sono stati dotati di **Dispositivi di Protezione Individuale** (mascherine, guanti mono uso);
- o i **Punti Vendita** sono stati forniti di adeguate scorte di soluzioni idroalcoliche, spray igienizzanti e schermi in plexiglass per tutte le postazioni a diretto contatto con i Clienti.

Al fine di limitare l'accesso ai locali dei Dipendenti, nel corso dei mesi di aprile e maggio l'Azienda ha posto in essere una **"Turnazione nelle sedi di lavoro"**, attraverso la pianificazione di giornate di ferie ed il contemporaneo riconoscimento di permessi retribuiti a carico dell'Azienda. Nel periodo aprile-maggio sono stati attivati più rapporti di **smart working**, coinvolgendo i lavoratori cosiddetti "fragili", i genitori di figli con età inferiore ai 14 anni ed a turno i Dipendenti il cui posto di lavoro è ubicato in uffici con più di tre persone. Il ricorso allo smart working è stato ulteriormente esteso nel periodo ottobre-dicembre.

Per tutti i Dipendenti ed i Collaboratori è stata stipulata una **"Copertura Assicurativa COVID-19"** con la Compagnia Unisalute, prevedendo anche l'estensione al Nucleo familiare.

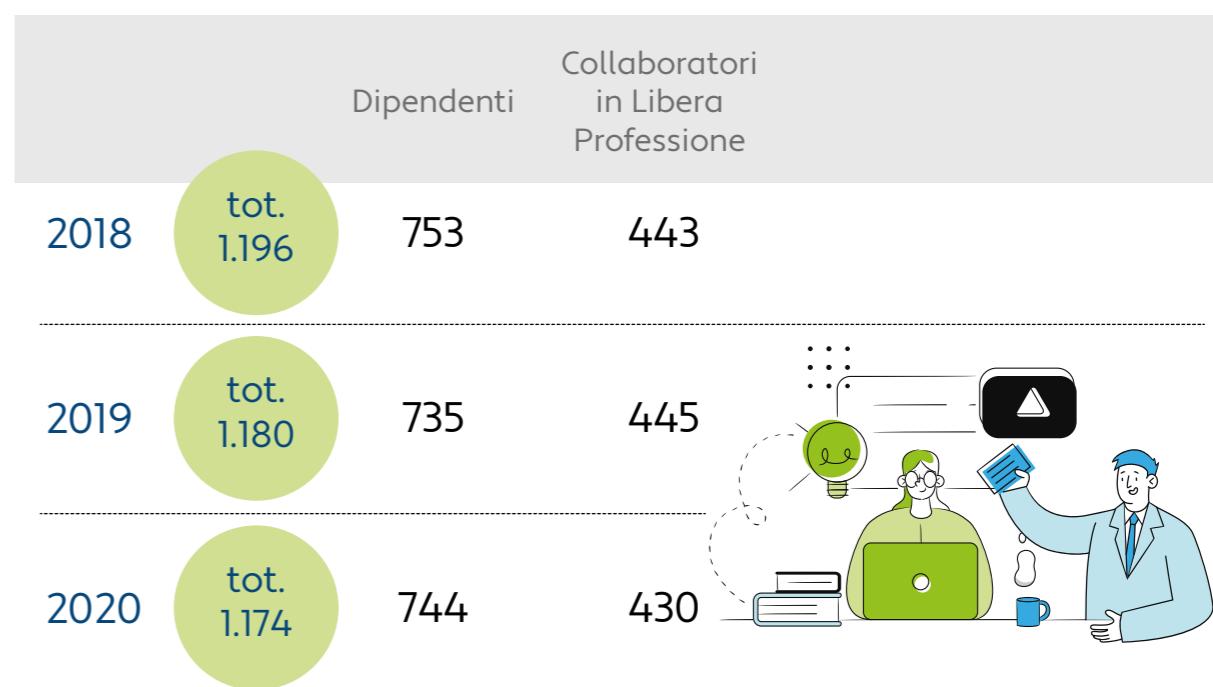
### 7.1 LE PERSONE DI ASSICOOP

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 2020 il numero totale delle risorse umane è di 1.174 (con una riduzione del 2% rispetto al 2018), delle quali 744 sono i dipendenti e 430 i collaboratori in libera professione.



Suddividendo il personale per livello di inquadramento contrattuale e genere, il numero di impiegati è rimasto pressoché stabile passando da **753 dipendenti nel 2018 a 744 dipendenti nel 2020**. Il numero di dirigenti è sostanzialmente invariato rispetto al 2018, mentre tra i quadri vi è una riduzione di 8 persone.

In particolare, nel 2020, l'insieme del personale Assicoop è composto da **10 dirigenti, 78 quadri** (57 uomini e 21 donne) e **656 impiegati** (160 uomini e 496 donne). Quanto alla suddivisione per genere, la presenza femminile non ha subito particolari cambiamenti nel triennio rendicontato. Complessivamente, nel 2020 le **donne presenti** nelle Assicoop **rappresentano il 69%**.

**69% presenza femminile in Assicoop (dato 2020)**

#### Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2020

	Bologna	Emilia Nord	Modena & Ferrara	Romagna Futura	Toscana	Totale
<b>Totale dipendenti</b>	<b>137</b>	<b>161</b>	<b>166</b>	<b>139</b>	<b>141</b>	<b>744</b>
<b>- Dirigenti</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
Di cui uomini	2	4	1	2	1	10
Di cui donne	0	0	0	0	0	0
<b>- Quadri</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>78</b>
Di cui uomini	7	6	12	14	18	57
Di cui donne	11	4	5	1	0	21
<b>- Impiegati</b>	<b>117</b>	<b>147</b>	<b>148</b>	<b>122</b>	<b>122</b>	<b>656</b>
Di cui uomini	24	37	34	27	38	160
Di cui donne	93	110	114	95	84	496

Relativamente alla **tipologia di contratto di lavoro**, nel 2020 il 98% (732 persone) dei dipendenti disponeva di un contratto a tempo indeterminato. Soltanto il restante 2% (12 persone) ha un contratto a tempo determinato.

Inoltre, l'85% circa dei dipendenti (630 persone) lavora full-time. Il restante 15% (114 persone) ha un impiego part-time.

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per età, circa della metà del personale pari al 49% (365 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 47% (347 persone) ha più di 50 anni e il 4% (32 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.

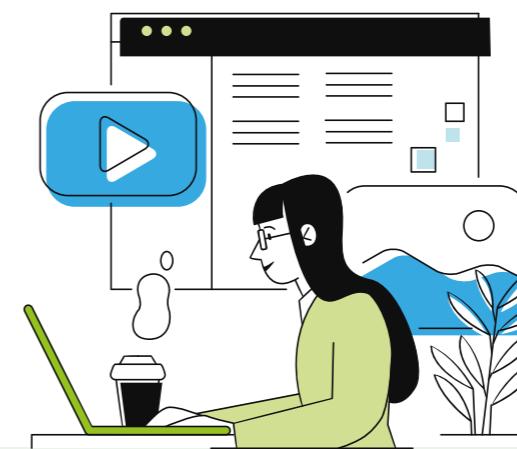
Nel 2020 sono state assunte **40 nuove persone** delle quali 19 hanno un'età inferiore ai 30 anni, 18 hanno un'età compresa tra i 30 e i 50 anni e 3 persone è di età superiore ai 50 anni.

#### Tasso di assunzioni per genere ed età

	2018	2019	2020
<b>Totale</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
Uomini	5%	4%	4%
Donne	4%	4%	5%
Under 30	41%	33%	31%
Tra i 30 e i 50 anni	5%	4%	5%
Over 50	1%	2%	1%

#### Tasso di cessazioni per genere ed età

	2018	2019	2020
<b>Totale</b>	<b>4%</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>
Uomini	4%	5%	6%
Donne	4%	6%	3%
Under 30	3%	21%	6%
Tra i 30 e i 50 anni	3%	2%	2%
Over 50	5%	11%	6%



## 7.2 TALENTO E SVILUPPO DEL PERSONALE

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 direttive 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.



**“** La formazione è il primo strumento per valorizzare i dipendenti: è un indicatore di quanto Assicoop investa sulle proprie persone che si riflette nel rapporto con noi clienti. **”**

Cliente coinvolto nel processo di analisi di materialità

# New Generation

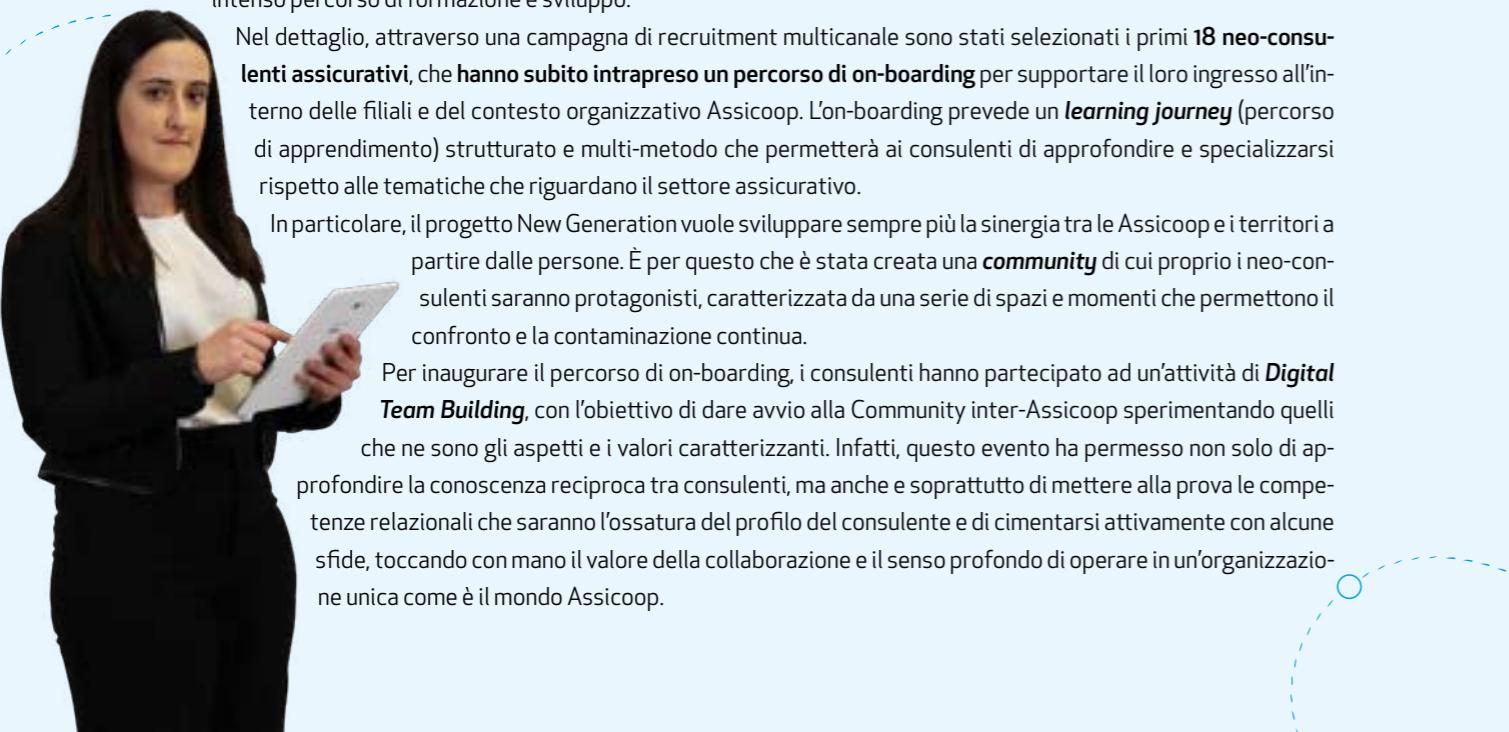
## PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha di recente avviato il progetto New Generation, che **investe su giovani di talento per rafforzare la propria rete commerciale**. Il progetto nasce dall'intento comune e dalla sinergia delle cinque Assicoop e prevede per i neo-consulenti un intenso percorso di formazione e sviluppo.

Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi **18 neo-consulenti assicurativi**, che **hanno subito intrapreso un percorso di on-boarding** per supportare il loro ingresso all'interno delle filiali e del contesto organizzativo Assicoop. L'on-boarding prevede un **learning journey** (percorso di apprendimento) strutturato e multi-metodo che permetterà ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo.

In particolare, il progetto New Generation vuole sviluppare sempre più la sinergia tra le Assicoop e i territori a partire dalle persone. È per questo che è stata creata una **community** di cui proprio i neo-consulenti saranno protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di on-boarding, i consulenti hanno partecipato ad un'attività di **Digital Team Building**, con l'obiettivo di dare avvio alla Community inter-Assicoop sperimentando quelli che ne sono gli aspetti e i valori caratterizzanti. Infatti, questo evento ha permesso non solo di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, ma anche e soprattutto di mettere alla prova le competenze relazionali che saranno l'ossatura del profilo del consulente e di cimentarsi attivamente con alcune sfide, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come è il mondo Assicoop.



Assicoop garantisce un servizio efficace e di qualità per quanto riguarda la formazione, il rafforzamento delle competenze interne e la crescita professionale. Inoltre, favorisce la migliore personalizzazione dell'offerta grazie alla lettura sempre aggiornata del contesto socioeconomico e dei bisogni delle persone.

I dati per il triennio 2018-2020 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.

## I PERCORSI MANAGERIALI IN ASSICOOP

Nel corso del 2021 Assicoop ha dato il via ad un percorso di formazione manageriale ai vertici delle 5 aziende caratterizzato da due filoni di formazione: il **Master in Innovation Insurance Management** e il **Talent Program**.

Il titolo del **Master in Innovation Insurance Management** ha l'ambizione di racchiudere tutti gli elementi distintivi di questo nuovo percorso formativo dedicato ai manager di talento e potenziale di Assicoop; il richiamo all'innovazione e alla managerialità all'interno del settore assicurativo rappresentano gli elementi determinanti del Master.

Il percorso, che ha visto coinvolti **17 manager**, li ha condotti in un contesto di pensiero e di sperimentazione ingaggiante e discontinuo rispetto al passato, toccando contenuti di frontiera per il mercato assicurativo, con l'obiettivo di creare le nuove figure manageriali in grado di guidare strutture assicurative complesse.

La sperimentazione di nuovi modelli e processi da poter prontamente applicare anche nella quotidianità delle azioni di ogni giorno è stato oggetto non solo di project work post moduli d'aula, ma anche di un boot camp in cui hanno simulato modalità differenti di sviluppo commerciale e manageriale.

Il **Talent Program** è un percorso dedicato ai talenti Assicoop che si fonda su quattro pilastri, ognuno con un ruolo specifico nel costruire un profilo manageriale del futuro:



Il programma ha coinvolto **15 talenti** di Assicoop e il mix di ingredienti ha così offerto loro differenti possibilità di crescita, alcune condizionate, altre accompagnate, altre ancora consigliate o lasciate alla volontà di miglioramento, con l'obiettivo di creare le migliori condizioni per poter partecipare alla seconda edizione del Master in Innovation Insurance Management.



#### Ore totali di formazione per ruolo e genere

	2018	2019	2020
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>33.144</b>	<b>28.826</b>	<b>28.976</b>
Dirigenti	405	319	278
Quadri	3.883	3.161	3.045
Impiegati	28.856	25.346	25.653
Uomini	12.007	9.804	9.608
Donne	21.137	19.022	19.368

#### Ore medie di formazione per ruolo e genere

	2018	2019	2020
Dirigenti	36,8	31,9	27,8
Quadri	46,2	40,0	39,0
Impiegati	43,9	39,2	39,1
Uomini	50,7	42,8	42,3
Donne	41,0	37,6	37,5
<b>Ore medie per dipendente</b>	<b>44,0</b>	<b>39,2</b>	<b>38,9</b>

Nel 2020, le ore totali di formazione ammontano a 28.976, in diminuzione del 14% rispetto al 2018 a causa soprattutto dell'emergenza Covid che in molti casi ha impedito l'organizzazione di corsi di formazione in presenza.

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.

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 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.

## 7.3 LA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

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.

### 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 predisponde 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.

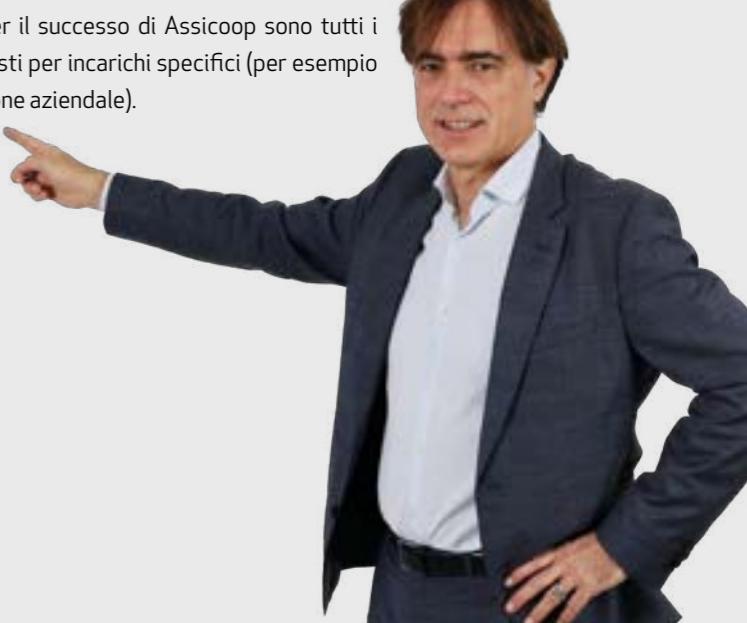
### I partner per la creazione di valore

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 2020, Assicoop collabora con 245 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.

#### Partner per la creazione di valore (2020)

Fornitura utenze	50
Servizi di pulizia	19
Postali e telefoniche	33
Locazione apparecchiature elettroniche/Manutenzione/Impianti tecnologici	113
Cancelleria, stampati ed altro	30
<b>Totale fornitori</b>	<b>245</b>

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).



## 8. COLLABORAZIONE E SOSTEGNO PER IL TERRITORIO

### L'IMPEGNO DELLE ASSICOOP PER IL TERRITORIO NELL'EMERGENZA COVID-19

Il 2020 è stato un esercizio contrassegnato dal complesso scenario dell'emergenza Covid-19 in cui le Assicoop hanno dovuto agire tempestivamente, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, con l'obiettivo di **tutelare la salute e la sicurezza** dei propri dipendenti e clienti, pur garantendo la continuità dell'attività.

Di seguito sono riportate le principali iniziative intraprese dalle Assicoop al fine di **testimoniare la propria vicinanza al territorio** in cui opera ed in particolare ai medici, infermieri ed operatori che hanno agito in prima linea durante i periodi più critici della pandemia.

Ciascuna Assicoop ha contribuito attraverso **donazioni a strutture ospedaliere** di riferimento un totale di €200.000, in particolare ha donato:

- €15.000 all'Azienda USL di Bologna
- €15.000 all'Azienda USL di Imola
- €20.000 all'Azienda Ospedaliera Universitaria di Bologna
- €10.000 all'Azienda ASL di Parma
- €10.000 all'Azienda ASL di Reggio Emilia
- €10.000 all'Azienda AUSL di Piacenza
- €20.000 al Policlinico di Modena
- €20.000 all'Ospedale di Boggiovara (MO)
- €20.000 all'Ospedale di Cona (FE)
- €30.000 all'ASL Romagna
- €10.000 all'Azienda ospedaliero-universitaria Meyer di Firenze
- €10.000 all'Azienda ospedaliero-universitaria Senese
- €10.000 all'Ospedale della Misericordia di Grosseto.

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.



“ Per Assicoop, in funzione del suo DNA cooperativo, la relazione con la comunità dev'essere strategica: sono attori sociali fondamentali del territorio. ”

Rappresentante della comunità e del territorio coinvolto nel processo di analisi di materialità

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:

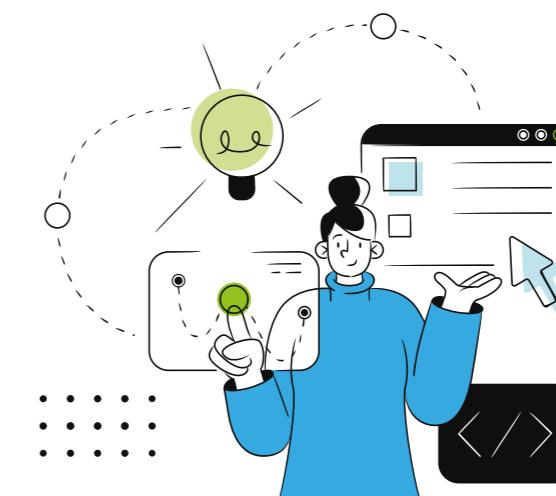
- accordi di carattere generale presi con le organizzazioni socie, partner commerciali e associazioni appartenenti al mondo dell'associazionismo;
- presenza del marchio in eventi specifici e valutati meritevoli di accoglimento per rilevanza per il territorio.

#### Liberalità e sponsorizzazioni (€)

	2018	2019	2020
Liberalità	163.605	226.385	302.408
Sponsorizzazioni	1.180.311	1.217.094	802.422
<b>Totale</b>	<b>1.343.916</b>	<b>1.443.479</b>	<b>1.104.830</b>

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.



## 9. L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

### 9.1 GLI IMPATTI AMBIENTALI

Considerato il perimetro di azione, ed una catena del valore che include attività di tipo commerciale, finanziario ed amministrativo, gli impatti più significativi di Assicoop riguardano la produzione di rifiuti specifici come toner e carta, il consumo delle risorse energetiche per l'illuminazione ed il riscaldamento delle principali sedi e filiali presenti sul territorio e le emissioni di Scope 2 connesse con l'energia acquistata.

“ Anche se l'impatto di Assicoop è limitato, è fondamentale impegnarsi in modo continuativo su questo tema e rendere rilevante l'azione agli occhi di terzi. ”  
Cliente coinvolto nel processo di analisi di materialità

Di seguito sono riportati i principali consumi per l'anno 2020.

#### Principali materiali consumati

	UdM	2020
Consumi di carta	Kg	70.322
Consumi di toner e cartucce (pezzi acquistati)	N.	2.567

A partire da Novembre 2020, tutta la carta fornita dal Gruppo Unipol per le operazioni delle Assicoop è **riciclata al 100%**.

Inoltre, la carta consumata è **certificata Angelo Blu ed Ecolabel UE**.



#### Consumo di energia<sup>1</sup>

##### Consumi di energia

	UdM	2020
Totale consumi di energia elettrica	GJ	7.705,29
- di cui rinnovabile	GJ	335,73
- di cui non rinnovabile	GJ	7.369,05
Intensità energetica per dipendente	GJ/dip	10,38

Rispetto agli esercizi precedenti i consumi hanno subito un importante decremento, dovuto alla progressiva chiusura delle sedi operative sul territorio a seguito dell'aggravarsi dell'emergenza sanitaria Covid-19.

Secondo la classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol e suggerita dal GRI Standards, con l'obiettivo di garantire la comparabilità del dato anche in confronto con le altre organizzazioni, le emissioni prodotte vengono classificate in tre tipologie:

- **Scope 1:** emissioni dirette di GHG provenienti da installazioni di proprietà o controllate dall'organizzazione.
- Scope 2: emissioni indirette di GHG, derivanti dalla generazione di energia elettrica, energia a vapore, da riscaldamento e raffreddamento, importati e consumati all'interno dell'organizzazione.
- **Scope 3:** le altre emissioni indirette di GHG che si verificano esternamente all'organizzazione, comprese le emissioni a monte e a valle, come le emissioni derivanti dai viaggi di lavoro in auto a noleggio, treno e aereo e dalla produzione di carta acquistata.

In particolare, Assicoop ha avviato il monitoraggio dei propri consumi e delle relative emissioni di Scope 2, come riportato nella tabella seguente.

#### Emissioni di scope 2

	UdM	2020
Scope 2 (Location Based)	tCO <sub>2</sub> eq.	609,90

Assicoop, si pone, inoltre l'obiettivo, per i prossimi anni, di prendere parte al progetto di certificazione delle agenzie, come "Agenzie Sostenibili", da parte di Legambiente per la promozione di comportamenti virtuosi dal punto di vista ambientale.

<sup>1</sup> 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**



## ASSICOOP BOLOGNA METROPOLITANA

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 triennio 2018-2020, 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.

Alla fine del decennio si completano le acquisizioni di importanti portafogli da agenzie private di Crevalcore e Borgo Panigale, **aprono nuove agenzie e aumentano i dipendenti**.

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 nasce nel 1983 da varie cooperative Imolesi e nelle sue possibili aree di intervento c'è quella di "svolgere attività di consulenza nel settore finanziario assicurativo a favore delle Cooperative socie, nonché gestire una o più agenzie ...". Nel 1984 apre la prima agenzia Unipol da uno scorporo di portafoglio di Assicop Bologna.

### 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) con avvio della propria attività dal 1 Gennaio 2000. 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.** Nel 2006 La Cisl fa il suo ingresso fra i soci di Assicoop Imola. Termina il processo di ristrutturazione e ammodernamento di tutti i punti vendita e insieme ad Assicoop Ravenna e Assicoop Romagna, si dà avvio ad un progetto di collaborazione attraverso gruppi di lavoro interaziendali.

### 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.

Nell'ultimo triennio il consolidamento organizzativo ha perseguito finalità di presidio del territorio e sostegno gestionale, di valorizzazione delle azioni per obiettivo, di diffusione dei nuovi modelli di comunicazione e proposta digitale, di allargamento dei settori di business alle nuove aree beyond insurance.



## 50 ANNI DI ASSICOOP BOLOGNA METROPOLITANA

Giovedì 30 settembre 2021 Assicoop Bologna Metropolitana ha festeggiato i suoi 50 anni di attività con un grande evento a cui hanno partecipato dipendenti e collaboratori, istituzioni pubbliche e stakeholder del territorio.

È il 1° aprile 1971 quando Assicoop apre la prima agenzia e inizia la sua attività di intermediazione assicurativa. Sono stati 50 anni intensi, alla ricerca di strumenti e soluzioni sempre nuove, per rispondere in modo competitivo alle sfide emergenti. Una presenza costante, di elevata professionalità e impegno per la tutela e la sicurezza, che non si è mai interrotta puntando alla soddisfazione dei Clienti, anche durante la crisi pandemica.

**Assicoop Bologna Metropolitana è pronta ad impegnarsi verso le nuove sfide che caratterizzeranno i prossimi anni: innovazione tecnologica, sostenibilità e riqualificazione ambientale.**

Inoltre, a coronazione dei festeggiamenti **sono stati donati 500 alberi ai territori di Bologna e Imola**, come gesto simbolico dell'impegno verso la sostenibilità ambientale.

## GENERATORI DI FUTURO

Il percorso di Assicoop Bologna Metropolitana per il suo futuro parte dalla valorizzazione della sua esperienza, dalla sua professionalità e dalla sua tradizione di Assicurazione e si sviluppa su **quattro direttive** prioritarie:

- **Change Management**, attraverso l'innovazione digitale Assicoop Bologna Metropolitana si potrà servire di nuove modalità di comunicazione, migliorando anche la raccolta dati necessaria alla «contattabilità»; estenderà l'utilizzo della Firma Elettronica Digitale ad un numero sempre crescente di clienti ed inoltre, proseguirà ad intensificare l'utilizzo degli strumenti di Omnicanalità messi a disposizione dalla Compagnia.
- **Ricambio generazionale**, attraverso la valorizzazione e la formazione dei giovani già presenti in azienda e all'inserimento di nuove generazioni di colleghi, Assicoop Bologna Metropolitana potrà orientarsi sempre più all'innovazione della propria struttura e dei propri processi.
- **Formazione**, attraverso la formazione continua a tutti i livelli operativi e direzionali Assicoop Bologna Metropolitana potrà garantire alle proprie persone sempre maggiore attenzione e crescita professionale, a partire dalle sollecitazioni e dai fabbisogni interni, oltre che dalle evoluzioni del contesto esterno.
- **Beyond**, attraverso l'allargamento dei settori di business alle nuove aree beyond insurance, offerti da UnipolSai, potrà garantire una presenza adeguata nei nuovi mercati ed il conseguente mantenimento di redditività aziendale. Garantendo affidabilità, trasparenza, correttezza e capacità di ascolto in ogni fase del lavoro, Assicoop Bologna Metropolitana si prepara alle nuove sfide: innovazione tecnologica, sostenibilità e riqualificazione ambientale.

## » GENERATORI DI FUTURO



## GOVERNANCE

### Le cariche sociali



### Consiglieri di Amministrazione

Antonio Bonora, Alfonso Roberto Galante, Paolo Mongardi, Fabio Busuoli, Paolo Cavini, Giorgio Chiarini, Lorenzo Cottignoli, Carlo Alberto Gollini, Rita Ghedini, Augusto Lenzi, Loreno Rossi, Tiziano Tassoni, Claudio Testa

### Collegio Sindacale

Rita Linzarini (Presidente), Giovanni Battista Graziosi (Sindaco effettivo), Franco Mariani (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 (**CGIL**, **CISL** e **UIL**), le associazioni di rappresentanza delle professioni e del lavoro autonomo (**CNA**, **CIA**, **Confesercenti**), la **Lega delle Cooperative di Bologna** e la **Cooperativa edificatrice Ansaloni**.

### STRUTTURA DELL'AZIONARIATO: quote detenute da ciascun azionista

**Assicoop Bologna Metropolitana**  
UnipolSai Finance S.p.A. 49,19%  
Asscooper Cons. coop. a r.l. 14,36%  
Gruppo Società Artigianato S.r.l. (CNA) 1,90%  
Cisocc s.c. a r.l. 0,75%  
C.I.A. Agricoltori Italiani Emilia Centro 0,70%  
Venere S.r.l. (UIL) 0,10%  
Società Centro Servizi S.r.l. (CISL) 0,07%  
Parfinco S.p.A. (LEGACOOP) 16,98%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 13,02%  
Coop Edificatrice Ansaloni Soc. Coop 1,40%  
CNA s.c. a r.l. 0,75%  
Ergon S.r.l (CGIL) 0,70%  
Ces. Conf. 1 S.r.l. (CONFESERCENTI) 0,07%  
CISL 0,01%



## PERFORMANCE ECONOMICA

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

### Principali indicatori economici Assicoop Bologna Metropolitana (€)

	Performance economiche			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Incassi netti	148.084.422	162.359.430	145.678.887	-1,62%
Provvigioni attive	16.107.169	16.120.519	15.621.419	-3,02%
Totale ricavi	20.705.194	19.790.393	19.318.339	-6,70%
Totale costi diretti	13.026.984	12.882.742	12.802.533	-1,72%
Margine lordo	7.678.210	6.907.651	6.515.806	-15,14%
Totale spese generali	3.725.374	3.373.185	3.393.041	-8,92%
Reddito operativo	3.952.836	3.534.466	3.122.765	-21,00%
Risultato d'esercizio	2.703.334	2.587.646	2.604.843	-3,64%

Il risultato d'esercizio del 2020 evidenzia per Assicoop Bologna Metropolitana una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business, nonostante i trend in diminuzione rispetto al 2018.

### Comparto assicurativo

#### Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana - Auto/ Rami elementari / Vita (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Auto	36.131.303	36.495.106	35.768.879	-1,00%
Rami elementari	47.255.283	46.185.562	44.373.795	-6,10%
Vita	64.697.836	79.678.762	65.536.213	1,30%

Il Ramo Auto si è mantenuto stabile nel corso degli anni, con una leggera diminuzione nel 2020, grazie però all'acquisizione di un grande affare Corporate al netto del quale il trend risulterebbe negativo a causa del calo del portafoglio auto Retail. La raccolta premi del comparto Vita ha subito, invece, un'impennata nel corso del 2019, riportandosi nel 2020 a valori in linea con l'anno 2018. Relativamente ai Rami Elementari, la raccolta premi è progressivamente diminuita nel triennio, fino a raggiungere una contrazione del 6% nell'ultimo anno.

#### Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana - Corporate/retail (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Retail	82.779.768	81.816.018	78.679.097	-4,95%
Corporate	65.304.654	80.543.411	66.999.790	2,60%

La raccolta premi complessiva Retail ha subito una variazione percentuale di periodo negativa, derivante principalmente dalla diminuzione incassi RCA, mentre il settore Corporate è in leggera crescita, con un picco nell'anno 2019 conseguente ad un importante affare Vita. L'attenzione di Assicoop Bologna Metropolitana, 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 Assicoop Bologna Metropolitana

	2018	2019	2020
	Indice di Cross selling	1,85%	1,87%
Indice di Cross selling	1,85%	1,87%	1,87%



## IL PROGETTO AGENZIA SMART

Assicoop Bologna Metropolitana, nel Luglio 2020, ha avviato il **Progetto Agenzia Smart** per fronteggiare la rivoluzione digitale in essere e per rispondere adeguatamente alle innovative richieste del mercato assicurativo.

Il Progetto si pone come **principali obiettivi**:

- **creare un nuovo modello di Agenzia** in grado di soddisfare le attuali richieste della clientela assicurativa, compresa quella Ibrida/digitale che se non servita adeguatamente potrebbe affacciarsi sul mercato;
- **rivisitare il modello commerciale** per consentire alla clientela di scegliere la modalità di servizio che meglio la rappresenta. La tradizionale offerta di consulenza deve essere integrata con tutte le innovazioni di processo oggi a disposizione.

Nel periodo del Progetto pilota sono stati raggiunti importanti risultati:

- **FEA**: la media del 21% di utilizzo nei primi sei mesi del 2020, è passata ad un valore costante sempre intorno al 40%. È importante evidenziare anche l'incremento significativo della FEA OTP da remoto che è passato da 0,6% a 7%.
- **Consulenza da Remoto**: la consulenza da Remoto è tra le principali novità all'interno del modello di Agenzia Smart. Tale attività è stata infatti oggetto di costante monitoraggio e ha prodotto risultati interessanti sia per gradimento da parte dei Clienti sia per numero di chiusura delle trattative. Oltre il 50% sono state concluse con esito positivo utilizzando unicamente strumenti innovativi quali: videochiamate, Fea OTP, incasso V-link.
- **NPS – Soddisfazione Cliente**: i risultati dell'intervista ai Clienti dell'Agenzia Smart hanno confermato le aspettative di inizio progetto: la clientela è pronta all'utilizzo digitale e ne apprezza i vantaggi in termini di comodità e di tempo ma non rinuncia alla territorialità delle agenzie e al contatto con l'operatore. Ciò che è risultato maggiormente gradito è la libertà di poter decidere come usufruire dei nostri servizi in base alle esigenze del momento.

Attraverso un coinvolgimento graduale di ulteriori punti vendita, differenti per dimensioni e bacini di utenza, sono state perfezionate le attività messe in campo. Nel corso del primo semestre 2021 sono state allineate tutte le Agenzie e le Sub Agenzie, compresi i Consulenti che vi lavorano all'interno.

Da luglio è iniziato il monitoraggio di ulteriori obiettivi Digital che, sin dai primi mesi, stanno mostrando un rapido e veloce sviluppo:

- **Indice digitale**: rappresenta le polizze trattate e/o perfezionate tramite canali digitali (FEA, incassi da APP/Area Riservata, Quietanze da remoto), che al 30 settembre ha raggiunto il 43,1%
- **Richieste clienti da app**: trattasi di richieste di contatto tramite la nuova funzionalità presente su APP / Area Riservata; al 30 settembre i giorni medi di risposta sono pari a 1,83
- **Multi canalità preventivi**: nuovi preventivi R.C.Auto resi consultabili ed acquistabili in autonomia tramite APP/Area Riservata; al 30 settembre sono arrivati al 49,2%
- **Contattabilità**: numero di Clienti attivi con almeno un dato di contatto (cellulare e/o mail) e Privacy aggiornata. Al 30 settembre risultano essere pari all'81,1%.

Entro la fine dell'anno si intendono consolidare ed incrementare i risultati ottenuti. L'intera rete vendita dovrà essere sempre più Smart: capace di valorizzare gli strumenti a disposizione e veloce nell'agire le novità e gli sviluppi omnicanale che si presenteranno in futuro.



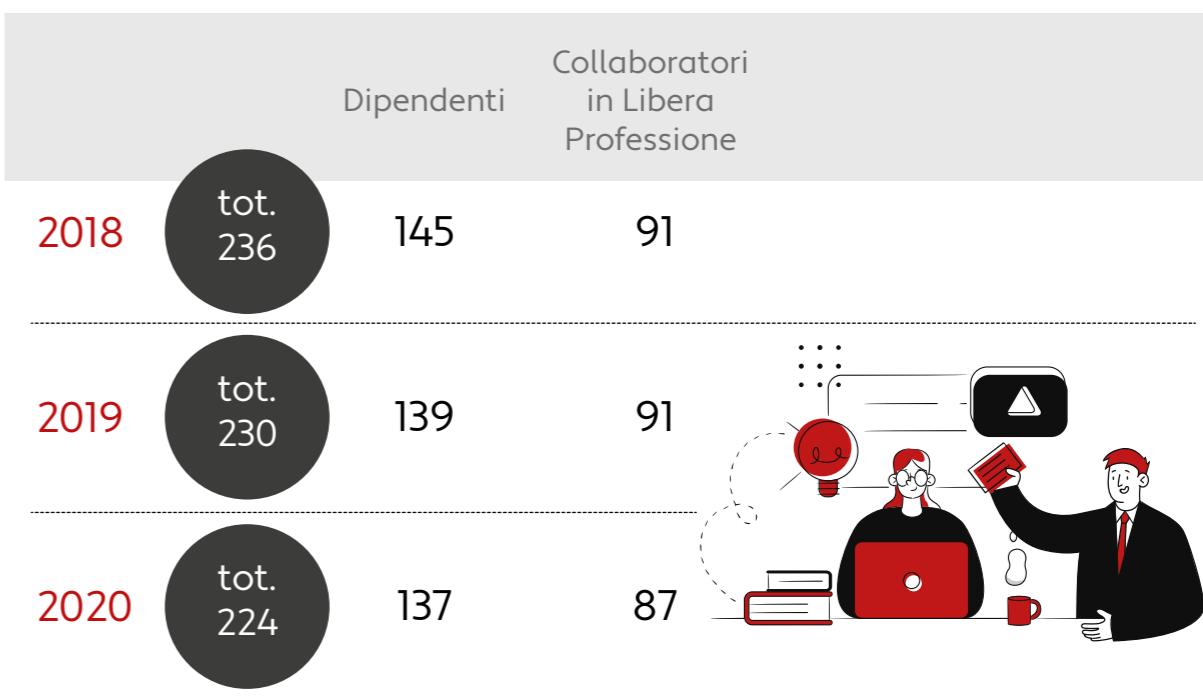
## LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

### 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 e l'inserimento lavorativo dei giovani.

In dettaglio, nel 2020 le persone impiegate in Assicoop Bologna Metropolitana sono state **224**, di cui **137 dipendenti** (104 donne, 33 uomini) e **87 collaboratori in libera professione**.

### Andamento delle risorse umane di Assicoop Bologna Metropolitana 2018-2020



Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2020 l'insieme del personale di Assicoop Bologna Metropolitana risulta comporsi di **2 dirigenti** (2 uomini), **18 quadri** (7 uomini e 11 donne) e **117 impiegati** (24 uomini e 93 donne). La composizione dei dipendenti quadri non ha riguardato particolari cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2018 – 2020). Quanto alla suddivisione per genere, le donne presenti in azienda rappresentano il **76% del totale dei dipendenti**. Nel corso del 2020 i **dipendenti appartenenti alle categorie protette\*** sono pari a 10.

\*Ai sensi della Legge 68/99, le categorie protette considerate riguardano i soggetti affetti da disabilità fisiche o sensoriali e altre categorie quali orfani, coniugi superstiti e profughi (italiani rimpatriati).

### Totale dipendenti per inquadramento 2020

	Dirigenti	Quadri	Impiegati
Uomini	2	7	24
Donne	0	11	93
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>117</b>

Per quanto riguarda la **suddivisione dei dipendenti per fasce di età**, il 57% di questi (78 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 39% (54 persone) ha più di 50 anni e l'4% (5 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

Nel 2020 Assicoop Bologna Metropolitana ha assunto 1 donna, di età tra 30 anni e 50.

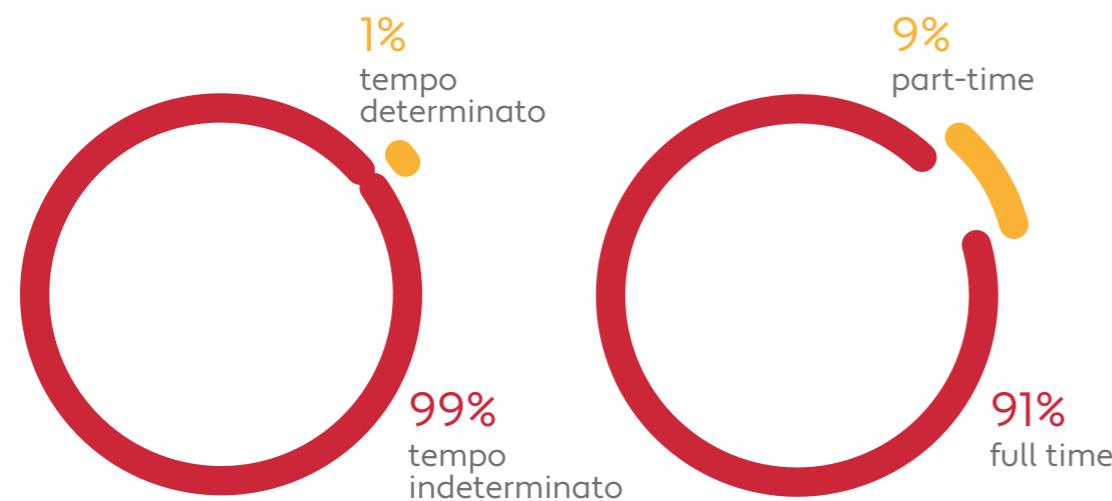


#### Totale dipendenti assunti e cessati

	2018	2019	2020
Assunzioni	17	9	1
Tasso assunzioni (%)	11,72%	6,47%	0,73%
Cessazioni	13	15	3
Tasso cessazioni (%)	8,97%	10,79%	2,19%

Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazione e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti. A riguardo, la quasi totalità dei dipendenti (136) intrattiene un rapporto regolato da **contratto a tempo indeterminato**. Per favorire la conciliazione **vita-lavoro** Assicoop offre anche soluzioni come il **part time**: il 9% dei dipendenti ha un contratto part-time.

#### Dipendenti per tipologia di contratto 2020



#### 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.

Nel triennio 2018-2020 **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 una media di oltre 5.000 ore di formazione annue** fra formazione obbligatoria a fini IVASS e formazione tecnica-manageriale. Particolarmente rilevante l'attività formativa posta in essere in collaborazione e all'interno dei Progetti di Compagnia, che ha seguito le linee guida strategiche del Piano Industriale in termini di: **presidio ecosistemi Mobility, Welfare e Property; valorizzazione dei nuovi talenti; inserimento dei nuovi settori di business; offerta nuove competenze digital e di emotional intelligence necessarie per le assicurazioni del futuro.**

In ottica di valorizzazione nuove risorse si è avviato un Progetto di selezione e possibile inserimento in organico di una nuova generazione di Consulenti, "New Generation", in collaborazione con le altre Assicoop.



#### Ore medie di formazione per genere

	2018	2019	2020
Ore totali di formazione dipendenti uomini	2.382	2.233	1.881
Ore totali di formazione dipendenti donne	3.462	3.107	2.546
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>5.844</b>	<b>5.340</b>	<b>4.427</b>
Ore medie di formazione uomini	70,06	63,80	57,00
Ore medie di formazione donne	31,19	29,88	24,48

#### Ore medie di formazione per categoria di inquadramento

	2018	2019	2020
Totale ore di formazione Dirigenti	98	81	72
Totale ore di formazione Quadri	771	672	581
Totale ore di formazione Impiegati	4.975	4.587	3.774
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>5.844</b>	<b>5.340</b>	<b>4.427</b>
Ore medie di formazione Dirigenti	49,00	40,50	36,00
Ore medie di formazione Quadri	38,55	37,33	32,28
Ore medie di formazione Impiegati	40,45	38,55	32,26



## PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha di recente avviato il progetto New Generation, che **investe su giovani di talento per rafforzare la propria rete commerciale**. Il progetto nasce dall'intento comune e dalla sinergia delle cinque Assicoop e prevede per i neo-consulenti un intenso percorso di formazione e sviluppo.

Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi **18 neo-consulenti assicurativi**, (nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi 18 neo-consulenti assicurativi, che hanno subito intrapreso un percorso di on-boarding, mentre il numero dei reclutati Assicoop è di 6), che **hanno subito intrapreso un percorso di on-boarding** per supportare il loro ingresso all'interno delle filiali e del contesto organizzativo Assicoop. L'on-boarding prevede un **learning journey** (percorso di apprendimento) strutturato e multi-metodo che permetterà ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo.

In particolare, il progetto New Generation vuole sviluppare sempre più la sinergia tra le Assicoop e i territori a partire dalle persone. È per questo che è stata creata una **community** di cui proprio i neo-consulenti saranno protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di on-boarding, i consulenti hanno partecipato ad un'attività di **Digital Team Building**, con l'obiettivo di dare avvio alla Community inter-Assicoop sperimentando quelli che ne sono gli aspetti e i valori caratterizzanti. Infatti, questo evento ha permesso non solo di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, ma anche e soprattutto di mettere alla prova le competenze relazionali che saranno l'ossatura del profilo del consulente e di cimentarsi attivamente con alcune sfide, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come è il mondo Assicoop.



## New Generation

## 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 dispone di un Rappresentante dei lavoratori per la Sicurezza (RLS), il medico competente e un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione 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. In particolare, nel 2019 è stato aggiornato il **Documento di Valutazione del rischio da stress lavoro - correlato**, tale valutazione è stata effettuata adottando la proposta metodologica elaborata dal "Dipartimento di medicina, epidemiologia, igiene del lavoro ed ambientale" dell'Inail (versione 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 70.000 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**.

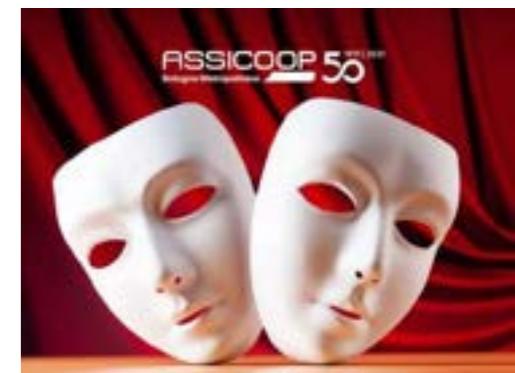
Anche per questo Assicoop Bologna Metropolitana partecipa attivamente e sostiene progetti e manifestazioni di carattere sociale, culturale, artistico e sportivo che sviluppano valori di integrazione e socialità nel nostro territorio.

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 triennio 2018-2020, compatibilmente con le possibilità di realizzazione per la crisi sanitaria, l'impegno di Assicoop Bologna Metropolitana è stato costante proprio per sostenere il territorio in un momento di difficoltà, assicurando spesso la continuità di progetti meritevoli in assenza di pubblico.

**Durante l'emergenza Assicoop Bologna Metropolitana ha sostenuto l'Azienda Ospedaliero Universitaria di Bologna e AUSL di Imola.**

In seguito all'allentamento delle restrizioni che permettono di riportare al 100% le capienza degli spazi culturali, è stato rinnovato 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 trentaseiesima edizione de **"La 10 Colli - Gran Premio Assicoop"** la grande corsa ciclistica del Circolo Dozza Tper.

Sono stati effettuati molteplici interventi a favore dello sport e della socialità, fra cui l'**Andrea Costa Imola Basket**, ma anche e soprattutto a favore di realtà sportive di minori dimensioni e di grande valore per piccole realtà territoriali: bocciofile, polisportive, manifestazioni agonistiche.

A sostegno del Comune di Bologna, prosegue il supporto al progetto **"Bologna città volontaria"** con l'erogazione di **6 borse di studio per giovani** delle scuole medie che fanno esperienza di stage presso enti pubblici.

Di grande importanza per il sostegno ai giovani è il progetto **"Vitamina C Cooperazione, condivisione cultura d'impresa"**, svolto in collaborazione con Legacoop Bologna e Legacoop Imola. Il progetto è rivolto agli studenti di istituti Superiori del territorio, ed ha come obiettivo l'elaborazione di progetti imprenditoriali per la redazione di un proprio business plan valutato in termini di fattibilità, sostenibilità economica e finanziaria, completezza e grado di analisi dell'elaborato e responsabilità ambientale.

È stato 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 CNA e Confesercenti e la Festa del Lavoro, organizzata il 1° maggio dalla Camera del Lavoro Metropolitana.

L'attenzione al sociale si sostanzia nel contributo ad iniziative di solidarietà, inclusione sociale, sostegno sanitario. In questo senso è stata confermata la collaborazione con **"Casa dei Risvegli Luca De Nigris"** per la **"Giornata dei risvegli"** con la finalità di sensibilizzazione ed impegno nei confronti delle persone in stato di post-coma e con la **"Fondazione Hospice"**, da sempre impegnata nell'assistenza, formazione e ricerca nell'ambito delle Cure Palliative.

Nel 2020 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di **€ 65.300**. In particolare, durante il drammatico periodo di emergenza sanitaria Assicoop Bologna Metropolitana ha rafforzato il suo impegno per il suo territorio e a chi si sta prodigando per la salute di ciascuno di noi attraverso l'incremento delle donazioni realizzate.

Mentre, nello stesso periodo l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di **€ 182.258**, in riduzione rispetto agli anni precedenti. Tali importi sono stati influenzati in modo anomalo rispetto agli anni precedenti a causa della pandemia da Covid-19.

#### Investimenti nella comunità locale (€)

	2018	2019	2020
Liberalità	21.970	26.998	65.300
Sponsorizzazioni	263.849	237.345	182.258
<b>Total</b>	<b>285.819</b>	<b>264.343</b>	<b>247.558</b>

## 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 2020 Assicoop Bologna Metropolitana ha in attivo la collaborazione con 33 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

	2020
Fornitura utenze	5
Servizi di pulizia	2
Postali e telefoniche	3
Manutenzione/Impianti tecnologici	20
Cancelleria, stampati ed altro	3
<b>Total</b>	<b>33</b>

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono le **Organizzazioni Socie, broker e coassicuratrici** (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici.

## L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

### GLI IMPATTI AMBIENTALI

Assicoop Bologna Metropolitana si impegna a diffondere e consolidare una cultura di tutela dell'ambiente, promuovendo la tutela del territorio di appartenenza e manifestando il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

In particolare, operando prevalentemente nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, presenta come impatti ambientali diretti più significativi il consumo di energia elettrica per l'illuminazione ed il riscaldamento degli uffici ed il consumo dei materiali nell'ambito delle attività d'ufficio.

Di seguito sono riportati i principali dati per il triennio 2018-2020 riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

#### Principali materiali consumati

	UdM	2020
Consumi di carta	Kg	13.880
Consumi di toner e cartucce (pezzi acquistati)	N.	452

A partire da Novembre 2020, tutta la carta fornita dal Gruppo Unipol per le operazioni di Assicoop Bologna Metropolitana è riciclata al 100%. Inoltre, la carta consumata è certificata Angelo Blu ed Ecolabel UE.

### CONSUMI DI ENERGIA

#### Consumi di energia

	UdM	2020
Totale consumi di energia elettrica	GJ	1.516
- di cui rinnovabile	GJ	-
- di cui non rinnovabile	GJ	1.516
Intensità energetica per dipendente	GJ/dip	11,07

I dati relativi al consumo di energia nell'anno 2020 sono in linea con quelli del triennio in considerazione, non si osservano quindi cali dovuti dalla pandemia Covid.

Assicoop Bologna Metropolitana ha avviato il monitoraggio dei propri consumi e delle relative emissioni secondo la classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol e suggerita dal GRI Standards, con l'obiettivo di garantire la comparabilità del dato anche in confronto con le altre organizzazioni. In dettaglio, Assicoop Bologna Metropolitana misura:

- Scope 1: emissioni dirette di GHG provenienti da installazioni di proprietà o controllate dall'organizzazione.
- Scope 2: emissioni indirette di GHG, derivanti dalla generazione di energia elettrica, energia a vapore, da riscaldamento e raffreddamento, importati e consumati all'interno dell'organizzazione.

#### Emissioni di scope 2

	UdM	2020
Scope 2 (Location Based)	tCO <sub>2</sub> eq.	125,51



## SUPPORTO AGLI STAKEHOLDER NELL'AMBITO DELL'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19

Nel quadro del complesso scenario derivante dall'emergenza da Covid-19, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, Assicoop Bologna Metropolitana ha tempestivamente implementato una serie di attività e misure a tutela della salute e della sicurezza dei propri dipendenti, collaboratori, clienti e stakeholder senza alcuna interruzione della propria attività.

Di seguito, vengono riportate le **principali iniziative attivate a supporto degli stakeholder**:

- È stato istituito un **“Comitato di sicurezza”** con il compito di definire, sulla base delle indicazioni previste dalla normativa nazionale, un **“Protocollo Aziendale di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro”** e di seguirne successivamente sia l'applicazione pratica in azienda sia l'aggiornamento continuo in base all'evolversi della situazione sanitaria.
- Sono state disposte alcune **regolamentazioni generali**, atte a prevenire la possibilità di contagio:
  - sospensione di tutte le attività che prevedevano l'aggregazione di persone per svolgere la normale attività lavorativa (come le riunioni con personale interno e/o esterno e le sessioni formative in aula), prevedendo la loro sostituzione attraverso l'utilizzo di modalità alternative quali audio o video conferenze;
  - realizzazione di un Programma di Comunicazione verso il Cliente, atto a favorire il contatto con le Agenzie ed i Punti Vendita di Assicoop; tale programma è stato attuato attraverso la rivisitazione del sito web, l'invio massivo di messaggi alla clientela tramite SMS e tramite campagne Pubblicitarie sui Social Network;
  - divieto di recarsi presso il domicilio dei Clienti, privilegiando il ricorso alle procedure informatiche messe a disposizione dalla Compagnia UnipolSai: stipula di contratti mediante **“Firma Elettronica Avanzata”** e pagamenti elettronici via Link;
  - ricevimento dei Clienti solo su appuntamento.

Contemporaneamente:

- tutti i Dipendenti ed i Liberi Professionisti (operanti all'interno dei Punti Vendita di Assicoop) sono stati dotati di Dispositivi di Protezione Individuale (mascherine, guanti mono uso, disinfettanti e pareti in plexiglass per le scrivanie);
- nei Punti Vendita sono stati sanificati regolarmente sia gli impianti che gli ambienti, durante il periodo dell'emergenza sanitaria.

È stata attuata una **“Turnazione nelle sedi di lavoro”**, attraverso la pianificazione di giornate di ferie ed il contemporaneo riconoscimento di permessi retribuiti a carico dell'Azienda.

Con l'obiettivo di tutelare la salute di dipendenti e familiari è stato attivato il **lavoro da remoto**, con immediata applicazione alle situazioni di maggiore “fragilità”, ai genitori di figli con età inferiore ai 14 anni ed a turno ai Dipendenti il cui posto di lavoro è ubicato in uffici con più di tre persone.

Per tutti i Dipendenti ed i Collaboratori è stata attivata una **“Copertura Assicurativa COVID-19”** con la Compagnia Unisalute, prevedendo anche l'estensione al Nucleo familiare.

Inoltre, Assicoop Bologna Metropolitana ha deciso di donare **50.000** euro a favore delle **Aziende USL di Bologna e Imola (rispettivamente 15.000 € ad ognuna)** e **dell'Azienda Ospedaliera Universitaria di Bologna (20.000 €)**, impegnate nell'assistenza e nella ricerca per l'emergenza Covid-19. La donazione vuole testimoniare la vicinanza di tutti i lavoratori di Assicoop Bologna Metropolitana a chi combatte in prima linea contro il Covid-19.



### ASSICOOP EMILIA NORD

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 triennio 2018-2020, 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 1964 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 nel 1968 a Parma nasce APACOOP srl.

### 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, APACOOP srl 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.

Negli ultimi anni, Assicoop Emilia Nord ha ampliato la presenza territoriale presidiando stabilmente anche la provincia di Piacenza. Nello specifico, sono stati aperti 4 nuovi punti vendita: Piacenza, Castel San Giovanni, Fiorenzuola e Podenzano.



## RIORGANIZZAZIONE ASSICOOP EMILIA NORD 2020

Nel corso del 2020 Assicoop Emilia Nord ha realizzato una profonda ristrutturazione organizzativa, passando dalle Aree Territoriali ai Canali Commerciali (Agenzie Dirette, Subagenti, Corporate e Specialist PMI), con l'obiettivo di semplificare la struttura organizzativa e focalizzare la rete di vendita sulla gestione dei diversi target di clientela. Inoltre, ha provveduto ad ampliare le funzioni di supporto ai Canali, rafforzando la Pianificazione Commerciale, con ruolo di elaborazione e diffusione delle strategie commerciali, lo Sviluppo Commerciale Family Welfare, il Change Management e l'Area Tecnica.

La riorganizzazione ha portato notevoli miglioramenti qualitativi e quantitativi, consentendo il raggiungimento degli obiettivi produttivi e commerciali 2020 e un ottimo posizionamento rispetto agli obiettivi 2021, primeggiando come risultato nel venduto di NLT sia nel 2020 che nel 2021, tra tutte le agenzie UnipolSai.



## GOVERNANCE

### Le cariche sociali



Presidente  
Pasquale Versace



Vicepresidente  
Luca Cenci



Amministratore Delegato  
Alessandro Sassi

### Consiglieri di Amministrazione

Lorenzo Cottignoli, Marina Spaggiari, Simone Tarchiani, Claudio Testa

### Collegio Sindacale

Sergio Cipelli, Fabio Mazzali, Alberto Parisini

## COMPAGINE SOCIALE

I soci di Assicoop Emilia Nord S.r.l. rappresentano a livello locale il mondo del lavoro dipendente e il mondo dell'impresitoria, 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.

**Assicoop Emilia Nord**  
UnipolSai Finance S.p.A. 50,00%  
Parco S.p.A. 24,00%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 12,00%  
Assicura S.p.A. 10,00%  
Partecipa S.r.l. 4,00%

### STRUTTURA DELL'AZIONARIATO: quote detenute da ciascun azionista



## PERFORMANCE ECONOMICA

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

### Principali indicatori economici Assicoop Emilia Nord (€)

	Performance economiche			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Incassi netti	120.741.897	126.633.753	125.896.330	4,27%
Provvidigioni attive	14.489.784	15.025.428	15.101.069	4,22%
Totale ricavi	18.703.147	18.937.097	18.586.676	-0,62%
Totale costi diretti	12.801.869	13.018.384	13.024.199	1,74%
Margine lordo	5.901.278	5.918.713	5.562.477	-5,74%
Totale spese generali	3.267.004	3.141.433	3.305.566	1,18%
Reddito operativo	2.634.274	2.777.280	2.256.911	-14,33%
Risultato d'esercizio	1.518.816	1.666.242	1.642.499	8,14%

Il risultato d'esercizio del 2020 evidenzia, nonostante la contrazione del margine lordo e conseguentemente del reddito operativo, una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business.

### Comparto Assicurativo

#### Raccolta premi Assicoop Emilia Nord - Auto/ Rami elementari / Vita (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Auto	45.645.134	46.213.705	47.210.851	3,40%
Rami elementari	37.884.131	38.841.137	40.382.745	6,60%
Vita	37.212.632	41.578.911	38.302.734	2,93%

Assicoop Emilia Nord ha perseguito nel triennio 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 e una riqualificazione quali-quantitativa del comparto Vita. La raccolta premi nel periodo di riferimento è risultata in costante aumento nel comparto Danni, in diminuzione nel comparto Vita, anche in riferimento al modificato contesto di mercato e la conseguente rivisitazione della politica di prodotto da parte della Mandante.

#### Raccolta premi Assicoop Emilia Nord - Corporate/retail (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Retail	85.862.272	94.395.839	93.410.981	8,79%
Corporate	31.087.223	32.237.914	32.485.349	4,50%

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 Assicoop Emilia Nord

	2018	2019	2020
Indice di Cross selling	2,10%	2,11%	2,16%

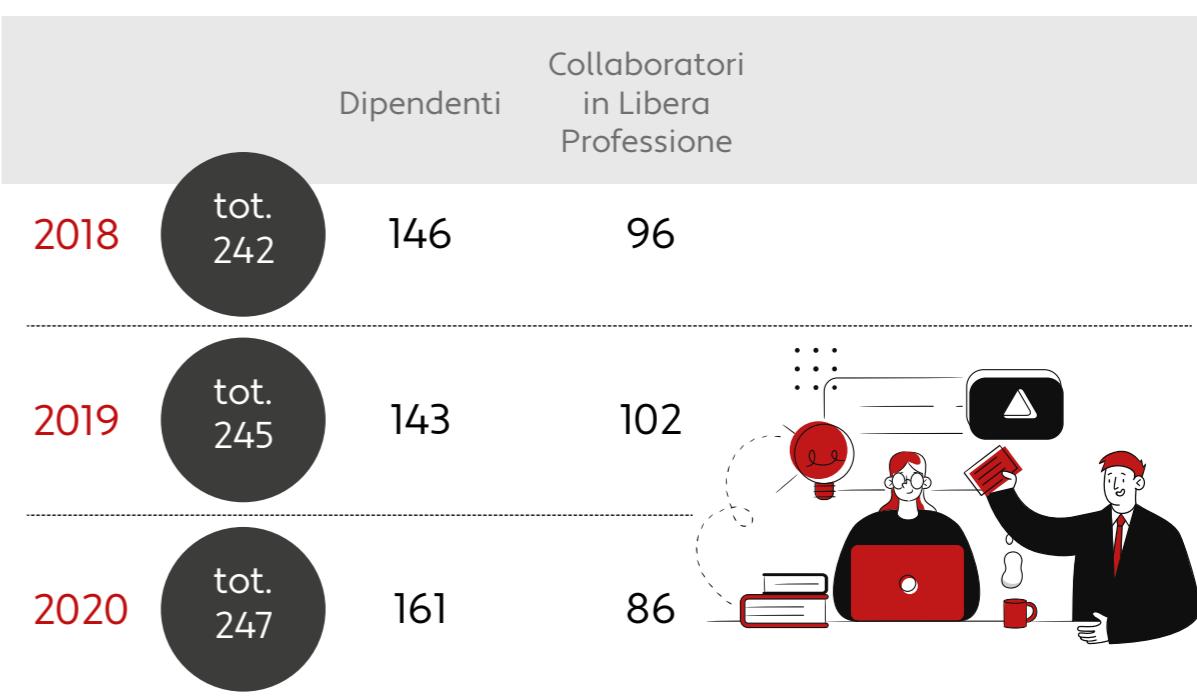
## LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

### 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 nelle province in cui Assicoop opera.

In dettaglio, nel 2020 le persone impiegate in Assicoop Emilia Nord sono state **247**, di cui **161 dipendenti** (114 donne, 47 uomini) e **86 collaboratori in libera professione**.

### Andamento delle risorse umane di Assicoop Emilia Nord 2018-2020



Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2020 l'insieme del personale di Assicoop Emilia Nord è composto da **4 dirigenti** (4 uomini), **10 quadri** (6 uomini e 4 donne) e **147 impiegati** (37 uomini e 110 donne). La composizione dei dipendenti non ha riguardato importanti cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2018-2020).

Quanto alla suddivisione per genere, le **donne presenti in azienda** rappresentano il **70,8% dei dipendenti**. Nel corso del 2020 i **dipendenti appartenenti alle categorie protette\*** sono pari a 8.

\*Ai sensi della Legge 68/99, le categorie protette considerate riguardano i soggetti affetti da disabilità fisiche o sensoriali e altre categorie quali orfani, coniugi superstiti e profughi (italiani rimpatriati).

### Totale dipendenti per inquadramento 2020

	Dirigenti	Quadri	Impiegati
Uomini	4	6	37
Donne	0	4	110
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>147</b>

Per quanto riguarda la **suddivisione dei dipendenti per fasce di età**, il 41% di questi (66 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 53% (86 persone) ha più di 50 anni e il 6% (9 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

Nel 2020 Assicoop Emilia Nord ha assunto 20 nuove persone, di cui 4 di età inferiore ai 30 anni, 6 tra i 30 e i 50 anni e 3 di età superiore ai 50.

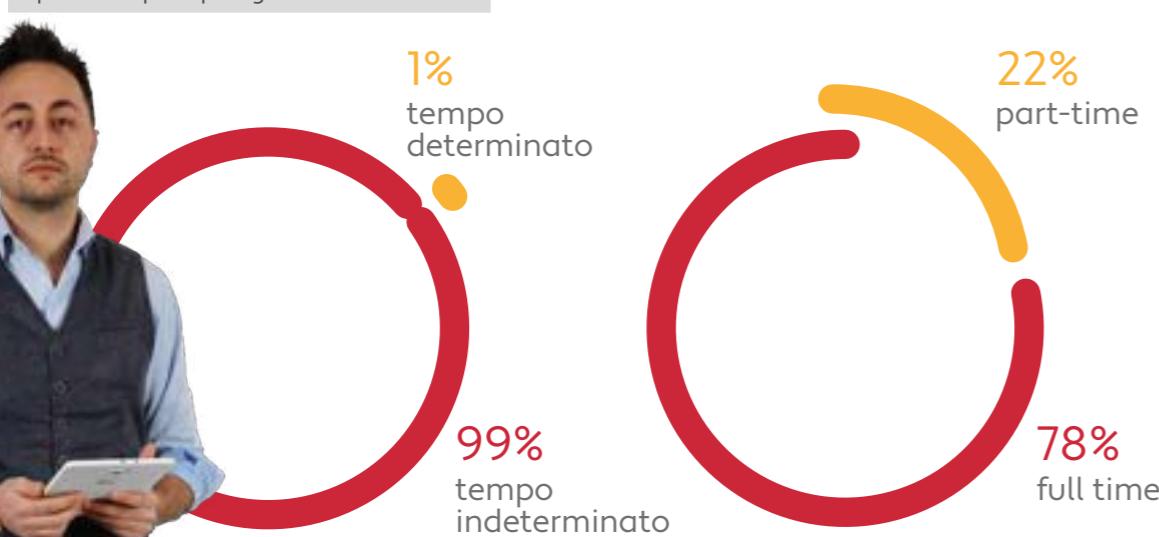


#### Totale dipendenti assunti e cessati

	2018	2019	2020
Assunzioni	3	3	13
Tasso assunzioni (%)	2,05%	2,10%	8,07%
Cessazioni	3	7	2
Tasso cessazioni (%)	2,05%	4,90%	1,24%

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. A riguardo, la quasi totalità dei dipendenti (159) intrattiene un rapporto regolato da **contratto a tempo indeterminato**. Per favorire la conciliazione vita-lavoro l'azienda offre anche soluzioni come il **part time**: il 22% dei dipendenti ha un contratto part-time.

#### Dipendenti per tipologia di contratto 2020



#### 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 e 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.

Nel 2020, le ore di formazione interna a cui ha partecipato la totalità del personale di Assicoop Emilia Nord ammontano a circa **5.860 ore**, incrementate rispetto all'anno precedente di 1.000 ore.

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

È stato perseguito, dal 2018 fino a oggi, un **intenso programma di inserimento di nuove risorse commerciali**, in prevalenza neolaureati, per garantire una sempre maggiore competenza tecnica della Rete di Vendita e un passaggio generazionale della forza vendita.



#### Ore medie di formazione per genere

	2018	2019	2020
Ore totali di formazione dipendenti uomini	1.361	1.472	1.734
Ore totali di formazione dipendenti donne	3.219	3.388	4.126
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>4.580</b>	<b>4.860</b>	<b>5.860</b>
Ore medie di formazione uomini	32,40	35,05	36,89
Ore medie di formazione donne	30,95	33,54	36,19

#### Ore medie di formazione per categoria di inquadramento

	2018	2019	2020
Totale ore di formazione Dirigenti	82	90	96
Totale ore di formazione Quadri	418	440	449
Totale ore di formazione Impiegati	4.080	4.330	5.315
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>4.580</b>	<b>4.860</b>	<b>5.860</b>
Ore medie di formazione Dirigenti	20,50	22,50	24,00
Ore medie di formazione Quadri	38,00	55,00	44,90
Ore medie di formazione Impiegati	31,25	33,05	36,15



## New Generation

### PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha di recente avviato il progetto New Generation, che **investe su giovani di talento per rafforzare la propria rete commerciale**. Il progetto nasce dall'intento comune e dalla sinergia delle cinque Assicoop e prevede per i neo-consulenti un intenso percorso di formazione e sviluppo.



Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi **18 neo-consulenti assicurativi**, che **hanno intrapreso un percorso di on-boarding** finalizzato a comprendere il contesto organizzativo di Assicoop e al successivo inserimento nelle Agenzie sul territorio. L'on-boarding prevede una **learning journey** (percorso di apprendimento) strutturata e multi-metodo che ha permesso ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche di attualità che riguardano il settore assicurativo.

In particolare, il progetto New Generation intende sviluppare sempre più la sinergia tra le Assicoop e i territori a partire dalle persone. È per questo che è stata creata una community di cui proprio i neo-consulenti saranno protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di on-boarding, i consulenti hanno partecipato ad un'esperienza di **Digital Team Building**, con l'obiettivo di dare avvio alla Community inter-Assicoop sperimentandone gli aspetti e i valori caratterizzanti. Infatti, questo evento ha permesso non solo di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, ma anche e soprattutto di mettere alla prova le competenze relazionali che saranno l'ossatura del profilo del consulente, oltre a cimentarsi attivamente con alcune sfide, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come il mondo Assicoop.

## 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.

Molto rilevante è stata l'attività, gestita con la collaborazione del Comitato Covid-19 di Assicoop e le Istituzioni preposte, per la realizzazione del Protocollo COVID-19 e l'applicazione di tutte le misure di Legge, e dei conseguenti presidi, anti-contagio.

## SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

Assicoop Emilia Nord è una realtà che vanta 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. L'impegno di Assicoop Emilia Nord è indirizzato primariamente a **iniziativa di tipo artistico e culturale** sostenute grazie alla collaborazione con **partner storici quali la Fondazione "I Teatri di Reggio Emilia"**, della quale Assicoop è stata tra i fondatori nel 2006, **la Fondazione "Toscanini" di Parma**, **la Biblioteca Centrale Comune di Reggio Emilia "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**.

Infatti, nel corso del 2020 Assicoop Emilia Nord ha contribuito a sostenere numerosi eventi e iniziative, nel rispetto delle disposizioni Covid-19, ed è stata a fianco delle **ASL dei territori in cui Assicoop opera, per contrastare il diffondersi della pandemia Covid-19**.

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.

Nel 2020 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di **€ 190.642**, mentre nello stesso periodo l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di **€ 63.225**, in riduzione rispetto agli anni precedenti. Tali importi sono stati influenzati in modo anomalo rispetto agli anni precedenti a causa della pandemia da Covid-19.



### Investimenti nella comunità (€)

	2018	2019	2020
Liberalità (€)	79.059	68.267	63.225
Sponsorizzazioni (€)	139.856	146.760	127.417
<b>Totale (€)</b>	<b>218.915</b>	<b>215.027</b>	<b>190.642</b>

## 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 2020 Assicoop Emilia Nord ha in attivo la collaborazione con 20 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

	2020
Fornitura utenze	5
Servizi di pulizia	3
Postali e telefoniche	4
Manutenzione/Impianti tecnologici	6
Cancelleria, stampati ed altro	2
<b>Totale</b>	<b>20</b>

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per Assicoop sono i **broker** e le **agenzie coassicuratrici** (servizi di intermediazione), oltre a professionisti per incarichi specifici (per esempio consulenze tecniche su privacy, qualità, formazione, riorganizzazione aziendale). Nel 2020 Assicoop Emilia Nord collabora con **10 professionisti per incarichi specifici** e **213 soggetti per i servizi di intermediazione**.



## L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

### GLI IMPATTI AMBIENTALI

Assicoop Emilia Nord si impegna a diffondere e consolidare una cultura di tutela dell'ambiente, promuovendo la tutela del territorio di appartenenza e manifestando il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici e il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

In particolare, operando prevalentemente nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, presenta come impatti ambientali diretti più significativi il consumo di energia elettrica per l'illuminazione, il riscaldamento degli uffici ed il consumo dei materiali nell'ambito delle attività d'ufficio.

Di seguito sono riportati i principali dati per il solo anno 2020 e riguardanti l'**utilizzo di alcuni rifiuti specifici** come toner e carta e il **consumo delle risorse energetiche** nel periodo di rendicontazione considerato.

### Principali materiali consumati

	UdM	2020
Consumi di carta	Kg	9.825
Consumi di toner e cartucce (pezzi acquistati)	N.	806

A partire da Novembre 2020, tutta la carta fornita dal Gruppo Unipol per le operazioni di Assicoop Emilia Nord è riciclata al 100%. Inoltre, la carta consumata è **certificata Angelo Blu ed Ecolabel UE**.

## CONSUMI DI ENERGIA

### Consumi di energia

	UdM	2020
Totale consumi di energia elettrica	GJ	1.541
- <i>di cui rinnovabile</i>	GJ	231
- <i>di cui non rinnovabile</i>	GJ	1.310
Intensità energetica per dipendente	GJ/dip	10,48

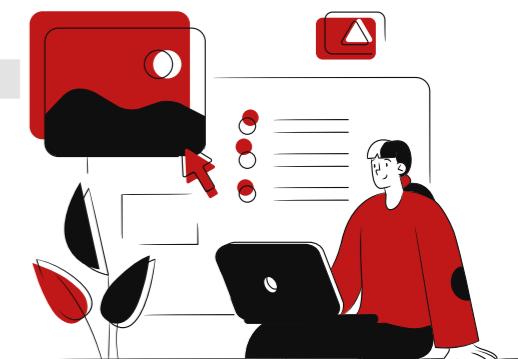
Il dato sul consumo di energia di Assicoop Emilia Nord è basato su una stima a partire dai costi sostenuti per l'energia elettrica in comparazione con le altre Assicoop.

Assicoop Emilia Nord ha avviato il monitoraggio dei propri consumi e delle relative **emissioni secondo la classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol e suggerita dal GRI Standards**, con l'obiettivo di garantire la comparabilità del dato anche in confronto con le altre organizzazioni. In dettaglio, Assicoop Emilia Nord misura:

- Scope 1: emissioni dirette di GHG provenienti da installazioni di proprietà o controllate dall'organizzazione.
- Scope 2: emissioni indirette di GHG, derivanti dalla generazione di energia elettrica, energia a vapore, da riscaldamento e raffreddamento, importati e consumati all'interno dell'organizzazione.

### Emissioni di scope 2

	UdM	2020
Scope 2 (Location Based)	tCO <sub>2</sub> eq.	108,41



## SUPPORTO AGLI STAKEHOLDER NELL'AMBITO DELL'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19

Nel quadro del complesso scenario derivante dall'emergenza da Covid-19, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, Assicoop Emilia Nord ha tempestivamente implementato una serie di attività e misure a tutela della salute e della sicurezza dei propri dipendenti, collaboratori, clienti e stakeholder senza alcuna interruzione della propria attività.

Di seguito, vengono riportate le **principali iniziative attivate a supporto degli stakeholder**:

- Sono state disposte alcune **regolamentazioni generali**, atte a prevenire la possibilità di contagio;
- o sospensione di tutte le attività che prevedono l'aggregazione di persone per svolgere la normale attività lavorativa (es. riunioni con personale interno e/o esterno, le sessioni formative in aula), prevedendo la loro sostituzione attraverso l'utilizzo di modalità alternative quali audio o video conferenze;
- o realizzazione di un Programma di Comunicazione verso il Cliente, atto a favorire il contatto con le Agenzie ed i Punti Vendita di Assicoop; tale programma è stato attuato attraverso la rivisitazione del sito web, l'invio massivo di messaggi alla clientela tramite SMS e tramite campagne pubblicitarie sui social network;
- o divieto di recarsi presso il domicilio dei Clienti, privilegiando il ricorso alle procedure informatiche messe a disposizione dalla Compagnia UnipolSai: stipula di contratti mediante "Firma Elettronica Avanzata" e pagamenti elettronici via Link;
- o ricevimento dei Clienti solo su appuntamento.

Contemporaneamente:

- tutti i Dipendenti ed i Liberi Professionisti (operanti all'interno dei Punti Vendita di Assicoop) sono stati dotati di Dispositivi di Protezione Individuale (mascherine, guanti mono uso);
- i Punti Vendita sono stati igienizzati regolarmente durante il periodo dell'emergenza sanitaria.

È stata attuata una **"Turnazione nelle sedi di lavoro"**, attraverso la pianificazione di giornate di ferie e il contemporaneo riconoscimento di permessi retribuiti a carico dell'azienda.

Con l'obiettivo di tutelare la salute di dipendenti e familiari è stato attivato il **lavoro da remoto**, con immediata applicazione alle situazioni di maggiore "fragilità", ai genitori di figli con età inferiore ai 14 anni e a turno ai Dipendenti il cui posto di lavoro è ubicato in uffici con più di tre persone.

Inoltre, Assicoop Emilia Nord ha donato **€ 30.000** a favore delle Aziende ASL di Reggio Emilia, di Parma e all'Azienda AUSL di Piacenza (rispettivamente **€ 10.000 ad ognuna**) impegnate nell'assistenza e nella ricerca per l'emergenza Covid-19. La donazione vuole testimoniare la vicinanza di tutti i lavoratori di Assicoop Emilia Nord a chi combatte in prima linea contro il Covid-19.



## ASSICOOP MODENA&FERRARA

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 triennio 2018-2020, 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 missione e i valori del movimento cooperativo, nasce **Assicoop Modena**, all'inizio con il nome di CASA (Cooperativa Assistenza Servizi Assicurativi), diventata poi 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 CESCON) e SAFIN (Agenzia Unipol operante sul territorio dell'Appennino modenese) partecipata da Assicoop ed ARCO. Per effetto delle fusioni, CNA e CESCON 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.

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.

Dalla seconda metà del decennio è iniziata la ricerca e l'acquisizione di portafogli gestiti da Agenti privati interessati a confluire in Assicoop Modena & Ferrara. Da allora sono 4 le realtà agenziali private confluite in Assicoop.

### Uno sguardo verso gli orizzonti futuri...

Per quanto riguarda le progettualità a partire dal 2020 e con uno sguardo verso i prossimi anni, Assicoop Modena&Ferrara punta, in primo luogo, a aumentare e presidiare il livello di servizio offerto, come elemento distintivo rispetto ai competitor territoriali, e per ricercare continuamente portafogli da acquisire.

In secondo luogo, è stato posto come obiettivo l'accelerazione nel percorso di innovazione e digitalizzazione e della multicanalità, insieme a un aumento della specializzazione della rete di vendita per segmento di utenza servita e il rafforzamento della rete di vendita, specie nel segmento PMI. Inoltre, verrà posta attenzione all'evoluzione del mercato con particolare rilievo al segmento RCA, destinato a diventare sempre più utility e sempre meno prodotto assicurativo, monitorando attentamente gli impatti organizzativi che ciò può avere nell'organizzazione aziendale.



### 50 ANNI DI ASSICOOP MODENA&FERRARA SPA

Il 5 dicembre 2019 abbiamo festeggiato con dipendenti, collaboratori, stakeholder ed istituzioni locali, questo traguardo ricordando le tappe più significative della nostra storia: abbiamo sfogliato l'album dei ricordi ed abbiamo ripercorso le trasformazioni e lo sviluppo delle nostre agenzie, l'impegno crescente a tutela del benessere di famiglie e imprese, i progetti di valorizzazione che ci hanno visto sempre più a fianco del territorio, come l'attività di acquisizione di opere d'arte modenese e ferraresi, e molto altro.

In questi anni, competenza, radicamento e chiarezza dell'offerta sono stati i tratti distintivi del nostro "fare assicurazione". Rispetto, responsabilità e solidarietà sono i solidi pilastri su cui abbiamo costruito con clienti e stakeholder una relazione costante, che attribuisce dignità e favorisce l'ascolto dei bisogni reali, senza tradire il rapporto di fiducia reciproco. Inoltre, a coronazione dei festeggiamenti sono stati erogati importanti contributi a favore dell'Azienda Ospedaliera-Universitaria di Modena, a sostegno di un progetto di ricerca, ASEOP (Associazione Sostegno Ematologia Oncologia Pediatrica), ANT Modena e ANT Ferrara.

**50°**  
**ASSICOOP**  
Modena&Ferrara SPA



## GOVERNANCE

### Le cariche sociali



### Consiglieri di Amministrazione

Alessandro Fortini, Edy Gambetti, Alfonso Roberto Galante, Alessandro Osti, Claudio Testa, Igor Maccanti, Marcello Modenese, Gianni Razzano, Mauro Roncaglia, Patrizia Veronesi

### Collegio Sindacale

Remo Zucoli, Roberto Loliva, Andrea Morandi (sindaci effettivi); Francia Nillo, Alberto Parisini (sindaci supplenti).

## COMPAGINE SOCIALE

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



**Assicoop Modena&Ferrara**  
SOFINCO S.P.A. 46,86%  
UNIPOLSAI FINANCE S.P.A. 43,75%  
CIA CONF. ITA. AGRIC. Modena 4,12%  
CES.CON. SCARL Modena 1,50%  
COOPIM SOC.COOPA R.L. 1,31%  
CSC DI VITTORIO SRL 0,92%  
ASSICOOP MODENA&FERRARA SPA 0,79%  
CIA CONFIT.AGRIC. Ferrara 0,21%  
CNA ASSOCIAZ.TERRIT. Modena 0,16%  
CNA Ferrara 0,14%  
CGIL Ferrara 0,14%  
FED. ESERCENTI Ferrara 0,06%  
CNA SERVIZI SCARL Modena 0,05%

## PERFORMANCE ECONOMICA

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

### Principali indicatori economici Assicoop Modena&Ferrara (€)

	Performance economiche			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Incassi netti	131.894.114	145.402.053	130.663.390	-0,93%
Provvigioni attive	16.306.511	16.972.961	17.346.746	6,38%
Totale ricavi	20.854.803	21.673.619	21.291.479	2,09%
Totale costi diretti	13.251.223	13.575.613	13.856.723	4,57%
Margine lordo	7.603.580	8.098.006	7.434.756	-2,22%
Totale spese generali	3.937.140	4.417.291	4.161.911	5,71%
Reddito operativo	3.666.440	3.680.715	3.272.845	-10,74%
Risultato d'esercizio	2.207.258	2.242.322	2.042.102	-7,48%

Il risultato d'esercizio del 2020 evidenzia, nonostante la contrazione del margine lordo e conseguentemente del reddito operativo, una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business.

### Comparto Assicurativo

#### Raccolta premi Assicoop Modena&Ferrara - Auto/ Rami elementari / Vita (€)

	Raccolta premi Assicoop Modena&Ferrara - Auto/ Rami elementari / Vita (€)			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Auto	40.209.191	40.758.518	40.263.527	0,14%
Rami elementari	41.315.351	42.277.265	43.667.092	5,69%
Vita	50.369.572	62.366.270	46.732.771	-7,22%

La politica commerciale orientata verso un ruolo di "tutela della persona" è evidente nel periodo in considerazione. Per prima cosa dobbiamo considerare che il triennio 2018-2020 è stato fortemente influenzato nell'ultimo esercizio dagli effetti che la pandemia ha avuto sul comparto assicurativo. Per diversi mesi le attività economiche sono state fermate o fortemente rallentate, con effetti pesanti sulla capacità di spesa dei cittadini. Le categorie più esposte sono state, ovviamente,

le categorie di lavoratori più deboli o con attività marginali. Questo nonostante il territorio di riferimento di Assicoop sia un territorio ricco e laborioso, con una economia vigorosa.

Fra il 2018 e il 2020, in riferimento al **comparto Vita**, si presenta una diminuzione della raccolta premi, ma solamente perché nel 2020 l'effetto pandemico ha ridotto la capacità di risparmio dei Clienti e la disponibilità a realizzare investimenti. Per quanto riguarda la **raccolta premi Danni** si è acuito il cambiamento di dinamiche del triennio precedente che ha portato all'inversione dei pesi nel mix di prodotti: il portafoglio Rami Elementari nel 2020 arriva a pesare oltre il 52% del portafoglio danni grazie a una variazione percentuale positiva del 5,7%, cui corrisponde una variazione negativa del portafoglio Auto del 0,14%. 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.





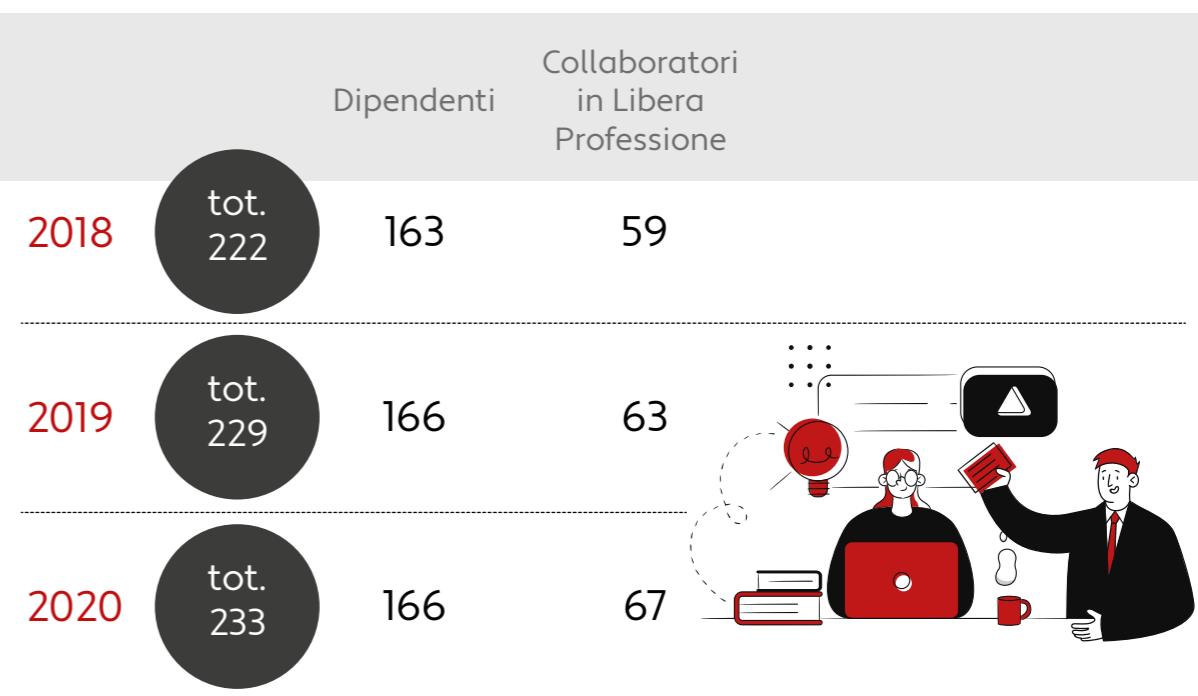
## LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

### 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 2020 le persone impiegate in Assicoop Modena&Ferrara sono state **235**, di cui **166 dipendenti** (119 donne, 47 uomini) e **69 collaboratori in libera professione**.

### Andamento delle risorse umane di Assicoop Modena&Ferrara 2018-2020



Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2020 l'insieme del personale di Assicoop Modena&Ferrara è composto da 1 dirigente (uomo), **17 quadri** (12 uomini e 5 donne) e **148 impiegati** (34 uomini e 114 donne). La composizione dei dipendenti non ha riguardato importanti cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2018-2020).

Quanto alla suddivisione per genere, le **donne presenti in azienda** rappresentano il **71,7% dei dipendenti**. Nel corso del 2020 i **dipendenti appartenenti alle categorie protette\*** sono pari a 9.

\*Ai sensi della Legge 68/99, le categorie protette considerate riguardano i soggetti affetti da disabilità fisiche o sensoriali e altre categorie quali orfani, coniugi superstiti e profughi (italiani rimpatriati).

### Totale dipendenti per inquadramento 2020

	Dirigenti	Quadri	Impiegati
Uomini	1	12	34
Donne	0	5	114
<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>148</b>

Per quanto riguarda la **suddivisione dei dipendenti per fasce di età**, il 46% di questi (77 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 44,6% (74 persone) ha più di 50 anni e il 9% (15 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

Nel 2020 Assicoop Modena&Ferrara ha assunto 11 nuove persone, di cui 5 di età inferiore ai 30 anni e 6 tra i 30 e i 50 anni.

Per quanto riguarda la **raccolta premi Vita** va sottolineato che questi risultati sono solo in parte influenzati dalla raccolta di premi su contratti Corporate, ma sono soprattutto dovuti ai buoni rendimenti che i prodotti messi a disposizione dalla Compagnia, ancora, riescono a riconoscere ai Clienti.

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 Assicoop Modena&Ferrara – Corporate/retail (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Retail	107.616.114	115.851.000	105.683.390	-1,80%
Corporate	24.278.000	29.551.053	24.980.000	2,89%



La raccolta premi nel triennio 2018-2020 a dati di portafoglio ha subito una variazione percentuale di periodo negativa (-1%): principalmente data da una diminuzione della raccolta premi nel comparto Vita.

**Gli incassi nel comparto Corporate sono incrementati di quasi il 3%**, a fronte di una raccolta nel Ramo Vita leggermente inferiore nel triennio.

Nel comparto Retail gli incassi nel triennio sono diminuiti del -2% soprattutto per effetto dei minori incassi Vita.

Come evidenziato al paragrafo precedente, nel retail il calo dei premi nel comparto Auto, e la diminuzione del premio medio di polizza, sono stati compensati dalle acquisizioni di portafoglio intervenute. Importante sviluppo nella raccolta premi nei Rami Elementari frutto anche **dell'aumento del Cross-Selling**.

L'andamento incassi del Comparto Corporate nel triennio è stato caratterizzato da un buon sviluppo nei rami elementari, grazie anche all'incremento di attività dei primari Clienti che hanno ampiamente compensato i minori incassi nel comparto Vita Corporate.

### Indice di cross-selling Assicoop Modena&Ferrara

	2018	2019	2020
Indice di Cross selling	2,19%	2,15%	2,25%

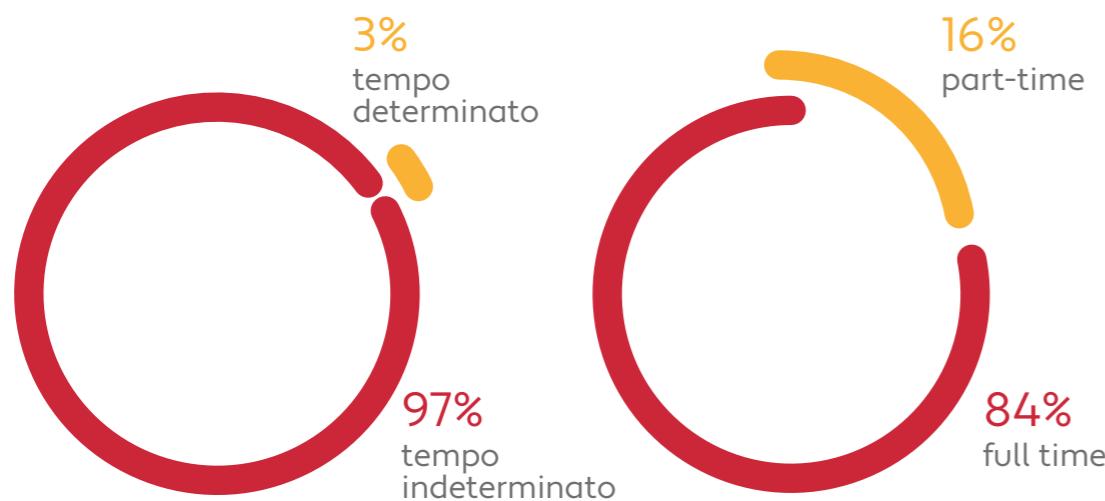
L'attenzione di Assicoop Modena&Ferrara nel suo ruolo di partner per la tutela del rischio è inoltre confermata dall'indice di Cross Selling che evidenzia il buon livello di fidelizzazione dei clienti, anche se lievemente in flessione negli ultimi due anni.

#### Totale dipendenti assunti e cessati

	2018	2019	2020
Assunzioni	9	11	11
Tasso assunzioni (%)	5,52%	6,63%	6,63%
Cessazioni	8	8	11
Tasso cessazioni (%)	4,91%	4,82%	6,63%

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. A riguardo, la quasi totalità dei dipendenti (119) intrattiene un rapporto regolato da **contratto a tempo indeterminato**. Per favorire la conciliazione vita-lavoro il Gruppo offre anche soluzioni come il **part time**: il 16% dei dipendenti ha un contratto part-time.

#### Dipendenti per tipologia di contratto 2020



#### 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.

La politica di gestione delle risorse umane di Assicoop Modena&Ferrara 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 continua di formazione specifica di carattere tecnico e commerciale.

Per l'anno 2020, le **ore di formazione erogate ammontano a circa 9.500**, in lieve calo rispetto al 2019 e 2018.

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.

È stato perseguito, dal 2018 fino ad oggi, un **intenso programma di inserimento di nuove risorse commerciali giovani**, in prevalenza neolaureati, per garantire una sempre maggiore cifra tecnica della Rete di Vendita ed un passaggio generazionale della forza vendita.



#### Ore medie di formazione per genere

	2018	2019	2020
Ore totali di formazione dipendenti uomini	2.773	2.637	2.580
Ore totali di formazione dipendenti donne	7.183	7.219	6.926
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>9.956</b>	<b>9.856</b>	<b>9.506</b>
Ore medie di formazione uomini	59,00	53,82	54,89
Ore medie di formazione donne	61,92	61,70	58,20

#### Ore medie di formazione per categoria di inquadramento

	2018	2019	2020
Totale ore di formazione Dirigenti	50	55	50
Totale ore di formazione Quadri	986	975	969
Totale ore di formazione Impiegati	8.920	8.826	8.487
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>9.956</b>	<b>9.856</b>	<b>9.506</b>
Ore medie di formazione Dirigenti	50,00	55,00	50,00
Ore medie di formazione Quadri	58,00	57,35	57,00
Ore medie di formazione Impiegati	61,52	59,64	57,35

## New Generation

### PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha di recente avviato il progetto New Generation, che **investe su giovani di talento per rafforzare la propria rete commerciale**. Il progetto nasce dall'intento comune e dalla sinergia delle cinque Assicoop e prevede per i neo-consulenti un intenso percorso di formazione e sviluppo.

Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi **18 neo-consulenti assicurativi**, che **hanno subito intrapreso un percorso di on-boarding** per supportare il loro ingresso all'interno delle filiali e del contesto organizzativo Assicoop. L'on-boarding prevede un **learning journey** (percorso di apprendimento) strutturato e multi-metodo che permetterà ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo.

In particolare, il progetto New Generation vuole sviluppare sempre più la sinergia tra le Assicoop e i territori a partire dalle persone. È per questo che è stata creata una **community** di cui proprio i neo-consulenti saranno protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di on-boarding, i consulenti hanno partecipato ad un'attività di **Digital Team Building**, con l'obiettivo di dare avvio alla Community inter-Assicoop sperimentando quelli che ne sono gli aspetti e i valori caratterizzanti. Infatti, questo evento ha permesso non solo di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, ma anche e soprattutto di mettere alla prova le competenze relazionali che saranno l'ossatura del profilo del consulente e di cimentarsi attivamente con alcune sfide, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come è il mondo Assicoop.



## 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 dispone di un Rappresentante del lavoratori per la Sicurezza (RLS), del medico competente, di un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Sicurezza e dell'Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione (ASPP) 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. In particolare, insieme al RSPP ed il medico competente viene valutato il rischio Stress Lavoro Correlato ed inserito come argomento nei corsi di aggiornamento sicurezza dei lavoratori.



## SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL TERRITORIO

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

### Investimenti nella comunità locale (€)

	2018	2019	2020
Liberalità (€)	33.628	73.220	74.199
Sponsorizzazioni (€)	430.671	501.128	311.666
<b>Totale (€)</b>	<b>464.299</b>	<b>574.348</b>	<b>385.865</b>

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 settecento 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 e ferraresi per nascita, formazione o ambito di attività. La Raccolta ospita oggi più di settecento opere tra dipinti, sculture, disegni e stampe, conservate presso le proprie sedi a Modena e Ferrara. Tutte le opere acquisite da Assicoop vengono periodicamente schedate e presentate in un sito web dedicato, a favore di un'ampia diffusione della Raccolta. Nel 2017 Assicoop ha inoltre voluto avviare un **percorso di maggiore valorizzazione di questo patrimonio**, che potesse **coinvolgere la città di Ferrara** ampliando l'opportunità di fruizione delle opere.

Nell'arco di un triennio sono state così presentate **tre esposizioni temporanee**: si è partiti nel 2017 con una prima mostra a **Palazzo Crema**, intitolata **"Situazioni d'arte"**, con dipinti anche delle Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea; nel 2018 è stata invece la volta di un'esposizione realizzata presso la **Pinacoteca Nazionale**, a Palazzo dei Diamanti, a cura di Marcello Toffanello e delle Gallerie Estensi, intorno alla figura del pittore **Giuseppe Mentessi**; infine, nel 2019, si è concluso il triennio con **"800/900. Cultura e società nell'opera degli artisti ferraresi"**, un percorso espositivo su tre sedi (**Palazzina Marfisa d'Este, Palazzo Bonacossi, Museo di Casa Romei**) che ha messo in dialogo dipinti, sculture e disegni provenienti dalle Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea di Ferrara, dalle Raccolte Assicoop e da BPER Banca, con l'intento di rileggere alcuni aspetti della vita pubblica e privata tra Ottocento e Novecento.

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 2018 Assicoop e il **Museo civico d'arte di Modena** hanno realizzato il terzo volume della raccolta d'arte di Assicoop Modena&Ferrara. 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.

Il 30 novembre 2019 viene inaugurata la mostra **"Passioni emozioni e sentimenti tra 800 e 900"** con opere di artisti modenesi, provenienti dalle Collezioni dei Musei Civici di Modena, delle Gallerie Estensi e di Assicoop Modena&Ferrara e Unipol-Sai, in mostra al Laboratorio Aperto di Modena Ex Centrale AEM.

Per quanto riguarda i progetti di solidarietà anche nel triennio 2018-2020 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 e UDI di Ferrara.

Assicoop 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 (SOCI)**.

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. È continuato il sostegno al **"Memoria Festival di Mirandola"**, comune fortemente colpito dal sisma del 2012.

Assicoop Modena&Ferrara ha poi elargito, nel corso del triennio 2018-2020, 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.

## 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 2020 Assicoop Modena&Ferrara ha in attivo la collaborazione con **77 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

	2020
Fornitura utenze	16
Servizi di pulizia	4
Postali e telefoniche	9
Manutenzione/Impianti tecnologici	36
Cancelleria, stampati ed altro	12
<b>Totale</b>	<b>77</b>

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).



## L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

### GLI IMPATTI AMBIENTALI

Assicoop Modena&Ferrara si impegna a diffondere e consolidare una cultura di tutela dell'ambiente, promuovendo la salvaguardia del territorio di appartenenza e manifestando il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

In particolare, operando prevalentemente nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, presenta come impatti ambientali diretti più significativi il consumo di energia elettrica per l'illuminazione ed il riscaldamento degli uffici ed il consumo dei materiali nell'ambito delle attività d'ufficio.

Di seguito sono riportati i principali dati per il solo anno 2020 e riguardanti l'**utilizzo di alcuni materiali specifici** come toner e carta e il **consumo delle risorse energetiche** nel periodo di rendicontazione considerato.

#### Principali materiali consumati

	UdM	2020
Consumi di carta	Kg	21.968
Consumi di toner e cartucce (pezzi acquistati)	N.	611

A partire da Novembre 2020, tutta la carta fornita dal Gruppo Unipol per le operazioni di Assicoop Modena&Ferrara è **riciclata al 100%**. Inoltre, la carta consumata è **certificata Angelo Blu ed Ecolabel UE**.

### CONSUMI DI ENERGIA

#### Consumi di energia

	UdM	2020
Totale consumi di energia elettrica	GJ	1.966
- di cui rinnovabile	GJ	-
- di cui non rinnovabile	GJ	1.966
Intensità energetica per dipendente	GJ/dip	11,84

Assicoop Modena&Ferrara ha avviato il monitoraggio dei propri consumi e delle relative **emissioni secondo la classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol e suggerita dal GRI Standards**, con l'obiettivo di garantire la comparabilità del dato anche in confronto con le altre organizzazioni. In dettaglio, Assicoop Modena&Ferrara misura:

- Scope 1: emissioni dirette di GHG provenienti da installazioni di proprietà o controllate dall'organizzazione.
- Scope 2: emissioni indirette di GHG, derivanti dalla generazione di energia elettrica, energia a vapore, da riscaldamento e raffreddamento, importati e consumati all'interno dell'organizzazione.

#### Emissioni di scope 2

	UdM	2020
Scope 2 (Location Based)	tCO <sub>2</sub> eq.	162,72



## SUPPORTO AGLI STAKEHOLDER NELL'AMBITO DELL'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19

Nel quadro del complesso scenario derivante dall'emergenza da Covid-19, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, Assicoop Modena&Ferrara ha tempestivamente implementato una serie di attività e misure a tutela della salute e della sicurezza dei propri dipendenti, collaboratori, clienti e stakeholder senza alcuna interruzione della propria attività.

Di seguito, vengono riportate le **principali iniziative attivate a supporto degli stakeholder**:

- È stato istituito un **“Comitato di sicurezza”** con il compito di definire, sulla base delle indicazioni previste dalla normativa nazionale, un **“Protocollo Aziendale di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro”** e di seguirne successivamente sia l'applicazione pratica in azienda sia l'aggiornamento continuo in base all'evolversi della situazione sanitaria.
- Sono state disposte alcune **regolamentazioni generali**, atte a prevenire la possibilità di contagio:
  - sospensione di tutte le attività che prevedevano l'aggregazione di persone per svolgere la normale attività lavorativa (come le riunioni con personale interno e/o esterno e le sessioni formative in aula), prevedendo la loro sostituzione attraverso l'utilizzo di modalità alternative quali audio o video conferenze;
  - realizzazione di un Programma di Comunicazione verso il Cliente, atto a favorire il contatto con le Agenzie ed i Punti Vendita di Assicoop; tale programma è stato attuato attraverso la rivisitazione del sito web, l'invio massivo di messaggi alla clientela tramite SMS e tramite campagne Pubblicitarie sui Social Network;
  - divieto di recarsi presso il domicilio dei Clienti, privilegiando il ricorso alle procedure informatiche messe a disposizione dalla Compagnia UnipolSai: stipula di contratti mediante **“Firma Elettronica Avanzata”** e pagamenti elettronici via Link;
  - ricevimento dei Clienti solo su appuntamento.

Contemporaneamente:

- tutti i Dipendenti ed i Liberi Professionisti (operanti all'interno dei Punti Vendita di Assicoop) sono stati dotati di Dispositivi di Protezione Individuale (mascherine, guanti mono uso);
- i Punti Vendita sono stati igienizzati regolarmente durante il periodo dell'emergenza sanitaria.

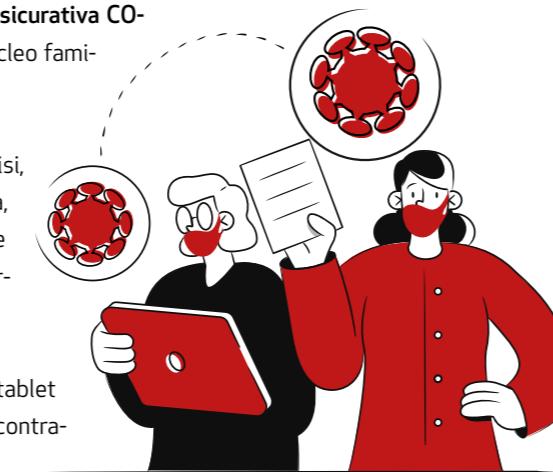
È stata attuata una **“Turnazione nelle sedi di lavoro”**, attraverso la pianificazione di giornate di ferie ed il contemporaneo riconoscimento di permessi retribuiti a carico dell'Azienda.

Con l'obiettivo di tutelare la salute di dipendenti e familiari è stato attivato il **lavoro da remoto**, con immediata applicazione alle situazioni di maggiore **“fragilità”**, ai genitori di figli con età inferiore ai 14 anni ed a turno ai Dipendenti il cui posto di lavoro è ubicato in uffici con più di tre persone.

Per tutti i Dipendenti ed i Collaboratori è stata attivata una **“Copertura Assicurativa COVID-19”** con la Compagnia Unisalute, prevedendo anche l'estensione al Nucleo familiare.

Assicoop Modena&Ferrara ha inoltre donato €60.000, equamente suddivisi, durante l'emergenza sanitaria Covid-19, a favore del Policlinico di Modena, dell'Ospedale di Boggiovara (MO) e dell'Ospedale di Cona (FE). La donazione vuole testimoniare la vicinanza di tutti i lavoratori di Assicoop Modena&Ferrara a chi combatte in prima linea contro il Covid-19.

Inoltre, in occasione del Natale, Assicoop Modena&Ferrara ha donato 30 tablet alla Cooperativa sociale Gulliver affinché i propri ospiti, impossibilitati ad incontrare i familiari, potessero **“incontrare”** virtualmente i propri cari.



## ASSICOOP ROMAGNA FUTURA

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 triennio 2018-2020, 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 corso degli anni Sessanta Assicoop Romagna Futura è stato il volto di Unipol nelle terre della Romagna, in particolare è nel 1963 che nasce l'Assicoop di Forlì e nel 1966 quella di Ravenna. 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 finanza 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, insieme alle altre Assicoop emiliane e toscane, prende vita l'Associazione Agenzie Societarie, un soggetto che consente di mettere a sistema esperienze peculiari sui rispettivi territori, unite da un comune denominatore: è l'avvio di un percorso che grazie alla creazione di un tavolo comune attorno al quale discutere e progettare linee di sviluppo comuni, porterà le Assicoop ad avere nel 2011 un'unica identità di canale e darà forza agli importanti progetti di aggregazione, di cui anche Assicoop Romagna Futura è figlia, finalizzati alla costruzione di soggetti più solidi e, con lungimiranza, in grado di reggere le sfide del nuovo scenario competitivo imposto da un mercato assicurativo sempre più condizionato dagli effetti della crisi economica.

### Uno sguardo verso gli orizzonti futuri...

Il 27 settembre 2011 Assicoop Ravenna e Assicoop Romagna costituiscono una nuova Società, che assume la denominazione di "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. A questo proposito sono stati avviati sei cantieri di progetto, ai quali partecipano i quadri di riferimento dell'azienda che, con l'obiettivo di annullare le distanze, nel conoscersi e lavorare insieme, condividono le reciproche conoscenze professionali. Nello specifico i cantieri sono: "Agenzia del futuro", "Quale sviluppo nel prossimo triennio", "Orientamento alle Organizzazioni Socie", "Performance e Sviluppo professionale" con l'obiettivo d'individuare modalità operative per capitalizzare le esperienze, migliorare gli standard produttivi, ottimizzare i costi operativi e rafforzare il business, e "Agenzia Speciale Grandi Clienti" e "Armonizzazione delle procedure" in cui, per massimizzare il risultato, è stato richiesto anche l'intervento di consulenti esterni.



Il 24 agosto 2018 l'Assemblea Straordinaria dei Soci ha deliberato la **trasformazione di Assicoop Romagna Futura da Società a Responsabilità Limitata a Società per Azioni** con atto Notarile depositato presso il Registro Imprese della Camera di Commercio di Ravenna. Inoltre, il 2018 rappresenta l'avvio di una importante attività di formazione tesa ad accompagnare le diverse figure professionali, a partire dagli operatori di agenzia e dai capi ufficio, in percorsi di evoluzione professionale che qualifichino sempre più ogni professionalità in un ambito fortemente specialistico; tale percorso viene progettato con una visione triennale identificando nuclei operativi territoriali con grande capacità di servizio e penetrazione su territorio e clienti.

### ASSICOOP 2020

Il processo di revisione del modello organizzativo ha nel tempo coinvolto tutte le Assicoop, e portato all'introduzione e alla sperimentazione di **strumenti moderni e innovativi** per rispondere in modo competitivo alle **sfide emergenti** e con esse ai **nuovi bisogni** dei clienti.

Il piano di lavoro denominato Assicoop 2020, aveva come obiettivi principali:

- 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.

Tali obiettivi si sono concretizzati attraverso il rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, dell'area tecnica e di back office. Il tutto affiancato da importanti percorsi di formazione dei propri dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

In particolare, è stata creata una funzione Innovazione, trasversale alle Assicoop, e 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 e omicanalità**.

Il 2020, con l'avvento della pandemia da Covid-19 ha rappresentato una enorme accelerazione sotto il profilo di queste iniziative, agevolando le attività quotidiane sia per le nostre strutture sia per i Clienti.

Ulteriore elemento introdotto dal 2017 è 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; si sono inoltre create le figure dei **Family welfare**, specializzate nelle analisi dei bisogni della persona e del nucleo familiare, sfruttando il grande ventaglio di soluzioni presenti nel portafoglio prodotti di gruppo.

Le ulteriori evoluzioni del gruppo attraverso la sottoscrizione di **accordi distributivi con Bper Banca** e l'acquisizione di UnipolRental (ex CarServer) hanno completato un pacchetto di offerta ancora più bari-centrato sulla specializzazione della struttura distributiva, tracciando anche le linee guida per le attività dei prossimi anni, ancor più caratterizzate da una capacità di offerta diversificata rispetto ai soli prodotti tradizionali assicurativi e mettendo a disposizione nostra e dei clienti soluzioni trasversali a esigenze assicurative e para assicurative.



## GOVERNANCE

### Le cariche sociali



### Consiglieri di Amministrazione

Lorenzo Cottignoli, Maurizio Benelli, Simone Tarchiani, Franco Giuliani, Roberta Suzzi, Claudio Testa, Vanni Zanfini

### Collegio Sindacale

Pierpaolo Sedioli, Giovanni Battista Graziosi, Vincenzo Ioli (Sindaci effettivi), Roberto Chiusoli, Laura Giammarchi (Sindaci supplenti)

## COMPAGINE SOCIALE

Fanno parte della compagine sociale di Assicoop Romagna Futura S.p.A., direttamente o tramite società derivate, oltre al Gruppo Unipol, le Organizzazioni territoriali di rappresentanza del mondo del lavoro dipendente, del lavoro autonomo e della cooperazione.

### STRUTTURA DELL'AZIONARIATO: quote detenute da ciascun azionista

**Assicoop Romagna Futura**  
UnipolSai Finance S.p.A. 50,00%  
Parfinco S.p.A. 19,52%  
CNA Servizi Forlì-Cesena 11,62%  
Sedar CNA Servizi 6,00%  
Teorema Soc. Coop. p. A. 3,00%  
Mercurio Forlivese S.r.l. 2,38%  
Coop. Sviluppo Commercio e Turismo Coop a r.l. 2,38%  
S.I.C.O.T. 1,50%  
Pegaso Finanziaria S.p.A. 1,50%  
Teorema di Cesena S.r.l. 1,00%  
FinCoop Rimini S.r.l. 0,60%  
Cooperdiem Soc. Coop. 0,50%



## PERFORMANCE ECONOMICA

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

### Principali indicatori economici Assicoop Romagna Futura (€)

	Performance economiche			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Incassi netti	116.679.072	125.195.312	116.810.748	-0,11%
Provvigioni attive	13.971.356	14.129.350	13.469.846	-3,59%
Totale ricavi	17.868.291	17.728.509	16.982.945	-4,95%
Totale costi diretti	12.831.484	12.899.056	12.044.159	-6,14%
Margine lordo	5.036.807	4.829.453	4.938.786	-1,95%
Totale spese generali	3.050.113	2.868.428	2.946.651	-3,39%
Reddito operativo	1.986.694	1.961.025	1.992.135	0,27%
Risultato d'esercizio	1.408.710	1.460.967	1.541.788	9,40%

### Comparto Assicurativo

#### Raccolta premi Assicoop Romagna Futura – Auto/ Rami elementari / Vita (€)

	Raccolta premi Assicoop Romagna Futura – Auto/ Rami elementari / Vita (€)			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Auto	35.698.961	36.114.479	34.045.429	-4,60%
Rami elementari	40.036.173	36.644.403	36.527.297	-8,80%
Vita	40.943.938	52.436.430	46.238.022	12,90%

Fra il 2018 e il 2020 in termini di raccolta premi Danni è proseguito lo sbilanciamento del mix di prodotti: con il portafoglio Rami Elementari che continua ad incrementare il proprio peso rispetto al portafoglio Auto.

In riferimento al comparto Vita, Assicoop Romagna Futura il volume incassi si attesta a oltre **46 milioni di euro**.

#### Raccolta premi Assicoop Romagna Futura – Corporate/retail (€)

	Raccolta premi Assicoop Romagna Futura – Corporate/retail (€)			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Retail	85.591.849	98.652.408	88.393.290	3,27%
Corporate	31.087.223	26.542.904	28.417.458	-8,59%

La raccolta premi nel triennio 2018-2020 ha subito una variazione percentuale di periodo negativa, principalmente per la criticità del più importante cliente corporate in portafoglio. Si riscontra un **miglioramento delle performance per la clientela Retail**.

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 Assicoop Romagna Futura

	2018	2019	2020
	Indice di Cross selling	1,87%	1,85%

## LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA

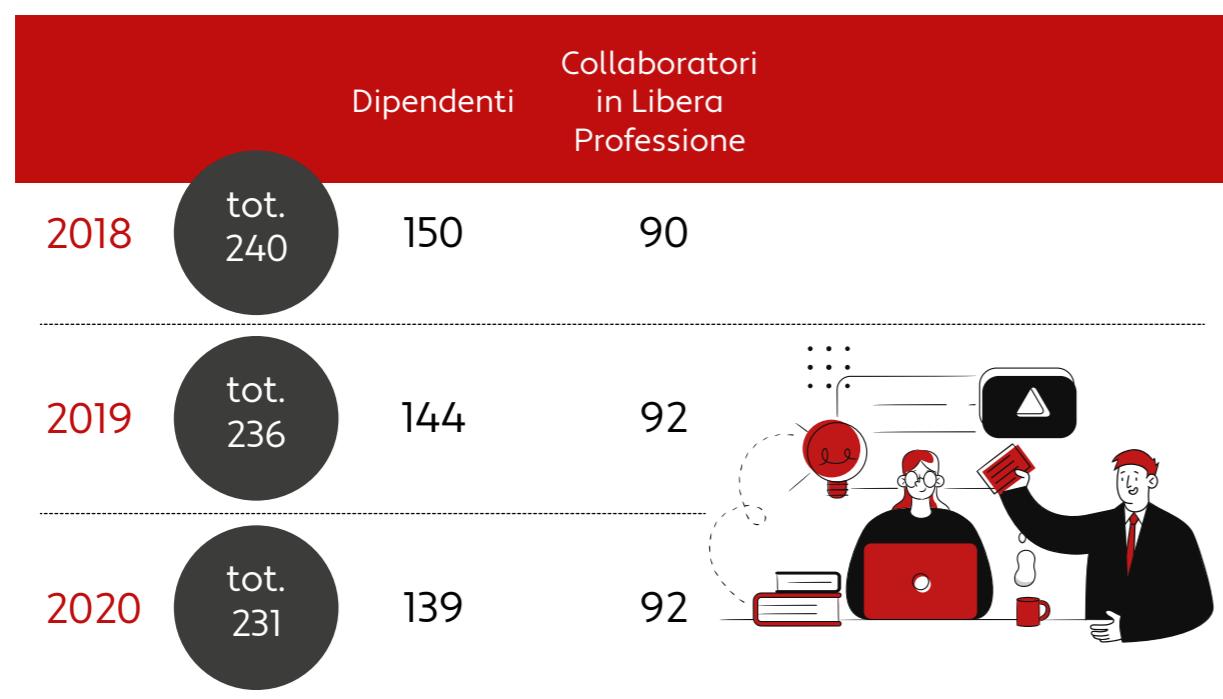


### Le persone di Assicoop

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 2020 le persone impiegate in Assicoop Romagna Futura sono state **231**, di cui **139 dipendenti** (43 uomini e 96 donne) e **92 collaboratori in libera professione**. Rispetto agli esercizi precedenti il numero delle risorse umane ha registrato una leggera diminuzione.

### Andamento delle risorse umane di Assicoop Romagna Futura 2018-2020



Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo il CCNL e per genere, nel 2020 l'insieme del personale di Assicoop Romagna Futura è così composto: **2 dirigenti** (2 uomini, 0 donne), **15 quadri** (14 uomini, 1 donna), **122 impiegati** (27 uomini e 95 donne). Per quanto riguarda la suddivisione per genere, complessivamente nel corso del 2020 le donne rappresentano il **69,1% dei dipendenti**, seppur con diverse % di composizione nelle diverse categorie d'inquadramento. Nel corso del 2020 i **dipendenti appartenenti alle categorie protette\*** sono 9.

\*Ai sensi della Legge 68/99, le categorie protette considerate riguardano i soggetti affetti da disabilità fisiche o sensoriali e altre categorie quali orfani, coniugi superstiti e profughi (italiani rimpatriati).

### Totale dipendenti per inquadramento 2020

	Dirigenti	Quadri	Impiegati
Uomini	2	14	27
Donne	0	1	95
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>122</b>

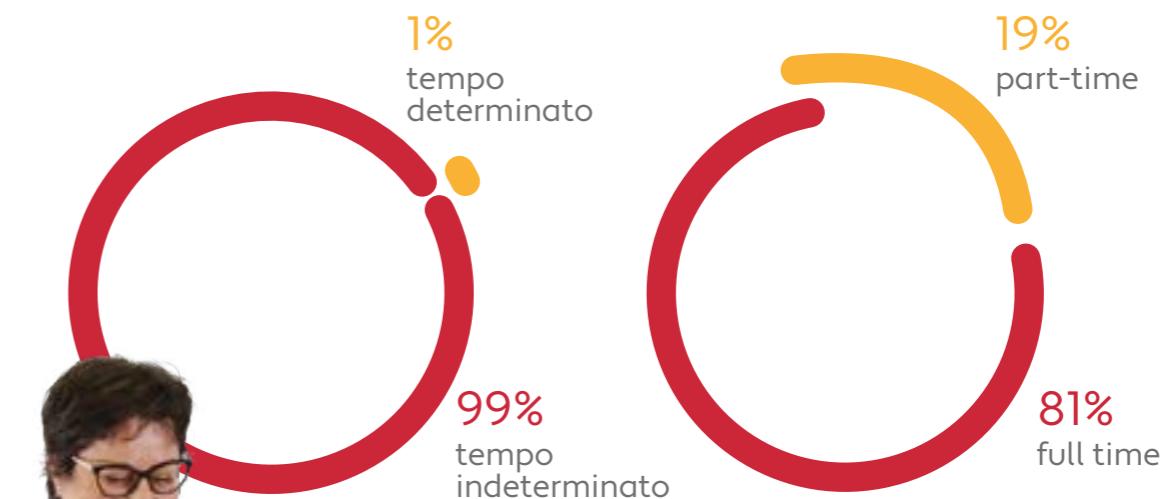
Per quanto riguarda la **suddivisione dei dipendenti per fascia d'età**, nel 2020 il 54% (75 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 45% (63 persone) ha più di 50 anni e l'1% (1 persone) ha un'età inferiore ai 30 anni. Nel periodo 2018-2020 Assicoop Romagna Futura ha assunto 8 persone.

### Totale dipendenti assunti e cessati

	2018	2019	2020
Assunzioni	3	3	2
Tasso assunzioni (%)	2,0 %	2,1 %	1,4 %
Cessazioni	4	9	7
Tasso cessazioni (%)	2,6 %	6,3 %	5,0 %

Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazione e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti. A riguardo, la quasi totalità dei dipendenti (138) intrattiene un rapporto regolato da **contratto a tempo indeterminato**. Per favorire la conciliazione vita-lavoro il Gruppo offre anche soluzioni come il **part time**: il 19% dei dipendenti ha un contratto part-time.

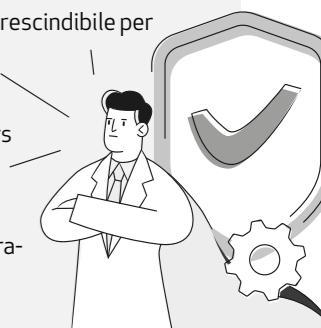
### Dipendenti per tipologia di contratto 2020



### Talento e sviluppo personale

La valorizzazione delle competenze individuali e la realizzazione di una crescita professionale dei propri dipendenti e collaboratori 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.



# New Generation

## PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha di recente avviato il progetto New Generation, che **investe su giovani di talento per rafforzare la propria rete commerciale**. Il progetto nasce dall'intento comune e dalla sinergia delle cinque Assicoop e prevede per i neo-consulenti un intenso percorso di formazione e sviluppo.

Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi **18 neo-consulenti assicurativi**, che **hanno subito intrapreso un percorso di on-boarding** per supportare il loro ingresso all'interno delle filiali e del contesto organizzativo Assicoop. L'on-boarding prevede un **learning journey** (percorso di apprendimento) strutturato e multi-metodo che permetterà ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo.

In particolare, il progetto New Generation vuole sviluppare sempre più la sinergia tra le Assicoop e i territori a partire dalle persone. È per questo che è stata creata una **community** di cui proprio i neo-consulenti saranno protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di on-boarding, i consulenti hanno partecipato ad un'attività di **Digital Team Building**, con l'obiettivo di dare avvio alla Community inter-Assicoop sperimentando quelli che ne sono gli aspetti e i valori caratterizzanti. Infatti, questo evento ha permesso non solo di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, ma anche e soprattutto di mettere alla prova le competenze relazionali che saranno l'ossatura del profilo del consulente e di cimentarsi attivamente con alcune sfide, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come è il mondo Assicoop.

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 intermedi 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** si sono sviluppate nel triennio con un focus importante sulla formazione tecnico commerciale strettamente connessa ai prodotti e alla normativa erogate a beneficio sia **dei dipendenti sia dei collaboratori** (oltre 9.000 ore nel 2018, oltre 7.600 nel 2019 e oltre 6.000 nel 2020 con una lieve riduzione dettata dalla necessità di implementare e strutturare modalità di formazione a distanza). In particolare, rilevante sono state le ore di formazioni erogate per progettualità strategiche di evoluzione delle competenze. Nel 2018 sono state erogate oltre 1.600 ore per il progetto già citato della evoluzione del ruolo degli operatori di agenzia, nel 2019 oltre 2.500 ore rivolte agli operatori (front, produttori e subagenti) attraverso modalità di team building, nel 2020 circa 1.000 ore di alta formazione a ruoli con prospettive di crescita professionale.



### Ore medie di formazione per genere

	2018	2019	2020
Ore totali di formazione dipendenti uomini	1.386	1.504	1.735
Ore totali di formazione dipendenti donne	2.720	2.833	3.162
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>4.106</b>	<b>4.337</b>	<b>4.897</b>
Ore medie di formazione uomini	28,29	34,18	40,35
Ore medie di formazione donne	26,93	28,33	32,94

### Ore medie di formazione per categoria di inquadramento

	2018	2019	2020
Totale ore di formazione Dirigenti	49	62	60
Totale ore di formazione Quadri	519	411	466
Totale ore di formazione Impiegati	3.538	3.864	4.371
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>4.106</b>	<b>4.337</b>	<b>4.897</b>
Ore medie di formazione Dirigenti	24,50	31,00	30,00
Ore medie di formazione Quadri	34,60	27,40	31,07
Ore medie di formazione Impiegati	26,60	30,43	35,83

## 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.

Nel dicembre 2019 è stata svolta un'**indagine sui dipendenti in merito allo stress correlato da lavoro**: il report restituisce un livello di rischio basso evidenziando in modo particolare il rapporto collaborativo e di supporto tra le diverse figure professionali. L'indagine al tempo stesso ha evidenziato la necessità di ulteriormente rafforzare alcuni aspetti aziendali quali il ruolo di ciascuno nel contesto della squadra e la modalità di trasmissione delle informazioni a livello aziendale.



## SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL 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 corso del 2020 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di **€ 66.934**, mentre l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di **€ 132.991**; tali importi sono stati influenzati in modo anomalo rispetto agli anni precedenti a causa della pandemia da Covid-19.

### Investimenti nella comunità (€)

	2018	2019	2020
Liberalità	23.448	56.600	66.934
Sponsorizzazioni	279.426	273.931	132.991
<b>Totale</b>	<b>302.874</b>	<b>330.531</b>	<b>199.925</b>

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. ONLUS, per i progetti di ricerca e prevenzione, contribuendo alle iniziative di educazione rivolte alle nuove generazioni e alle famiglie. In particolare, Assicoop è significativamente coinvolta nella realizzazione del **Progetto "Prime Center"**, iniziativa tesa a realizzare (inaugurazione prevista a ottobre 2021) di un centro multifunzionale dedicato alla prevenzione oncologica e al supporto a pazienti oncologici che già stanno affrontando la malattia. È stato inoltre effettuato l'acquisto, sempre a supporto delle attività IOR, di un autoveicolo da adibire agli spostamenti, grazie ai volontari IOR, dei pazienti che non sono in grado di sopperirvi da soli, dalla propria abitazione ai luoghi di cura e viceversa.

Sempre nell'ambito del mondo del volontariato e della ricerca, si è supportato l'investimento di **AIL territoriale (Associazione contro le Leucemie)** nella realizzazione di una nuova sede che mettesse nelle condizioni questa importante associazione di avere spazi per realizzare momenti formativi e informativi per il territorio.

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.

Nel corso del 2020 tali supporti sono stati erogati solo in parte a sostegno del mondo culturale particolarmente in difficoltà per il blocco di ogni iniziativa.

Infine, con l'obiettivo di **promuovere le attività sportive fra i giovani e giovanissimi** nel territorio della Romagna, Assicoop Romagna Futura sponsorizza alcune Società sportive in ambito pallavolistico.

Relativamente alle iniziative a supporto del mondo del lavoro Assicoop Romagna Futura ha contribuito alla realizzazione di **percorsi di valorizzazione delle piccole imprese territoriali** e delle progettualità tese a riqualificare i modelli operativi nella fase di avvento del Covid-19.

**promuovere le attività sportive  
fra i giovani e giovanissimi**

**percorsi di valorizzazione  
delle piccole imprese territoriali**



## 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 e fornitori di beni di consumo. Nel corso del 2020 Assicoop Romagna Futura ha in attivo la collaborazione con 47 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

	2020
Fornitura utenze	8
Servizi di pulizia	3
Postali e telefoniche	4
Manutenzione/Impianti tecnologici	24
Cancelleria, stampati ed altro	8
<b>Totale</b>	<b>47</b>

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 corso del 2020 Assicoop Romagna Futura ha collaborato con 55 realtà per i servizi di intermediazione (broker e coassicuratrici).

## L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

### GLI IMPATTI AMBIENTALI

Assicoop Romagna Futura si impegna a diffondere e consolidare una cultura di tutela dell'ambiente, promuovendo la tutela del territorio di appartenenza e manifestando il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

In particolare, operando prevalentemente nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, presenta come impatti ambientali diretti più significativi il consumo di energia elettrica per l'illuminazione ed il riscaldamento degli uffici ed il consumo dei materiali nell'ambito delle attività d'ufficio.

Di seguito sono riportati i principali dati per il triennio 2018-2020 riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

### Principali materiali consumati

	UdM	2020
Consumi di carta	Kg	12.388
Consumi di toner e cartucce (pezzi acquistati)	N.	350

A partire da Novembre 2020, tutta la carta fornita dal Gruppo Unipol per le operazioni di Assicoop Romagna Futura è **riciclata al 100%**. Inoltre, la carta consumata è **certificata Angelo Blu ed Ecolabel UE**.



## SUPPORTO AGLI STAKEHOLDER NELL'AMBITO DELL'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19

Nel quadro del complesso scenario derivante dall'emergenza da Covid-19, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, Assicoop Romagna Futura ha tempestivamente implementato una serie di attività e misure a tutela della salute e della sicurezza dei propri dipendenti, collaboratori, clienti e stakeholder senza alcuna interruzione della propria attività. Di seguito, vengono riportate le **principali iniziative attivate a supporto degli stakeholder**:

- Fin dalla metà marzo 2020 è stato istituito un "Comitato di sicurezza" (composto dall'Amministratore Delegato, dal Direttore Operations, dal Responsabile dei Lavori per la Sicurezza e da due componenti della Rappresentanza Sindacale Aziendale) con il compito di definire, sulla base delle indicazioni previste dalla normativa nazionale, un "Protocollo Aziendale di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro" e di seguirne successivamente sia l'applicazione pratica in azienda sia l'aggiornamento continuo in base all'evolversi della situazione sanitaria.
- Sono state disposte alcune **regolamentazioni generali**, atte a prevenire la possibilità di contagio:
  - o sospensione di tutte le attività che prevedevano l'aggregazione di persone per svolgere la normale attività lavorativa (come le riunioni con personale interno e/o esterno e le sessioni formative in aula), prevedendo la loro sostituzione attraverso l'utilizzo di modalità alternative quali audio o video conference;
  - o realizzazione di un Programma di Comunicazione verso il Cliente, atto a favorire il contatto con le Agenzie ed i Punti Vendita di Assicoop; tale programma è stato attuato attraverso la rivisitazione del sito web, l'invio massivo di messaggi alla clientela tramite SMS e tramite campagne Pubblicitarie sui Social Network;
  - o divieto di recarsi presso il domicilio dei Clienti, privilegiando il ricorso alle procedure informatiche messe a disposizione dalla Compagnia UnipolSai: stipula di contratti mediante "Firma Elettronica Avanzata" e pagamenti elettronici via Link;
  - o divieto di spostarsi presso altra sede agenziale e/o punto vendita, salvo i casi di comprovata necessità;
  - o ricevimento dei Clienti solo su appuntamento.

Contemporaneamente:

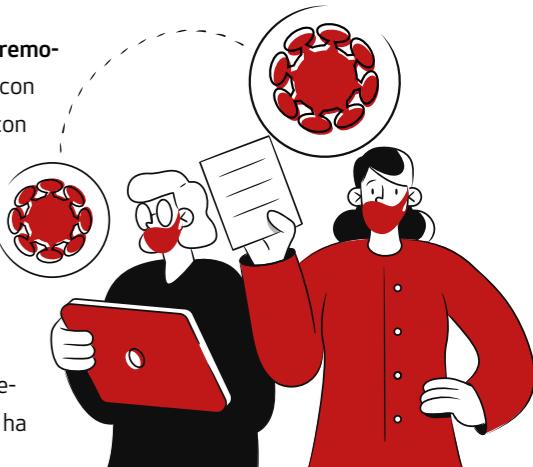
- sono stati rivisti i contratti con le Società fornitrice, con inserimento di igienizzazioni quotidiane di tutte le attrezzature informatiche (tastiere, monitor, mouse, ecc...) e dei locali di accesso del pubblico;
- tutti i Dipendenti ed i Liberi Professionisti (operanti all'interno dei Punti Vendita di Assicoop) sono stati dotati di Dispositivi di Protezione Individuale (mascherine, guanti mono uso);
- i Punti Vendita sono stati forniti di adeguate scorte di soluzioni idroalcoliche, spray igienizzanti e schermi in plexiglass per tutte le postazioni a diretto contatto con i Clienti.

È stata attuata una **"Turnazione nelle sedi di lavoro"**, attraverso la pianificazione di giornate di ferie ed il contemporaneo riconoscimento di permessi retribuiti a carico dell'Azienda. Complessivamente sono state riconosciute circa **590 giornate (oltre 4.700 ore)** di **"permessi retribuiti"**, a cui si aggiungono oltre 200 giornate di permessi a carico INPS ed i permessi non retribuiti. Non si è fatto ricorso a nessuna ora di "cassa integrazione guadagni straordinaria".

Con l'obiettivo di tutelare la salute di dipendenti e familiari è stato attivato il **lavoro da remoto**, con immediata applicazione alle situazioni di maggiore "fragilità", ai genitori di figli con età inferiore ai 14 anni ed a turno ai Dipendenti il cui posto di lavoro è ubicato in uffici con più di tre persone.

Per tutti i Dipendenti ed i Collaboratori è stata attivata una **"Copertura Assicurativa COVID-19"** con la Compagnia Unisalute, prevedendo anche l'estensione al Nucleo familiare.

Inoltre, per esprimere la riconoscenza e la vicinanza ai medici, agli infermieri e agli operatori che quotidianamente combattono contro il Covid-19, Assicoop Romagna Futura ha **donato all'ASL Romagna €30.000**.



## CONSUMI DI ENERGIA

### Consumi di energia

	UdM	2020
Totale consumi di energia elettrica	GJ	1.684
- di cui rinnovabile	GJ	105
- di cui non rinnovabile	GJ	1.579
Intensità energetica per dipendente	GJ/dip	12,11
Intensità energetica per mq	GJ/mq	0,28

La sede di Ravenna (di Via Faentina) è dotata di un impianto fotovoltaico, installato nel 2008 che copre mediamente il 50% del fabbisogno di energia della sede. L'impianto, posizionato sul tetto della sede, ha una potenza di picco di 17,85 kW.

Assicoop Romagna Futura ha avviato il monitoraggio dei propri consumi e delle relative **emissioni secondo la classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol e suggerita dai GRI Standards**, con l'obiettivo di garantire la comparabilità del dato anche in confronto con le altre organizzazioni. In dettaglio, Assicoop Romagna Futura misura:

- Scope 1: emissioni dirette di GHG provenienti da installazioni di proprietà o controllate dall'organizzazione.
- Scope 2: emissioni indirette di GHG, derivanti dalla generazione di energia elettrica, energia a vapore, da riscaldamento e raffreddamento, importati e consumati all'interno dell'organizzazione.

### Emissioni di scope 2

	UdM	2020
Scope 2 (Location Based)	tCO <sub>2</sub> eq.	130,70





## ASSICOOP TOSCANA

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 2018-2020, 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 nasce il 1º luglio 2015 dall'unione di Assicoop Firenze, Assicoop Grosseto, Assicoop Siena e l'Agenzia Fondiaria "Lucherini e Verdiani" di Firenze, realtà già attive e tradizionalmente radicate nelle rispettive province.

Assicoop Toscana è una struttura radicata sul territorio, organizzata in settori ad alto livello di specializzazione, continuamente impegnata nell'introduzione e utilizzo di strumenti innovativi, 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**

Assicoop Toscana, nella parte finale dell'esercizio 2020, ha iniziato a lavorare ad una **revisione del modello organizzativo**, che sarà in vigore a partire dal 2021, puntando sulla **specializzazione per Canali distributivi**. Tale modello organizzativo consentirà di migliorare la qualità nel servizio di consulenza ai nostri clienti e, unito all'utilizzo di strumenti moderni e innovativi, ci metterà in condizione di rispondere in modo competitivo alle sfide emergenti e con esse ai nuovi bisogni dei clienti.

Obiettivo sempre centrale è la promozione di una sempre maggiore formazione dei dipendenti e collaboratori per ampliare le competenze professionali e specifiche che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi aziendali. A partire dal 2021 partecipiamo al **percorso** denominato **New Generation**, con il supporto della Compagnia e della società di consulenza SCS, con l'obiettivo di potenziare e implementare le nostre strutture con giovani neo laureati, inserendoli nelle nostre Aziende attraverso un primo periodo di tirocinio, una costante formazione e affiancamento dei mentori loro dedicati, per poi avviarli alla professione di Consulenti Assicurativi in grado di soddisfare le esigenze dei clienti in un mercato che cambia, genera nuovi bisogni, nuove modalità di relazione e richiede una sempre maggiore capacità di utilizzo di strumenti innovativi.

Nell'ambito dell'innovazione tecnologica e di processo, Assicoop Toscana è da tempo particolarmente impegnata in tutte quelle attività ricomprese nell'ambito della **vendita in mobilità**, implementando, migliorando e aggiornando costantemente i **processi commerciali e gestionali** attraverso la loro semplificazione e digitalizzazione con l'obiettivo di fornire ai nostri clienti servizi e strumenti per una efficace relazione basata sulla **multicanalità**. Per intercettare le esigenze di un sempre maggior numero di clienti e potenziali tali che ricorrono esclusivamente ai canali digitali, Assicoop Toscana nel 2021 ha previsto la creazione di un'**Agenzia Digitale** che avrà come modalità di relazione e applicazione di processi commerciali esclusivamente digitali, utilizzando la tecnologia a disposizione grazie alle innovazioni apportate dalla Compagnia.

## GOVERNANCE

### Le cariche sociali



### Consiglieri di Amministrazione

Lorenzo Cottignoli, Giuseppe d'Alessandro, Alfonso Roberto Galante, Manuele Marigolli, Daniela Morosini, Simone Tarchiani, Claudio Testa, Vincenzo Formicola, Paolo Cantelli, Roberto Bartolini, Lapo Baldini

### Collegio Sindacale

Libero Mannucci (Presidente), Roberto Lusini e Alberto Parisini

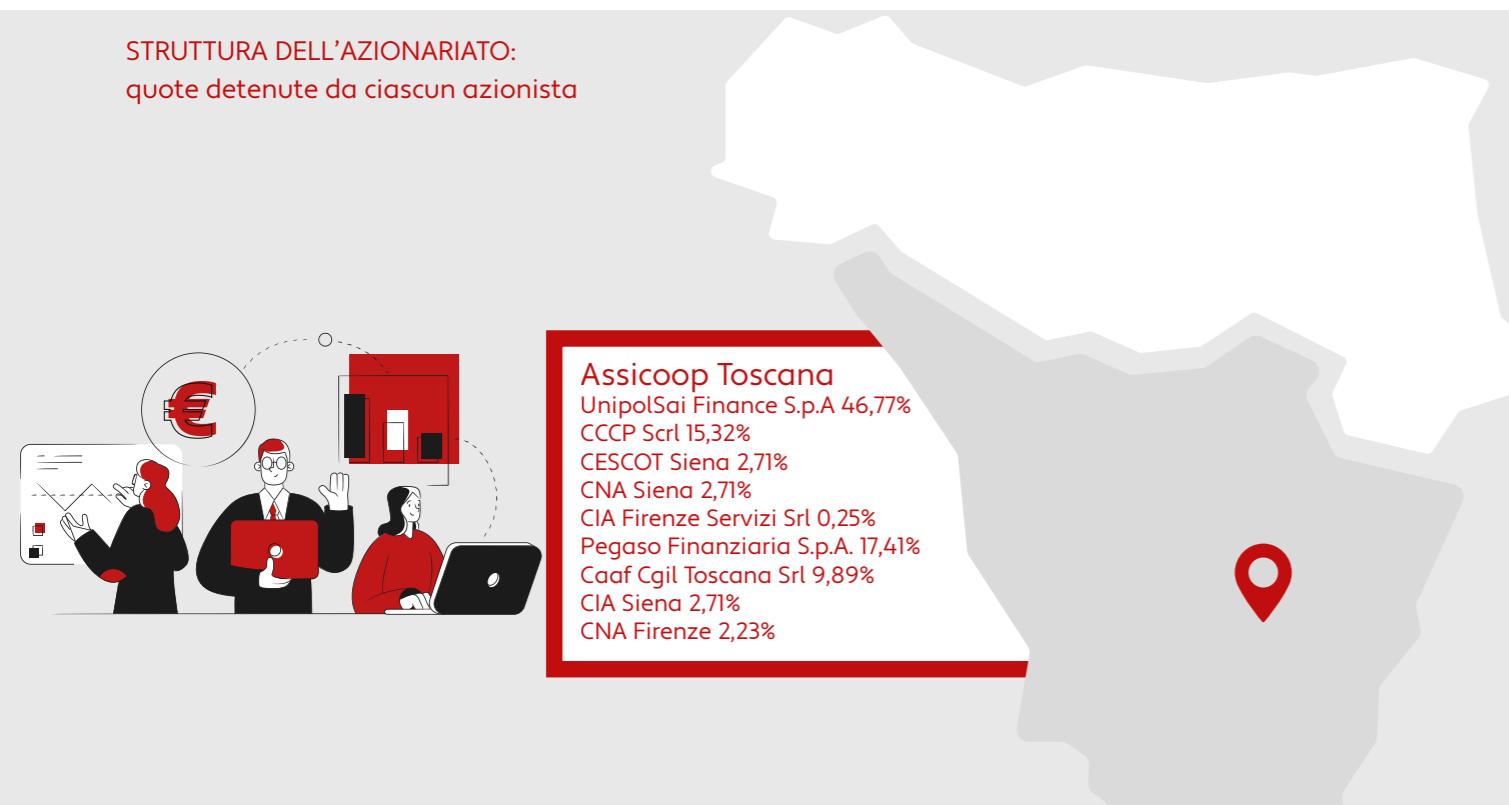
## COMPAGINE SOCIALE

I soci di Assicoop Toscana S.p.A. rappresentano a livello locale il mondo del lavoro dipendente (CGIL) e il mondo dell'impren-ditoria, 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 Scrl) e Cgil Regionale (Caaf Cgil Toscana S.r.l.); UnipolSai Finance S.p.A. è invece una Società finanziaria del Gruppo Unipol, mentre PegasoFinanziaria 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 Scrl.

### STRUTTURA DELL'AZIONARIATO: quote detenute da ciascun azionista



## PERFORMANCE ECONOMICA

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

### Principali indicatori economici Assicoop Toscana (€)

	Performance economiche			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Incassi netti	130.479.405	123.988.034	133.059.968	1,98%
Provvigioni attive	14.238.959	14.672.778	14.969.176	5,13%
Totale ricavi	18.910.345	18.283.635	18.492.238	-2,21%
Totale costi diretti	14.664.391	13.902.766	13.673.079	-6,76%
Margine lordo	4.245.954	4.380.869	4.819.159	13,50%
Totale spese generali	3.059.800	2.740.776	2.824.441	-7,69%
Reddito operativo	1.186.154	1.640.093	1.994.718	68,17%
Risultato d'esercizio	308.355	573.710	917.939	197,69%

È importante evidenziare che le spese generali nei tre esercizi sono rimaste sostanzialmente inalterate nonostante la forte incidenza dei costi intervenuti nel 2020 per il contrasto alla emergenza sanitaria, ciò per effetto delle attente valutazioni ed iniziative operate in questo comparto. Assicoop Toscana ha in questi anni operato costantemente una prudente politica di accantonamenti che le hanno consentito di affrontare questi esercizi e i prossimi con ragionevole tranquillità.

### Comparto Assicurativo

#### Raccolta premi Assicoop Toscana - Auto/ Rami elementari /Vita (€)

	Raccolta premi Assicoop Toscana - Auto/ Rami elementari /Vita (€)			
	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Auto	45.681.813	53.217.152	65.431.026	43,23%
Rami elementari	41.069.546	38.265.181	35.946.753	-12,47%
Vita	43.728.046	32.505.701	31.682.189	-27,55%

La raccolta premi complessiva dell'esercizio 2020 nei rami Danni è stata pari ad euro **101,4 milioni**, in incremento del 10,8% rispetto al precedente esercizio.

La raccolta dei premi Auto è stata pari ad **€ 65,4 milioni** in incremento del 23,0% grazie principalmente ai premi CVT (corpi veicoli terrestri), raccolti tramite la Divisione Altri Accordi Distributivi ed agli incassi RCA Flotte della Divisione Corporate. Al netto di tali incrementi, si registra anche nel 2020 una flessione sia nel premio medio RCA sia nel numero pezzi.

La raccolta premi Rami Elementari si è attestata ad **€ 35,9 milioni** subendo una riduzione del 6,1% dovuta ad un decreimento nella raccolta Premi nel segmento Retail e a perdite rilevanti registrate nel segmento Corporate. Si è invece registrato un **incremento di raccolta nel segmento PMI**.

La raccolta premi Vita è stata pari a **€ 31,7 milioni** in leggero decremento rispetto all'esercizio precedente.



## 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). In particolare, le politiche nel corso degli ultimi anni hanno visto centrale il ruolo della tutela della stabilità occupazionale e l'inserimento lavorativo dei giovani.

In dettaglio, nel 2020 le persone impiegate in Assicoop Toscana sono state **239**, di cui **141 dipendenti** (84 donne, 57 uomini) e **98 collaboratori in libera professione**.

### Raccolta premi Assicoop Toscana – Corporate/retail (€)

	2018	2019	2020	Variazioni % 2018-2020
Retail	97.052.276	84.027.999	77.255.854	-20,40%
Corporate	33.427.129	39.960.035	55.804.114	66,94%

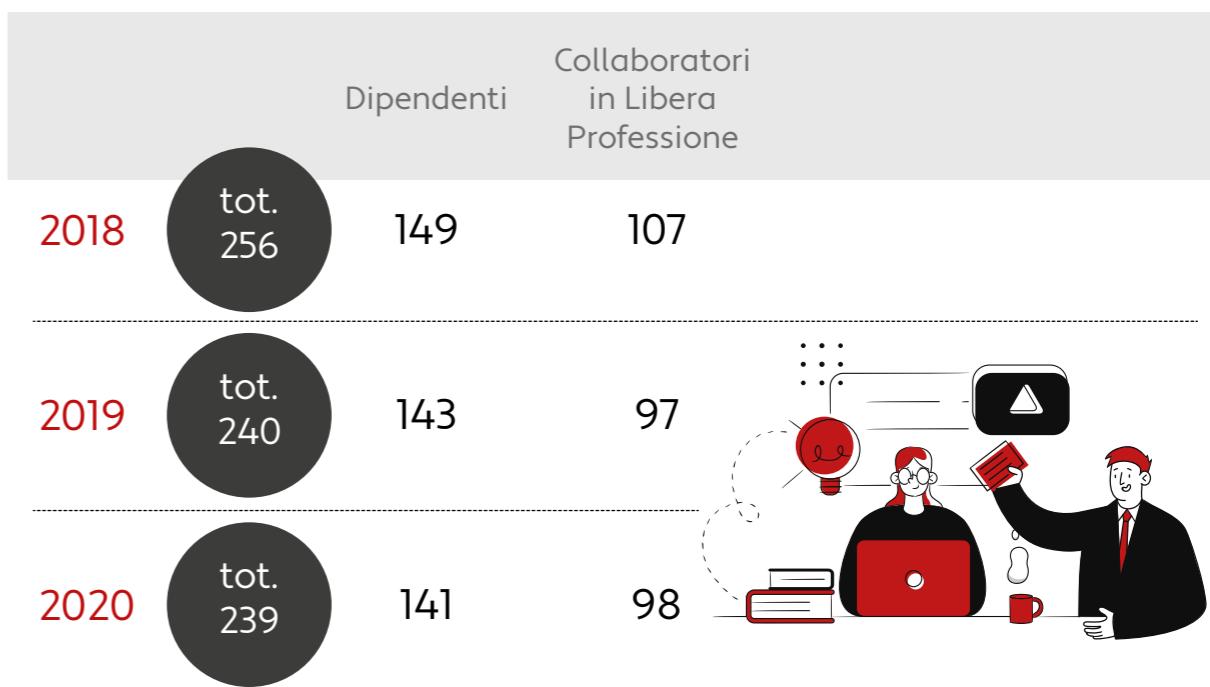
I dati di incasso dei premi nel triennio 2018-2020 hanno subito una variazione percentuale di periodo positiva (+1,97%): tale dinamica è il risultato di una **importante crescita nella Divisione Altri Accordi Distributivi**, di un **incremento dei Rami Danni nel segmento PMI** e di **perdite nella Divisione Retail e in quella Corporate**.

L'attenzione di Assicoop Toscana nel suo ruolo di partner per la tutela del rischio è inoltre confermata dall'indice di Cross Selling che nel triennio 2018-2020 si è leggermente incrementato evidenziando un trend di maggior fidelizzazione dei clienti.

### Indice di cross-selling Assicoop Toscana

	2018	2019	2020
Indice di Cross selling	1,85%	1,86%	1,89%

### Andamento delle risorse umane di Assicoop Toscana 2018-2020



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 2020 l'insieme del personale risulta comporsi di **1 dirigente** (1 uomo), **18 quadri** (18 uomini) e **122 impiegati** (38 uomini e 84 donne). La composizione dei dipendenti quadri non ha riguardato particolari cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2018 – 2020). Quanto alla suddivisione per genere, le donne presenti in azienda rappresentano il **59,6% del totale dei dipendenti**.

Nel corso del 2020 i **dipendenti appartenenti alle categorie protette**\* sono pari a 10.

\*Ai sensi della Legge 68/99, le categorie protette considerate riguardano i soggetti affetti da disabilità fisiche o sensoriali e altre categorie quali orfani, coniugi superstiti e profughi (italiani rimpatriati).

### Totale dipendenti per inquadramento 2020

	Dirigenti	Quadri	Impiegati
Uomini	1	18	38
Donne	0	0	84
<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>122</b>

Per quanto riguarda la **suddivisione dei dipendenti per fasce di età**, il 48,9% di questi (69 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 49,6% (70 persone) ha più di 50 anni e l'1,4% (2 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

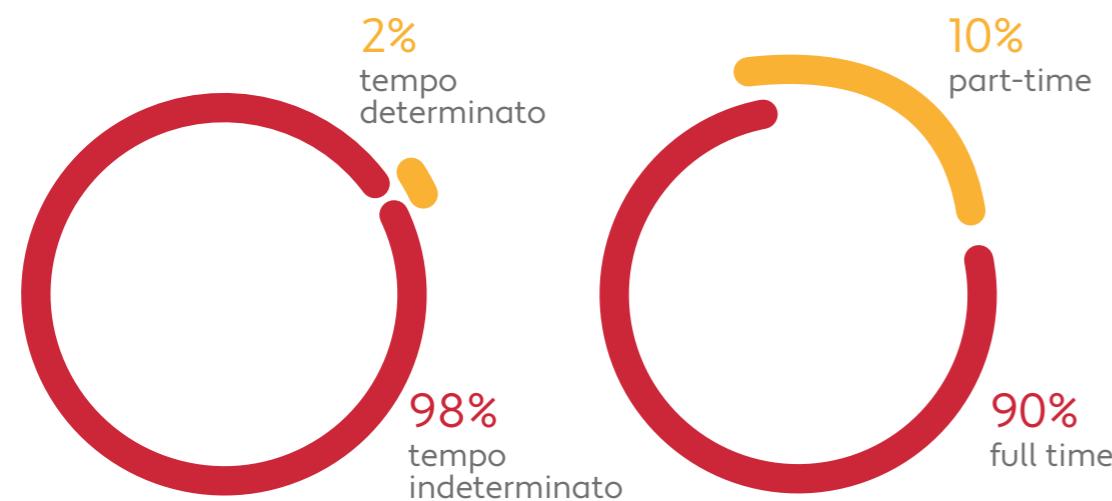
Nel 2020 Assicoop Toscana ha assunto 6 nuove persone, di cui 1 di età inferiore a 30 anni, 4 tra 30 anni e 50 e 1 di età superiore ai 50.

### Totale dipendenti assunti e cessati

	2018	2019	2020
Assunzioni	3	4	6
Tasso assunzioni (%)	2,0%	2,8%	4,3%
Cessazioni	1	10	8
Tasso cessazioni (%)	0,7%	7,0%	5,7%

Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazione e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti. A riguardo, la quasi totalità dei dipendenti (138) intrattiene un rapporto regolato da **contratto a tempo indeterminato**. Per favorire la conciliazione vita-lavoro il Gruppo offre anche soluzioni come il **part time**: il 10% dei dipendenti ha un contratto part-time.

Dipendenti per tipologia di contratto 2020



### Talento e sviluppo personale

Nel corso dell'esercizio è continuata un'intensa attività formativa che ha coinvolto la totalità dei dipendenti e liberi professionisti della società. Le persone iscritte nel Registro Unico degli Intermediari Assicurativi nelle sezioni A ed E sono obbligati per legge a svolgere nelle varie forme (prevalentemente Aula e FAD) almeno 30 ore di formazione all'anno solare. Le ore di tale formazione svolte nel 2020 sono state pari a circa **4.036**, solamente in DAD causa Covid; a queste ultime si sono aggiunte **250** ore circa di formazione non obbligatoria dedicata a migliorare le competenze tecniche e commerciali di dipendenti e collaboratori.



### Ore medie di formazione per genere

	2018	2019	2020
Ore totali di formazione dipendenti uomini	4.105	1.958	1.678
Ore totali di formazione dipendenti donne	4.553	2.475	2.608
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>8.658</b>	<b>4.433</b>	<b>4.286</b>
Ore medie di formazione uomini	63,15	33,19	29,44
Ore medie di formazione donne	54,20	29,46	31,05

### Ore medie di formazione per categoria di inquadramento

	2018	2019	2020
Totale ore di formazione Dirigenti	126	31	0
Totale ore di formazione Quadri	1.189	663	580
Totale ore di formazione Impiegati	7.343	3.739	3.706
<b>Ore totali di formazione</b>	<b>8.658</b>	<b>4.433</b>	<b>4.286</b>
Ore medie di formazione Dirigenti	63	31	0
Ore medie di formazione Quadri	56,62	31,57	32,22
Ore medie di formazione Impiegati	58,28	30,90	30,38

Nel 2020 è proseguito il progetto denominato **"Change Management"** che si prefigge l'obiettivo di supportare le strutture a cambiare i propri comportamenti, adeguandoli a quelli richiesti nelle procedure e nei processi di Assicoop Toscana e a migliorare sia l'uniformità nella metodologia di lavoro che la proposizione commerciale. Tale progetto ci ha consentito di fornire la formazione necessaria per un maggior utilizzo della Firma Elettronica Avanzata e OTP, con la conseguente dematerializzazione dei contratti, oltre a metterci nella condizione di incrementare l'utilizzo dei pagamenti tramite App, della vendita da remoto e della multicanalità.

## New Generation

### PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha di recente avviato il progetto New Generation, che **investe su giovani di talento per rafforzare la propria rete commerciale**. Il progetto nasce dall'intento comune e dalla sinergia delle cinque Assicoop e prevede per i neo-consulenti un intenso percorso di formazione e sviluppo.

Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati i primi **18 neo-consulenti assicurativi**, che **hanno subito intrapreso un percorso di on-boarding** per supportare il loro ingresso all'interno delle filiali e del contesto organizzativo Assicoop. L'on-boarding prevede un **learning journey** (percorso di apprendimento) strutturato e multi-metodo che permetterà ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo.

In particolare, il progetto New Generation vuole sviluppare sempre più la sinergia tra le Assicoop e i territori a partire dalle persone. È per questo che è stata creata una **community** di cui proprio i neo-consulenti saranno protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di on-boarding, i consulenti hanno partecipato ad un'attività di **Digital Team Building**, con l'obiettivo di dare avvio alla Community inter-Assicoop sperimentando quelli che ne sono gli aspetti e i valori caratterizzanti. Infatti, questo evento ha permesso non solo di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, ma anche e soprattutto di mettere alla prova le competenze relazionali che saranno l'ossatura del profilo del consulente e di cimentarsi attivamente con alcune sfide, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come è il mondo Assicoop.



## 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 sui rischi specifici dell'attività.

Ai sensi del Decreto Legislativo 9 aprile 2008, n.81e s.m.i, Assicoop Toscana nel febbraio 2019 ha provveduto a redigere il **Documento di Valutazione dei rischi da stress lavoro-correlato**.

L'analisi degli indicatori per tutti i Gruppi Omogenei individuati non ha evidenziato particolari condizioni organizzative che possono determinare la presenza di stress correlato da lavoro.

## SOSTEGNO E COLLABORAZIONE PER IL 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 2020 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di **€ 32.750**. In particolare, Assicoop Toscana **ha deciso di donare € 30.000 in parti uguali per l'emergenza Covid-19 alle seguenti strutture ospedaliere della Toscana**:

- Azienda ospedaliero-universitaria Meyer
- Azienda ospedaliero-universitaria Senese
- Ospedale Misericordia – Grosseto

Nello stesso periodo l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di **€ 48.090**, in riduzione rispetto agli anni precedenti. Tali importi sono stati influenzati in modo anomalo rispetto agli anni precedenti a causa della pandemia da Covid-19.

### Investimenti nella comunità

	2018	2019	2020
Liberalità (€)	5.500	1.300	32.750
Sponsorizzazioni (€)	66.509	57.930	48.090
<b>Totale (€)</b>	<b>72.009</b>	<b>59.230</b>	<b>80.840</b>

Assicoop Toscana dal 2013 organizza **servizio gratuito per le persone sordi**, 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.

Non sono mancate le **iniziativae 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.

## 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 2020 Assicoop Toscana ha in attivo la collaborazione con 68 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

	2020
Fornitura utenze	16
Servizi di pulizia	7
Postali e telefoniche	13
Manutenzione/Impianti tecnologici	27
Cancelleria, stampati ed altro	5
<b>Totale</b>	<b>68</b>

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono le **Organizzazioni Socie, broker e coassicuratrici** (servizi di intermediazione) e professionisti per incarichi specifici.

## L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

### GLI IMPATTI AMBIENTALI

Assicoop Toscana si impegna a diffondere e consolidare una cultura di tutela dell'ambiente, promuovendo la tutela del territorio di appartenenza e manifestando il suo impegno verso la costante riduzione dei dispendi energetici ed il contenimento dei consumi riguardanti i materiali impiegati.

In particolare, operando prevalentemente nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, presenta come impatti ambientali diretti più significativi il consumo di energia elettrica per l'illuminazione ed il riscaldamento degli uffici ed il consumo dei materiali nell'ambito delle attività d'ufficio.



## DASHBOARD INTERNA DI SOSTENIBILITÀ

Assicoop Toscana ha costruito, grazie al crescente utilizzo della **FEA (Firma Elettronica Avanzata e OTP)**, un processo di **monitoraggio** dei benefici ambientali che derivano dall'adozione di tali sistemi di digitalizzazione e di **sensibilizzazione dei dipendenti e collaboratori**, grazie alla pubblicazione sulla Intranet aziendale "Assieme" di una reportistica dedicata alla comunicazione dei benefici raggiunti per singolo punto vendita.

In particolare, con cadenza giornaliera, viene pubblicata sull'Intranet aziendale "Assieme" una reportistica di sintesi che esprime il contributo di Assicoop Toscana a favore dell'ambiente (in relazione come anticipato all'adozione di sistemi di digitalizzazione quale FEA e FEA/OTP), in riferimento ai seguenti indicatori:

- **Impegno Green**: rappresenta il livello di impegno del Punto vendita in termini di contributo alla sostenibilità. I criteri di attribuzione prevedono Foglia Verde in caso di FEA uguale o superiore al 41%; Gialla in caso di FEA tra il 30% e il 41% e Rossa in caso di FEA inferiore al 30%;
- **Giorni Lavorativi**: computa il totale di giorni lavorativi derivanti dalla somma del tempo/lavoro recuperato tramite il processo FEA. Il calcolo è frutto di una stima valutata in 3 minuti di tempo/lavoro per ciascuna operazione FEA. La stima è un valore medio, determinato con il contributo dei colleghi Assicoop, che tiene conto delle attività connesse alla stampa del titolo, la gestione dell'archivio e tutto ciò che ruota intorno alla gestione cartacea.
- **Risme Carta**: calcola il numero di risme carta (1 risma = 500 fogli) non utilizzate grazie all'utilizzo della FEA. Il calcolo tiene conto di una media di 15 fogli per stampa cartacea (comprensive di copia Cliente, Agenzia, e Direzione) per attività di emissione, sostituzione o quietanza. La scatola fornita alle Agenzie contiene 2.500 fogli, l'equivalente di 5 risme.
- **Toner**: esprime il numero di cartucce di toner risparmiate. Una cartuccia di toner permette di stampare un numero di pagine pari a 10.000 fogli A4. Il risparmio nell'utilizzo del toner aiuta anche a prevenire l'emissione di polveri nell'aria.
- **Kilowatt**: il calcolo dei Kilowatt computa il consumo di kilowatt/ora risparmiato grazie alla minore tenuta in funzione delle stampanti. Il calcolo è effettuato sulla base delle specifiche tecniche delle stampanti Lexmark ms821, Lexmark mx511, Lexmark 810.
- **CO<sub>2</sub> (Kg eq)**: rappresenta il totale di chilogrammi di CO<sub>2</sub> non prodotta grazie all'utilizzo del processo FEA. La produzione di CO<sub>2</sub>, principale responsabile dell'effetto serra, è determinata dalla somma dei seguenti fattori:
  - Produzione di carta: la fabbricazione di 1 foglio A4 corrisponde a 3,4 grammi di CO<sub>2</sub> prodotta;
  - Produzione di toner: la fabbricazione di 1 cartuccia di toner corrisponde a 4,8 kg di CO<sub>2</sub> prodotta;
  - Produzione di Kilowatt: per produrre 1 Kilowatt occorrono 0,4332 kg di CO<sub>2</sub>
- **Alberi**: l'indicatore evidenzia il numero di alberi che idealmente "recuperiamo" attraverso la mancata produzione di CO<sub>2</sub> dovuta all'adozione del processo FEA. Ogni nuovo albero piantato è in grado di assorbire l'equivalente di 25 kg di CO<sub>2</sub> per anno.

Assicoop Toscana, grazie a tale processo di misurazione, monitoraggio e sensibilizzazione ha notevolmente ridotto nel corso del tempo l'utilizzo di carta, Toners ed emissioni di CO<sub>2</sub>. L'adozione di tale processo è attualmente in corso in altre Assicoop.

VISTA PER PUNTI VENDITA CON INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ						'INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ'					
Livello2	Livello3	Livello4	Livello5	Totale al Mese	Impegno Green	Giorni Lavorativi	Risme Carta	Toner	Kilowatt	CO2 (Kg)	
PUNTI VENDITA				24,4%		+12 Alberi	-304	-1.803	-75	-569	-3.163

## SUPPORTO AGLI STAKEHOLDER NELL'AMBITO DELL'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19

Nel quadro del complesso scenario derivante dall'emergenza da Covid-19, in un contesto di forte incertezza ed in continuo mutamento, Assicoop Toscana ha tempestivamente implementato una serie di attività e misure a tutela della salute e della sicurezza dei propri dipendenti, collaboratori, clienti e stakeholder senza alcuna interruzione della propria attività.

Di seguito, vengono riportate le principali iniziative attivate a supporto degli stakeholder:

- È stato istituito un "Comitato di sicurezza" con il compito di definire, sulla base delle indicazioni previste dalla normativa nazionale, un "Protocollo Aziendale di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro" e di seguirne successivamente sia l'applicazione pratica in azienda sia l'aggiornamento continuo in base all'evolversi della situazione sanitaria.

- Sono state disposte alcune regolamentazioni generali, atte a prevenire la possibilità di contagio:
  - o sospensione di tutte le attività che prevedevano l'aggregazione di persone per svolgere la normale attività lavorativa (come le riunioni con personale interno e/o esterno e le sessioni formative in aula), prevedendo la loro sostituzione attraverso l'utilizzo di modalità alternative quali audio o video conferenze;
  - o realizzazione di un Programma di Comunicazione verso il Cliente, atto a favorire il contatto con le Agenzie ed i Punti Vendita di Assicoop; tale programma è stato attuato attraverso la rivisitazione del sito web, l'invio massivo di messaggi alla clientela tramite SMS e tramite campagne Pubblicitarie sui Social Network;
  - o divieto di recarsi presso il domicilio dei Clienti, privilegiando il ricorso alle procedure informatiche messe a disposizione dalla Compagnia UnipolSai: stipula di contratti mediante "Firma Elettronica Avanzata" e pagamenti elettronici via Link;
  - o ricevimento dei Clienti solo su appuntamento.

Contemporaneamente:

- tutti i Dipendenti ed i Liberi Professionisti (operanti all'interno dei Punti Vendita di Assicoop) sono stati dotati di Dispositivi di Protezione Individuale (mascherine, guanti mono uso);
- i Punti Vendita sono stati igienizzati regolarmente durante il periodo dell'emergenza sanitaria.

È stata attuata una "Turnazione nelle sedi di lavoro", attraverso la pianificazione di giornate di ferie ed il contemporaneo riconoscimento di permessi retribuiti a carico dell'Azienda. Complessivamente sono state riconosciute circa 500 giornate (circa 4.000 ore) di "permessi retribuiti".

Con l'obiettivo di tutelare la salute di dipendenti e familiari è stato attivato il lavoro da remoto, con immediata applicazione alle situazioni di maggiore "fragilità", ai genitori di figli con età inferiore ai 14 anni ed a turno ai Dipendenti il cui posto di lavoro è ubicato in uffici con più di tre persone.

Per tutti i Dipendenti ed i Collaboratori è stata attivata una "Copertura Assicurativa COVID-19" con la Compagnia Unisalute, prevedendo anche l'estensione al Nucleo familiare.

Inoltre, Assicoop Toscana ha donato € 30.000, suddivisi in parti uguali, per l'emergenza Covid-19 alle seguenti strutture ospedaliere del territorio toscano:

- Azienda ospedaliero-universitaria Meyer
- Azienda ospedaliero-universitaria Senese
- Ospedale Misericordia – Grosseto.



Di seguito sono riportati i principali dati per il triennio 2018-2020 riguardanti l'utilizzo di alcuni materiali specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

### Principali materiali consumati

	UdM	2020
Consumi di carta	Kg	12.261
Consumi di toner e cartucce (pezzi acquistati)	N.	348

A partire da Novembre 2020, tutta la carta fornita dal Gruppo Unipol per le operazioni di Assicoop Toscana è riciclata al 100%. Inoltre, la carta consumata è certificata Angelo Blu ed Ecolabel UE.

## CONSUMI DI ENERGIA

### Consumi di energia

	UdM	2020
Totale consumi di energia elettrica	GJ	998
- di cui rinnovabile	GJ	-
- di cui non rinnovabile	GJ	998
Intensità energetica per dipendente	GJ/dip	7,08

I dati relativi al consumo di energia nell'anno 2020 sono caratterizzati da una forte riduzione rispetto agli anni precedenti, a causa della pandemia Covid. Si osserva infatti che nel 2020 il consumo di energia è sceso a 997,62 Gj, rispetto a 2.223,65 Gj nel 2018 e 1.880,61 Gj nel 2019.

Assicoop Toscana ha avviato il monitoraggio dei propri consumi e delle relative emissioni secondo la classificazione internazionale proposta dallo standard GHG Protocol e suggerita dal GRI Standards, con l'obiettivo di garantire la comparabilità del dato anche in confronto con le altre organizzazioni. In dettaglio, Assicoop Toscana misura:

- Scope 1: emissioni dirette di GHG provenienti da installazioni di proprietà o controllate dall'organizzazione.
- Scope 2: emissioni indirette di GHG, derivanti dalla generazione di energia elettrica, energia a vapore, da riscaldamento e raffreddamento, importati e consumati all'interno dell'organizzazione.

### Emissioni di scope 2

	UdM	2020
Scope 2 (Location Based)	tCO <sub>2</sub> eq.	82,57

Indice dei contenuti  
GRI standards

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	CAPITOLO	NOTE
<b>INFORMATIVA GENERALE</b>			
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
GRI 102: Informativa generale (versione 2016)	102-1 Nome dell'organizzazione	L'identità	
	102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	L'identità	
	102-3 Luogo della sede principale	L'identità	
	102-4 Luogo delle attività	L'identità	
	102-5 Proprietà e forma giuridica	La compagine sociale	
	102-6 Mercati serviti	L'identità	
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	Le persone di Assicoop	
	102-8 Informazioni su dipendenti e gli altri lavoratori	Le persone di Assicoop	
	102-9 Catena di fornitura	I partner per la creazione di valore	
	102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	La storia	
	102-11 Principio di precauzione	L'organizzazione gestisce i principali rischi grazie ai Sistemi di Gestione, al Codice Etico e al MOG 231.	
	102-12 Iniziative esterne	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-13 Adesione ad associazioni	La compagine sociale	
	102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli Stakeholder	
	102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento	I valori di Assicoop	
	102-18 Struttura della governance	La governance	
	102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	Il 100% dei dipendenti e collaboratori di Assicoop è coperto da accordi di contrattazione collettiva	
	102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-44 Temi e criticità chiave sollevati	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica	
	102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-47 Elenco dei temi materiali	Stakeholder engagement e analisi di materialità	
	102-48 Revisione delle informazioni	Non si registrano modifiche significative rispetto al precedente report	

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	CAPITOLO	NOTE
<b>GRI 200: PERFORMANCE ECONOMICA</b>			
<b>Tema material: Tutela della solidità e redditività aziendale</b>			
<b>Informative specifiche GRI: Performance economica</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Performance economica	
GRI 201: Performance economica (versione 2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Performance economica	
<b>Tema material: Relazione con la comunità</b>			
<b>Informative specifiche GRI: Impatti economici indiretti</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Collaborazione e sostegno per il territorio	
GRI 203: Impatti economici indiretti (versione 2016)	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Collaborazione e sostegno per il territorio	

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	CAPITOLO	NOTE
<b>GRI 300: PERFORMANCE AMBIENTALE</b>			
<b>Tema material: Tutela dell'ambiente</b>			
<b>Informative specifiche GRI: Materiali</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Gli impatti ambientali	Gli impatti ambientali
GRI 301: Materiali (2016)	301-1 Materiali utilizzati per peso o per volume	Gli impatti ambientali	Gli impatti ambientali
<b>Informative specifiche GRI: Energia</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Gli impatti ambientali	Gli impatti ambientali
GRI 302: Energia (versione 2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Gli impatti ambientali	Gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	Gli impatti ambientali	
<b>Informative specifiche GRI: Emissioni</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Gli impatti ambientali	Gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni (versione 2016)	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Gli impatti ambientali	Gli impatti ambientali

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	CAPITOLO	NOTE
<b>GRI 400: PERFORMANCE SOCIALE</b>			
<b>Tema material: Valorizzazione dei collaboratori</b>			
<b>Informative specifiche GRI: Occupazione</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
GRI 401: Occupazione (versione 2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
<b>Tema material: Qualità della vita in azienda</b>			
<b>Informative specifiche GRI: Salute e sicurezza sul lavoro</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (versione 2016)	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti		
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro		
<b>Tema material: Formazione e sviluppo professionale</b>			
<b>Informative specifiche GRI: Formazione e istruzione</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
GRI 404: Formazione e istruzione (versione 2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione		
<b>Informative specifiche GRI: Diversità e pari opportunità</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
GRI 405: Diversità e pari opportunità (versione 2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Le persone di Assicoop	Le persone di Assicoop
<b>Tema material: Integrità e rigore della condotta aziendale</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	I valori di Assicoop	I valori di Assicoop

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	CAPITOLO	NOTE
<b>Tema material: Qualità del servizio</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema	Soluzioni innovative per la	
<b>Tema material: Innovazione del modello di servizio</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema	Soluzioni innovative per la	
<b>Tema material: Relazione della rete distributiva con la Compagnia</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema	Soluzioni innovative per la	



Associazione Agenzie Societarie Unipol Assicurazioni  
Via Stalingrado 45 - 40128 Bologna

[www.assicoop.it](http://www.assicoop.it)

