












ASSICOOP



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2021-2022



SOMMARIO

	Lettera agli stakeholder	3
	Nota metodologica	5
	Sezione I L'Associazione	6
	1 L'identità	9
	1.1 La storia	9
	1.2 I valori di Assicoop	14
	1.3 I tratti distintivi di Assicoop	15
	2 La Governance	18
	2.1 Integrità e governance aziendale	18
	3 Stakeholder engagement e analisi di materialità	23
	3.1 L'analisi di materialità	24
	3.2 Assicoop e gli SDGs	26
	4 Il contesto di riferimento	30
	4.1 Il ciclo economico internazionale	30
	4.2 Il ciclo economico italiano	31
	4.3 L'evoluzione del mercato assicurativo	31
	5 Performance economica	33
	5.1 La redditività delle attività	34
	5.2 Il comparto assicurativo	36
	5.3 Il valore creato per il territorio	37
	6 Soluzioni innovative per la clientela	40
	6.1 Specializzazione della rete di vendita	40
	6.2 Il presidio del territorio	41
	6.3 Innovazione e qualità del servizio	41
	6.4 Ampliamento della gamma prodotti e servizi	42
	7 Le persone, la nostra risorsa	45
	7.1 Le persone di Assicoop	45
	7.2 Talento e sviluppo del personale	47
	7.3 La salute e sicurezza sul lavoro	50
	8 Collaborazione e sostegno per il territorio	53
	9 L'attenzione all'ambiente	56

9.1 Gli impatti ambientali	56
Indice dei contenuti GRI Standards.....	58
Sezione II Le Assicoop	60
 Assicoop Bologna Metropolitana - Bilancio di Sostenibilità 2021-2022	61
 Assicoop Emilia Nord - Bilancio di Sostenibilità 2021-2022.....	92
 Assicoop Modena & Ferrara - Bilancio di Sostenibilità 2021-2022	120
 Assicoop Romagna Futura - Bilancio di Sostenibilità 2021-2022	146
 Assicoop Toscana - Bilancio di Sostenibilità 2021-2022	177

Lettera agli stakeholder

[GRI 2-22]

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. Questa capacità plastica di adeguamento dei modelli di servizio alle fasi che caratterizzano la vita dei territori in cui le Assicoop sono insediate e di cui sono, in qualche modo, espressione, è stato centrale negli ultimi anni, caratterizzati da mutamenti continui dello scenario economico e da crisi polifocali: dalla crisi energetica all'alluvione, agli altri eventi climatici estremi, che hanno gravemente inciso sulla vita delle persone e delle imprese, costringendo a rapide reazioni e mutamenti adattivi e strategici.

Questo bilancio di sostenibilità, il quinto per l'Associazione, rendiconta, infatti, del lavoro svolto nel biennio 2021-2022 e ci aiuta a fissare gli impegni futuri.

Negli ultimi due anni la strategia di Canale si è adattata alle mutevoli condizioni di un mercato turbato prima dalla pandemia, poi dagli effetti del cambiamento climatico, dalle perturbazioni geopolitiche, infine dalle guerre alle porte dell'Europa.

I risultati hanno evidenziato la buona capacità di reazione, in direzione del rafforzamento della capacità di generare valore economico e sociale, richiedendo reazioni pronte, anche radicali, al cambiamento delle condizioni strutturali di gestione del business assicurativo ed alle perturbazioni economiche richiamate.

L'attenzione sociale ai nostri stakeholder è rimasta centrale nelle politiche di gestione e ha visto valorizzare, anche in termini straordinari, il sostegno alle comunità, in particolare in cinque aree di intervento: cultura e patrimonio artistico, generazioni future, ricerca scientifica, salute e solidarietà e ambiente, in coerenza col perseguimento degli obiettivi dell'Agenda Globale ONU per lo sviluppo sostenibile.

Il nostro Canale impiega circa 1.230 persone, per il 69% donne, in una rete capillarmente diffusa di oltre 300 tra punti vendita agenziali e sub agenziali e intrattiene relazioni con oltre 400.000 clienti. In questi anni il forte investimento sulla digitalizzazione ha consentito di incrementare il livello di dematerializzazione, contattabilità, sicurezza e compliance, sperimentando ed estendendo il modello dell'agenzia smart. Accadimenti esterni e obiettivi di sistema hanno richiesto forte investimento sulla formazione delle persone di Assicoop e adattamento organizzativo continuo. La gestione di ognuno di questi processi ha richiesto, infine, un forte investimento sulla formazione e sulle strategie per migliorare il reclutamento e l'attrattività verso le giovani generazioni.

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 a garantire flessibilità, resilienza e approccio innovativo, al servizio della qualificazione della rete di vendita. Le Assicoop mettono a disposizione di UnipolSai un elevato livello di sensibilità, portando sul territorio i processi ed i prodotti più innovativi, condividendo tra tutti gli attori della Compagnia i feedback raccolti, in un processo capace di accompagnare, e talvolta anticipare, le trasformazioni di imprese e società.

L'impegno a contribuire allo sviluppo strategico di Unipol si estrinseca anche attraverso l'impegno per la sostenibilità.

Innovazione e sostenibilità rappresentano oggi, allo stesso modo, condizioni per lo sviluppo ed il successo dell'impresa. Per la rete commerciale di UnipolSai sono condizione di coerenza con i valori ed il modello imprenditoriale del Gruppo e, insieme, espressione del vincolo territoriale da cui nascono e grazie al quale si sviluppano le Assicoop.

Operare per il conseguimento di una migliore sostenibilità economica, propria e del territorio, per il miglioramento dell'equilibrio tra ambiente, produzione e presenza antropica, per il sostegno alle reti sociali e la loro coesione è, oggi ed ancora più in prospettiva, condizione per l'esistenza dell'impresa. Perseguire un modello di sviluppo sostenibile non è più solo fattore di coerenza e reputazione, né la declinazione di obblighi normativi, ma un modo sostanziale per garantire la continuità del business. Gli equilibri locali e globali di questi anni lo dimostrano plasticamente.

Per questa ragione, che è, insieme, affermazione di legame alle nostre radici, 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, abbiamo intrapreso un percorso che mira a rendere coerente, trasparente e misurabile il contributo delle Assicoop al miglioramento delle condizioni di sviluppo del territorio e delle persone che lo abitano, impegnandoci, progressivamente, a passare da un consolidato processo di rendicontazione del valore prodotto, alla programmazione dei nostri obiettivi di sostenibilità e alla misurazione degli impatti economici, sociali ed ambientali prodotti dalle Assicoop.

È questo l'impegno che assumiamo per il futuro, consegnando ai nostri stakeholders il rapporto di quanto prodotto fin qui, con ciascuno di loro.

Lorenzo Cottignoli

Presidente Associazione delle Agenzie Societarie UnipolSai

Nota metodologica

[GRI 2-3]

Il presente documento è la quinta edizione del Bilancio di Sostenibilità dell'Associazione Assicoop (l'edizione precedente è quella relativa al triennio 2018-2020) e tratta i dati relativi al periodo 2021-2022.

L'obiettivo di questo documento è condividere l'approccio alla sostenibilità delle Assicoop attraverso l'analisi dei traguardi raggiunti nel biennio in considerazione, delineando i percorsi evolutivi che nel prossimo futuro dovranno caratterizzarne lo sviluppo.

La presente edizione del Bilancio di Sostenibilità utilizza i **GRI Sustainability Reporting Standards nella versione aggiornata del 2021**. 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 – con riferimento*.

Come da buona pratica di rendicontazione, all'interno del documento sono rappresentati i **Sustainable Development Goals previsti dall'Agenda 2030** dell'Organizzazione delle Nazioni Unite, a cui Assicoop, con il suo modo di fare impresa contribuisce.

Nel processo di predisposizione del presente Bilancio di Sostenibilità è stato mantenuto il focus sull'impegno sostenibile senza tuttavia aggiornare l'analisi di materialità. Ciò è in coerenza con il **percorso di sostenibilità che Assicoop ha intrapreso nel 2023**.

Il Bilancio di Sostenibilità 2021-2022 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.

Ai fini di ripercorre i risultati ottenuti e il tipo di visione che ha caratterizzato le due ultime annualità, 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 e Ferrara**
- **Assicoop Romagna Futura**
- **Assicoop Toscana.**

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.

Per informazioni riguardo il presente report è possibile contattare Assicoop al seguente indirizzo: segreteria@pec.assicoop.it

Sezione 1



L'associazione

HIGHLIGHTS

69%



Donne

1.229



Dipendenti e collaboratori

oltre 1 milione



Di euro di erogazioni ai territori di presenza

258



Punti vendita in cui è attiva la Firma Elettronica Avanzata

più di 25.000



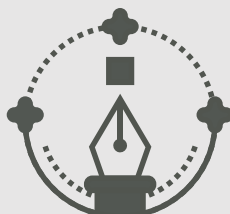
Ore di formazione

oltre 400 mila



Clienti

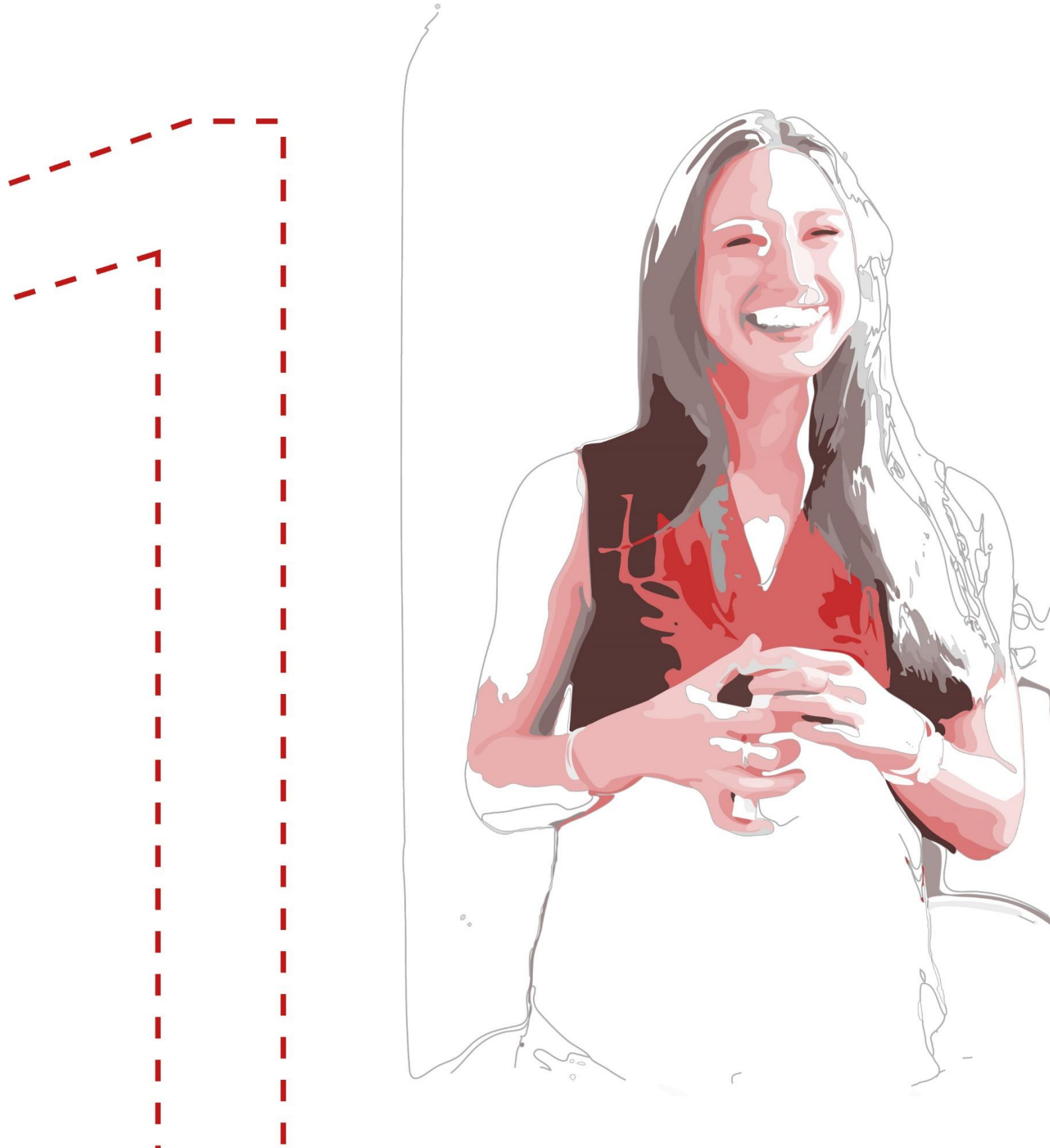
56%



Dei clienti aderiscono alla Firma Elettronica Avanzata

1

L'identità



1. L'identità

1.1 La storia

[GRI 2-1, 2-2, 2-28]

Le Agenzie Societarie 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, mentre i pilastri su cui fondano 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.

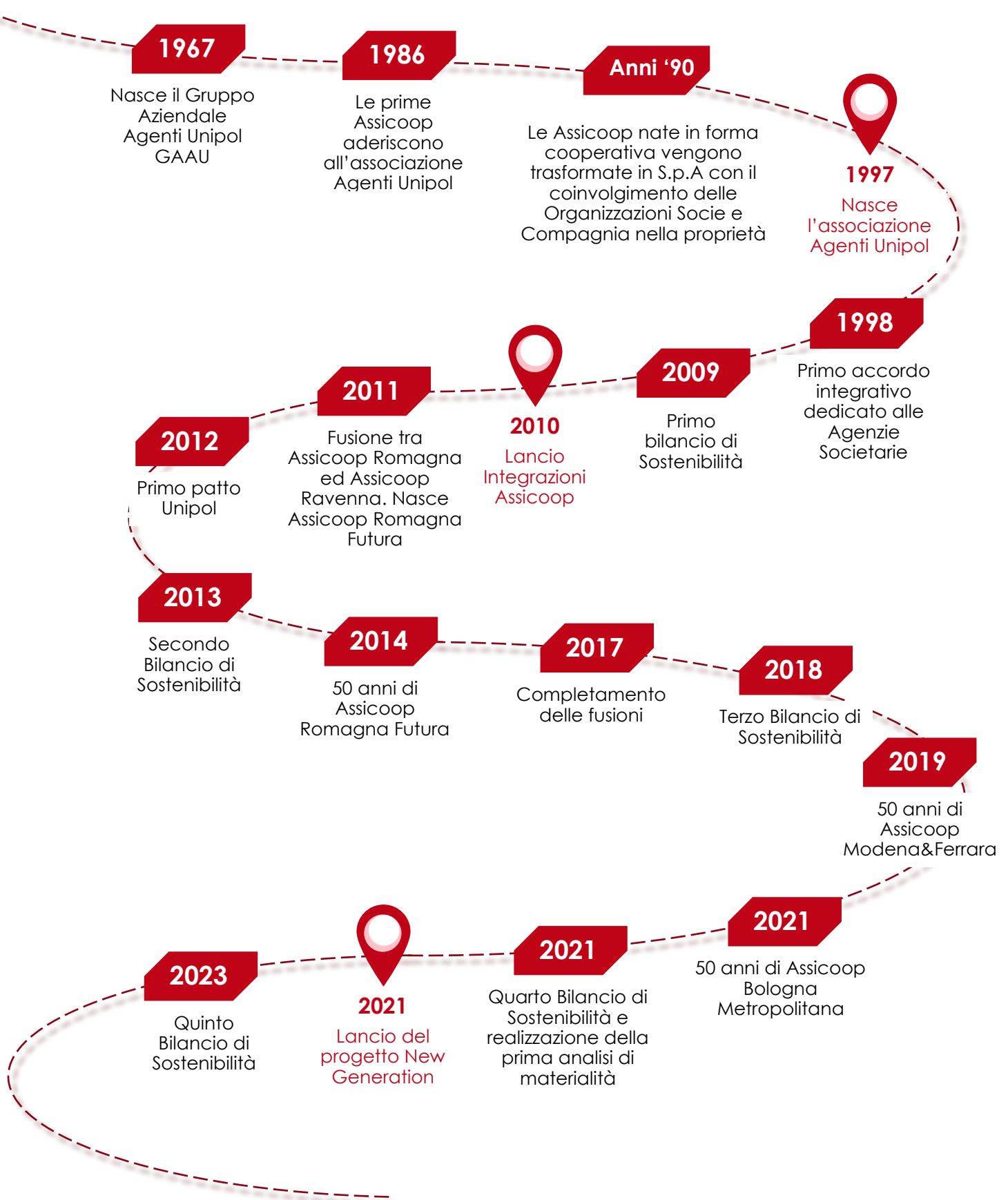
Essere vicini significa, per Assicoop, conoscere bene i clienti e mantenere con essi un rapporto costante. Significa anche conoscere bene il territorio di presenza, partecipando attivamente alla sua vita e al suo sviluppo attraverso la promozione di eventi artistico/culturali e iniziative socio/ambientali.

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, Parma e Piacenza), 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



Dagli anni '60 agli anni '80...

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

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

La sua capacità di instaurare importanti relazioni dirette con il territorio porta Unipol ad aprire ulteriori Assicoop (Napoli, Genova, Mestre, Milano, Perugia) che verranno successivamente rilevate da soggetti privati.

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

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.

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

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.

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

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

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

È a partire dal 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.

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

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...

Assicoop sta attualmente delineando il futuro della sostenibilità e del progresso sociale con una visione audace. Nel processo di preparazione del suo Bilancio di Sostenibilità, Assicoop ha scelto di mantenere saldamente il proprio impegno per un futuro sostenibile, aderendo fermamente alla sua missione di responsabilità aziendale.

La visione di Assicoop si allinea con il **percorso di sostenibilità** che ha intrapreso a partire dal 2023, con l’obiettivo di trasformare il mondo in un luogo migliore.

Assicoop sta guidando questo importante cambiamento attraverso **quattro direzioni strategiche chiave**:

1. Aggiornare e pubblicare con maggiore frequenza il Bilancio di Sostenibilità di Assicoop, passando ad una cadenza annuale, e garantendo l’allineamento alle **più aggiornate metodologie di rendicontazione della sostenibilità**;

2. Investire nella **formazione e sensibilizzazione** delle risorse di Assicoop relativamente alle sfide e le opportunità legate agli aspetti Ambientali, Sociali e di Governance (ESG), e creare figure che agiscano da autentici **ambasciatori della sostenibilità**, integrando i principi ESG nel business di Assicoop e ispirando il cambiamento in tutto ciò che fanno;

3. Aderire e partecipare attivamente e progressivamente al **programma di UnipolSai** rivolto alle agenzie Assicoop nell'ambito della Sostenibilità;

4. Predisporre un *ESG Plan*, con una chiara definizione della *vision* di sostenibilità delle Assicoop.

1.1 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.

Il sistema valoriale Unipol



ACCESSIBILITÀ

Rappresenta l'impegno ad essere un interlocutore aperto disponibile.

LUNGIMIRANZA

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



RISPETTO

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

SOLIDARIETA'

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.



RESPONSABILITA'

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

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

1.2 I tratti distintivi di Assicoop

[GRI 2-6]

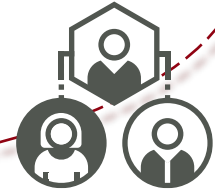
Assicoop rappresenta un modello distributivo unico, strutturato e radicato nel mondo cooperativo e sul suo territorio di riferimento, con forte focalizzazione e densità territoriale sulle aree storiche di Emilia-Romagna e Toscana.

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.

I tratti distintivi di Assicoop

ASSETTO SOCIETARIO

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



VICINANZA AL TERRITORIO



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

RUOLO SOCIALE

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



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

Governance



2. La Governance

2.1 Integrità e governance aziendale

[GRI 2-1, 2-9, 2-10, 2-11]

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

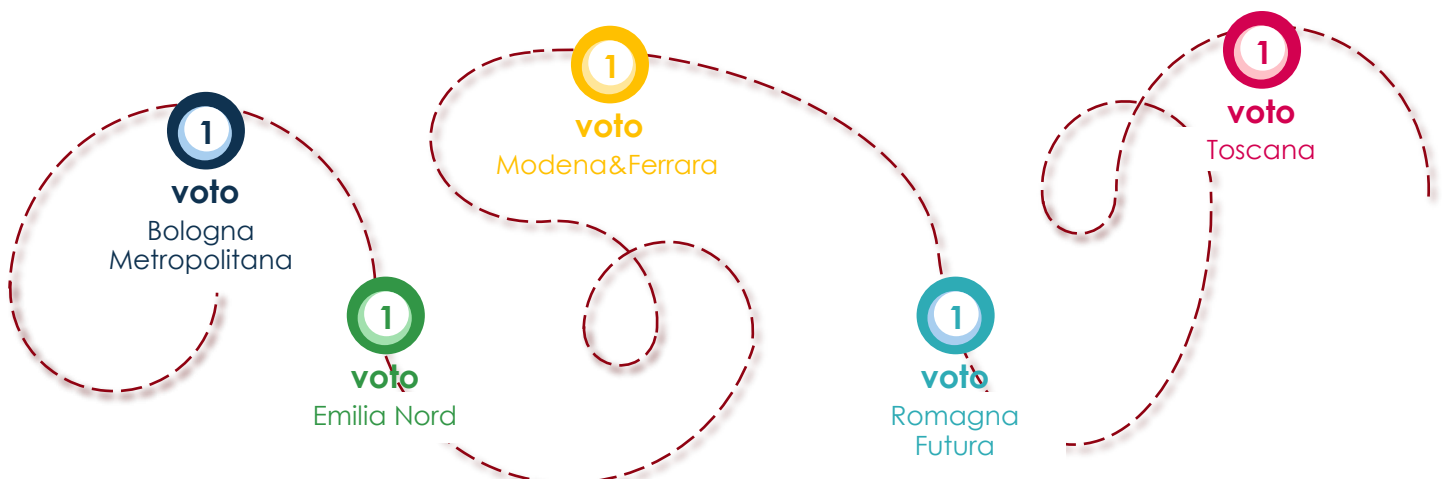


L'**Assemblea generale** dei soci è l'organo collegiale deliberativo, attraverso cui si esprime la volontà degli iscritti e si delibera la politica dell'Associazione. È composta da una persona referente per ciascuna Agenzia Societaria, che a sua volta rappresenta la totalità degli iscritti all'Associazione 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.



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.

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'Amministratore Delegato di ciascuna Assicoop è infatti espressione del Consiglio di Amministrazione, e quindi dei diversi soci territoriali, e viene nominato su proposta della Compagnia.

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**).

La Compagine Sociale

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%

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 Modena e Ferrara	
Sofinco S.P.A.	46,86%
UnipolSai Finance S.p.A.	43,75%
CIA conf. Ita. Agric. Emilia Centro	4,12%
CE.S.CON. SCARL Modena	1,50%
Coopim Soc. Coop. A R.L.	1,31%
CSC di Vittorio S.r.l.	0,92%
Assicoop Modena&Ferrara S.P.A.	0,79%
CIA Conf. It. Agric. Ferrara	0,21%
ASQ Modena Soc. Coop.	0,04%
CNA Ferrara	0,14%
CGIL Ferrara	0,14%
Fed. Esercenti Ferrara	0,06%
CNA Modena	0,16%
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 Toscana	
UnipolSai Finance S.p.A.	49,77%
CCCP Scrl	19,71%
CONF IMM	2,71%
CNA Siena	2,71%
CIA Firenze Servizi S.r.l.	0,25%
Pegaso Finanziaria S.p.A.	19,91%
CIA Siena	2,71%
CNA Firenze	2,23%

Tra le politiche che sottendono il rapporto tra UnipolSai, le Assicoop e le Organizzazioni Socie si annovera un **sistema di politiche di convenzioni** e sostegni, che si traducono sia in termini di offerta di prodotti e

servizi a condizioni agevolate, sia come risposta ad esigenze specifiche, sia come collaborazione per l'organizzazione di eventi sul territorio che contribuiscono allo sviluppo locale. I meccanismi delle convenzioni assicurano condizioni favorevoli ad un numero importante di persone e imprese.

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

Proseguito nel biennio 2021/2022 l'attività di presidio in ambito IDD.

I Comitati P.O.G. costituiti dalle singole Assicoop, come da delibera dei rispettivi Consigli di Amministrazione, hanno il compito di presidiare gli assetti organizzativi e procedurali adottati nel rispetto degli adempimenti in capo ai Distributori derivanti dalla disciplina IVASS in ambito IDD.

I Comitati P.O.G. hanno riferito su base continuativa direttamente ai rispettivi Amministratori Delegati e su base annuale ai Consigli di Amministrazione con delle Relazioni Informative Annuali nelle quali sono evidenziate le attività di verifica e di controllo compiute, l'esito di dette attività e le eventuali lacune emerse.

A seguito delle attività svolte, i rispettivi Comitati P.O.G. hanno potuto constatare che le Assicoop - sulla base delle Direttiva (UE) 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio in materia di distribuzione assicurativa ("IDD") - hanno definito ed adottato meccanismi di distribuzione al fine di gestire tutte le misure ragionevoli volte ad evitare che i conflitti di interesse incidano negativamente sugli interessi del contraente.

Nello specifico sono stati formalizzati:

- il documento sui Meccanismi di distribuzione del prodotto assicurativo (cd. POG del distributore);
- il documento riferito alla Politica sul conflitto di interessi;
- l'ammissibilità di compensi ed incentivi.

Inoltre, le Assicoop, attraverso le rispettive Funzioni Audit/Controllo Reti svolgono attività di verifica per avere un presidio, oltre che sui punti sopraelencati, anche sulla completezza dei flussi informativi.

3

Stakeholder engagement e analisi di materialità



3. Stakeholder engagement e analisi di materialità

[GRI 2-29]

Il contesto di sostenibilità in continua evoluzione e la sempre maggiore consapevolezza dei clienti su tali tematiche, 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.



- **Clienti:** comprende tutta la clientela retail e corporate, inclusi i primi e più importanti promotori che hanno supportato la nascita e lo sviluppo delle Agenzie sui territori come le Associazioni di categoria, cooperative, ecc.;
- **Organizzazioni socie:** come descritto precedentemente sono azionisti delle Assicoop e pertanto sono tra i primi soggetti di interesse per la creazione di valore per il territorio e per i loro iscritti;
- **Dipendenti e Collaboratori:** rappresentano tutto l'insieme di persone interne all'organizzazione che permettono la realizzazione delle attività sui territori, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi aziendali;
- **Gruppo Unipol,** azionista e attore di importanza fondamentale per Assicoop, per il quale le Agenzie Societarie esercitano il mandato sui territori, condividendo ideali e valori;
- **Partner e Fornitori:** comprende tutte le società di servizi, fornitori di beni di consumo, professionisti per incarichi specifici e consulenze tecniche che supportano Assicoop nell'erogazione di un servizio di qualità;
- **Comunità e territorio:** comprende la comunità locale compresi i cittadini, le realtà sociali e le organizzazioni della società civile con le quali le Assicoop collaborano mediante il sostegno di particolari attività o iniziative a beneficio della cittadinanza e del territorio in oggetto. In questa categoria si includono anche le Associazioni e gli Enti di carattere ambientale e per la tutela del territorio con le quali Assicoop si rapporta per il rispetto dell'ambiente circostante anche tramite il sostegno a progetti per la conservazione di beni storici, artistici e architettonici.

3.1 L'analisi di materialità

[GRI 3-1, 3-2]

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 predisposto, con il precedente Bilancio di Sostenibilità, 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.¹

La "materialità" rappresenta il primo passaggio per la redazione del Bilancio di Sostenibilità, come previsto dai riferimenti metodologici forniti dalla Global Reporting Initiative - GRI 1 - 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.

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

Identificazione dei temi

Ai fini della presente analisi sono stati confermati i temi individuati “potenzialmente rilevanti” identificati nel corso del 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:

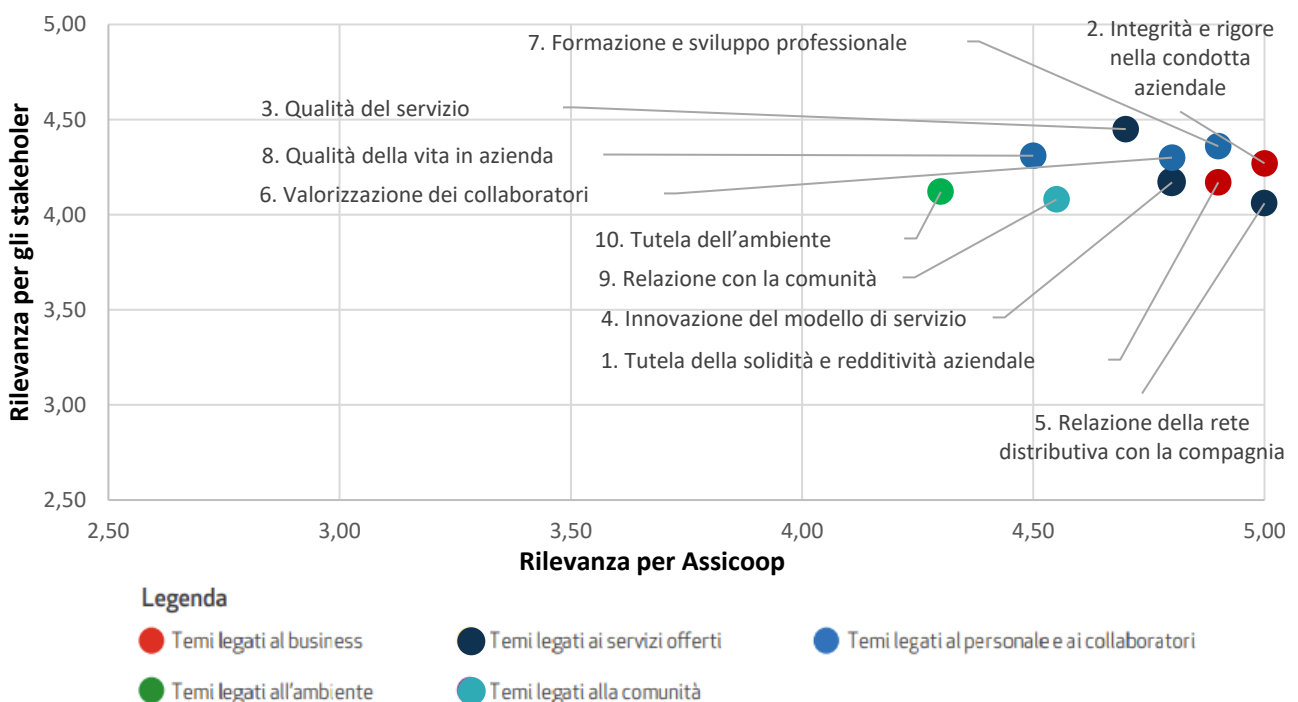
- la **rilevanza interna** è stata indagata attraverso incontri con il Management (in particolare è stata realizzata un’intervista one-to-one con il **Presidente dell’Associazione delle Agenzie Societarie Unipol**, **9 interviste one-to-one con gli Amministratori Delegati** e con i **Presidenti delle 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.

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 di Assicoop è la seguente:

la matrice di materialità



Nel corso della predisposizione del prossimo Bilancio di Sostenibilità, Assicoop intraprenderà un nuovo percorso di analisi di materialità secondo l'ottica di "impact materiality" basandosi sulle 4 fasi stabilite dalla Global Reporting Initiative (GRI):

1. Comprensione del contesto dell'organizzazione
2. Individuazione di impatti effettivi e potenziali
3. Valutazione della portata degli impatti
4. Prioritizzazione degli impatti più importanti per la rendicontazione.

Le prime tre fasi del processo volto a determinare i temi materiali sono correlate all'individuazione e valutazione continue degli impatti. In queste fasi Assicoop individua e valuta gli impatti, nell'ambito delle proprie attività quotidiane e mentre si confronta con gli stakeholder rilevanti e con gli esperti. Nella quarta fase, per determinare i temi materiali per la rendicontazione, Assicoop darà priorità agli impatti in base alla loro importanza.

Inoltre, a partire dal 2025, Assicoop espanderà la propria analisi di materialità incorporando la cosiddetta "financial materiality", al fine di allinearsi alla normativa attraverso un'analisi di Doppia materialità.

L'analisi di Doppia Materialità comporterà una valutazione completa e accurata degli impatti economici, ambientali e sociali delle attività di Assicoop. Questa valutazione non si limiterà a ciò che è rilevante per l'organizzazione stessa, ma si estenderà anche a ciò che è rilevante per i suoi stakeholder esterni e, in generale, per la società. Tale approccio verrà adottato in risposta alle più recenti evoluzioni normative, che sottolineano l'importanza di comprendere il ruolo di un'organizzazione in un contesto più ampio.

Questo impegno di Assicoop verso la Doppia Materialità è un segnale tangibile del suo impegno verso la sostenibilità e la responsabilità aziendale. La cooperativa è determinata a non solo valutare il proprio impatto, ma anche a comunicare in modo trasparente su come le sue attività influiscano sull'ambiente, sulla comunità e sull'economia. Questa iniziativa rappresenta un importante passo avanti verso una maggiore consapevolezza e responsabilità nelle operazioni di Assicoop e un'opportunità per promuovere un cambiamento positivo nella società.

3.2 Assicoop e gli SDGs

L'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile, approvata dalle Nazioni Unite nel settembre 2015, ha individuato in 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), 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.

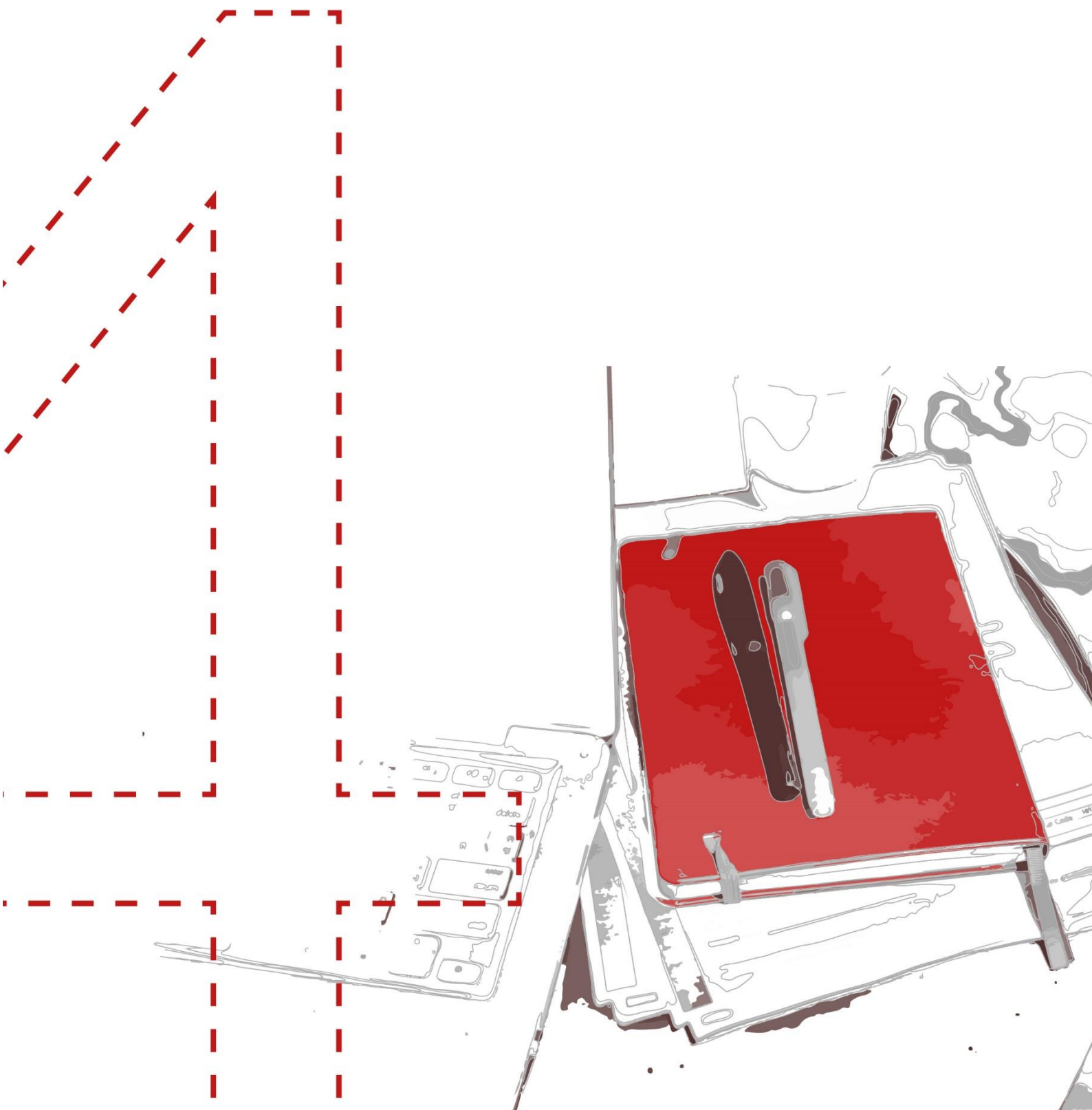


Obiettivo 11 – Città e comunità sostenibili

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

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

4 Il contesto di riferimento



4. Il contesto di riferimento

4.1 Il ciclo economico internazionale

La ripresa globale, a seguito della pandemia da COVID-19 e dell'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, rimane lenta e irregolare, nonostante la resilienza economica mostrata a livello globale all'inizio del 2023. L'attività economica è ancora al di sotto dei livelli pre-pandemici, soprattutto nei mercati emergenti e nelle economie in via di sviluppo.

Oltre ai fattori connessi all'attuale situazione geopolitica, altri fattori in gioco sono più di natura ciclica, compresi gli effetti dell'inasprimento della politica monetaria necessario per ridurre l'inflazione.

Si prevede che la crescita globale rallenterà **dal 3,5% del 2022 al 3,0% nel 2023** e al **2,9% nel 2024**, in un contesto statunitense con uno slancio più forte del previsto, ma una crescita più debole del previsto nell'area euro. Anche i mercati emergenti e le economie in via di sviluppo hanno una crescita in lieve calo, dal 4,1% nel 2022 al 4,0% sia nel 2023 che nel 2024.

Si prevede che **l'inflazione** diminuirà costantemente, dall'8,7% nel 2022 al 6,9% nel 2023 e al 5,8% nel 2024, ma ad ogni modo non si prevede un ritorno dell'inflazione ai livelli obiettivo fino al 2025 nella maggior parte dei casi.

Andamento del PIL mondiale (variazioni %)

	2021	2022	Proiezioni 2023
Mondo	6,0	3,5	3,0
Economie avanzate	5,2	2,6	1,5
Stati Uniti	5,7	2,1	2,1
Area Euro	5,2	3,3	0,7
Germania	2,6	1,8	-0,5
Francia	6,8	2,5	1,0
Italia	6,7	3,7	0,7
Spagna	5,1	5,8	2,5
Giappone	1,7	1,0	2,0
Regno Unito	7,4	4,1	0,5
Economie emergenti	6,6	4,1	4,0
Cina	8,1	3,0	5,0
India	8,7	7,2	6,3

Fonte: Fondo Monetario internazionale

4.2 Il ciclo economico italiano

Il Ministero dell'Economia e delle Finanze nella "Nota di aggiornamento del documento di economia e finanza 2023" del 27 settembre esprime un **lieve pessimismo nelle previsioni di crescita del PIL dell'Italia**: «...Dopo una buona partenza nei primi mesi del 2023, nel secondo trimestre la crescita dell'economia italiana ha subito una temporanea inversione di tendenza, risentendo dell'erosione del potere d'acquisto delle famiglie dovuto all'elevata inflazione, della permanente incertezza causata dalla guerra in Ucraina, della sostanziale stagnazione dell'economia europea e della contrazione del commercio mondiale. [...] Tali fattori portano a rivedere al ribasso la previsione di crescita annuale del prodotto interno lordo (PIL) in termini reali del 2023 dall'1,0 per cento del DEF allo 0,8 per cento e la proiezione tendenziale a legislazione vigente per il 2024, dall'1,5 per cento all'1,0 per cento [...] il Governo ha inviato al Parlamento una Relazione ai fini dell'autorizzazione al ricorso a maggiore indebitamento netto, in cui rivede al rialzo gli obiettivi di indebitamento netto della PA nell'orizzonte di previsione 2023-2026».

Nel rapporto dei "Conti economici trimestrali" diffuso dall'ISTAT si legge «...**Nel secondo trimestre del 2023 il prodotto interno lordo (PIL), [...] è diminuito dello 0,4% rispetto al trimestre precedente.** [...] Dal lato della domanda, le esportazioni di beni e servizi sono diminuite in termini congiunturali dello 0,4%, gli investimenti fissi lordi dell'1,8% mentre i consumi finali nazionali hanno registrato un calo dello 0,3%. Le importazioni sono diminuite dello 0,4%. Nell'ambito dei consumi finali, la spesa delle famiglie residenti e delle istituzioni sociali private è risultata stazionaria e quella delle Amministrazioni Pubbliche è diminuita dell'1,6%. [...] Si registrano andamenti congiunturali negativi per il valore aggiunto in tutti i principali comparti produttivi, con agricoltura, industria e servizi diminuiti rispettivamente dell'1,3%, dell'1,4% e dello 0,1%».

Secondo i dati ISTAT di agosto 2023 il tasso di occupazione si attese al 61,5%. Il tasso di disoccupazione totale è pari al 7,3% e quello giovanile al 22,0%.

Il numero di inattivi tra i 15 e i 64 anni è sostanzialmente stabile ed è sintesi dell'aumento tra gli uomini e tra chi ha meno di 50 anni d'età e della diminuzione tra donne e ultracinquantenni. Il tasso di inattività è stabile al 33,5%.

4.3 L'evoluzione del mercato assicurativo

Il **2021** è stato per il settore assicurativo un anno di crescita in termini di volume dei premi raccolti totali (+3,8%), dopo il calo del 3,9% registrato nel 2020 a causa della pandemia. In un contesto in cui il Prodotto Interno Lordo italiano è aumentato in termini reali del 6,6%, anche il mercato assicurativo del nostro Paese ha potuto registrare uno sviluppo positivo del business che ha riguardato sia i premi dei rami Vita (+4,5%) sia i premi dei rami Danni diversi dalla R.C. Auto (+5,6%); di fatto il settore assicurativo è riuscito a compensare quanto era stato perso in termini di raccolta nel corso del 2020. Il ramo R.C. Auto, invece, che ha un peso ancora rilevante nel comparto Danni, ha registrato anche nel 2021 un ulteriore significativo calo (-4,5%).²

Nel **2022**, un anno complesso per i numerosi fattori di incertezza che hanno caratterizzato il contesto economico generale, le compagnie di assicurazione hanno confermato la loro solidità, con indici di solvibilità pari a due volte e mezzo i minimi di legge. Riguardo alla raccolta premi, ad una contrazione nei rami Vita si è contrapposta una crescita nei rami Danni. Proseguendo nel loro trend positivo, i premi dei rami Danni sono infatti aumentati del 4,6%, raggiungendo i 35,7 miliardi. La crescita è da attribuirsi ai rami diversi dal ramo R.C. Auto (+8,2%) mentre quest'ultimo ha registrato nel 2022 un'ulteriore riduzione dei premi contabilizzati (-2,1%). Il business Vita, invece, ha risentito del difficile andamento dei mercati

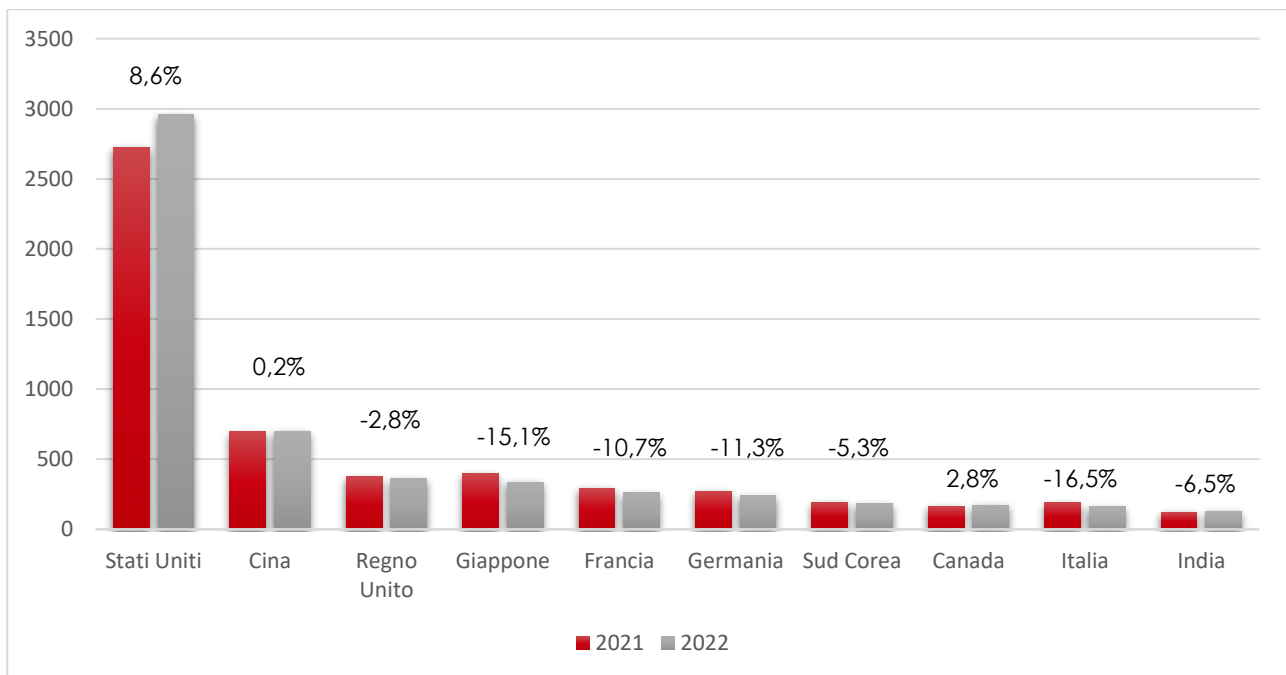
² Dati Ania sulla Raccolta Premi 2021

finanziari: i premi, pari a 94 miliardi, hanno evidenziato un calo (-11,0%), in particolare per quanto riguarda i prodotti Linked.³

Nel 2022 i premi assicurativi hanno rappresentato il 6,8% del PIL italiano (dal 7,8% del 2021) a prezzi correnti, 4,9% per la raccolta dei premi vita e 1,9% per i rami danni. L'Italia è il 7° paese OCSE per rilevanza del settore vita rispetto al PIL, ma solo il 25° per i premi danni.⁴

La raccolta premi complessiva (gestioni danni e vita) in tutto lo Spazio Economico Europeo (SEE, 27 Paesi) risulta al quarto trimestre 2022 pari a 1.125,2 miliardi di euro, dei quali 479,6 miliardi dalla gestione danni e 645,6 miliardi dalla gestione vita. I maggiori mercati in termini assoluti di raccolta premi risultano Francia e Germania, rispettivamente con 272,6 e 238,8 miliardi, seguite da Italia (131,6 miliardi), Paesi Bassi (80,3 miliardi) e Spagna (62,9 miliardi). In generale, sulla maggior parte dei principali mercati assicurativi più grandi al mondo, la raccolta dei premi assicurativi è stata contrassegnata dal segno meno.

Volumi premi totali (miliardi di dollari) - I 10 mercati assicurativi più grandi al mondo per volume di premi nominali, 2022 vs 2021



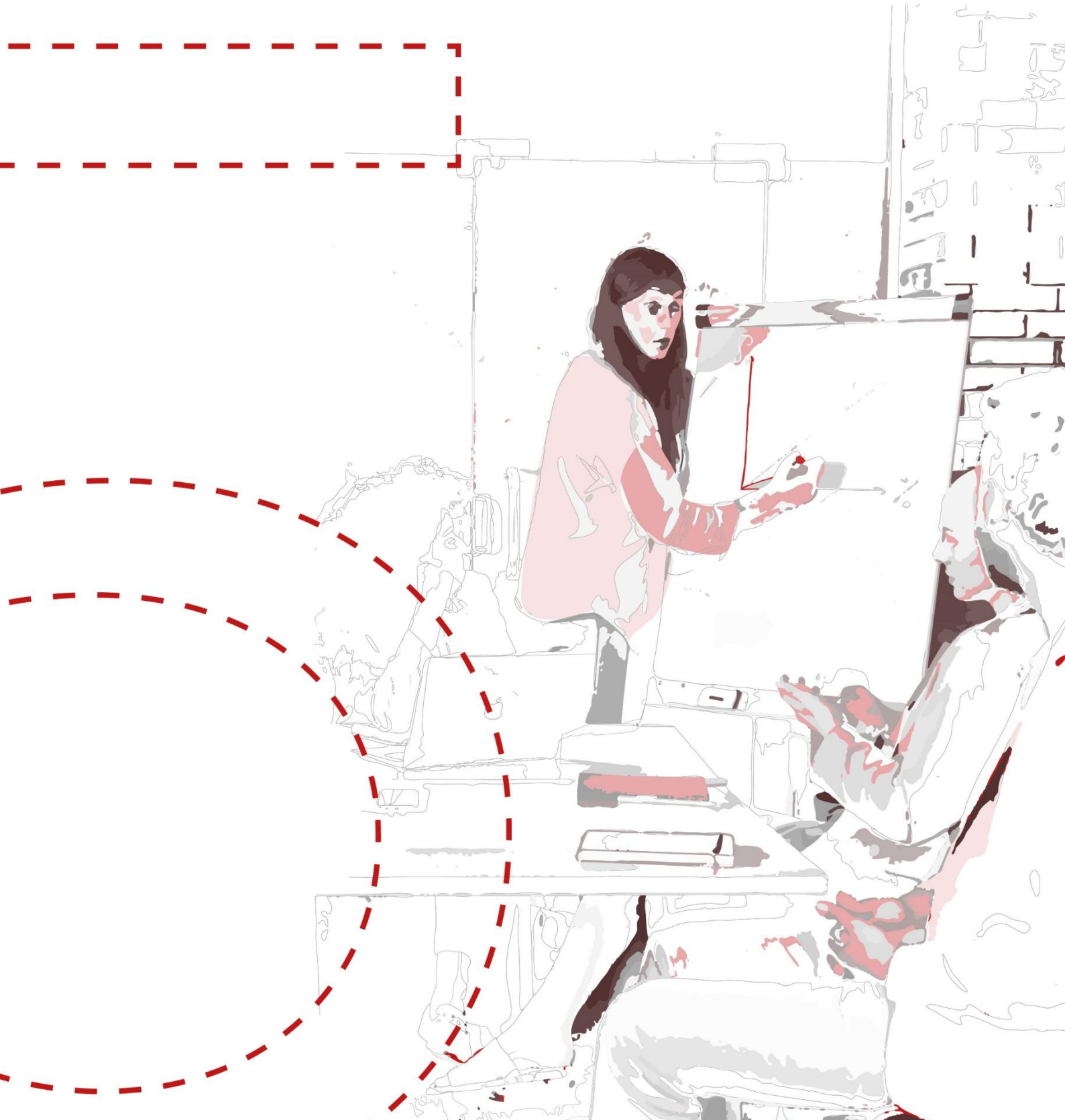
Fonte: Swiss Re – Sigma n°3/2023

³ Dati Ania sulla Raccolta Premi 2022

⁴ Relazione Annuale 2022 IVASS

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 2022, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti da un focus sull'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo.

Le Assicoop chiudono il biennio 2021-2022 con un risultato economico positivo. Il risultato d'esercizio registrato nel 2022, nonostante la leggera contrazione rispetto al 2021, evidenzia una buona capacità di generare redditività.

Performance economiche			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Incassi netti	680.499.624 €	711.681.755 €	4,58%
Provvigioni attive	77.691.244 €	80.743.382 €	3,93%
Ricavi vendite/prestazioni	99.126.339 €	100.134.583 €	1,02%
Totale costi diretti	68.516.899 €	70.193.272 €	2,45%
Margine lordo	31.093.578 €	30.632.839 €	-1,48%
Totale spese generali	16.940.715 €	17.784.214 €	4,98%
Reddito operativo	14.152.863 €	12.848.625 €	-9,22%
Risultato d'esercizio	9.899.348 €	9.541.804 €	-3,61%

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, Casa, Protezione, Risparmio e Lavoro, Amici a 4 zampe.

Inoltre, vista la crescente rilevanza della componente dei servizi «adiacenti» al business assicurativo, in coerenza con il catalogo prodotti del Gruppo Unipol, Assicoop ha integrato nella propria offerta i prodotti UnipolMove e Noleggio a Lungo termine.



5.2 Il comparto assicurativo

Raccolta premi Danni

Raccolta premi Danni			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Danni	429.676.330 €	433.386.832 €	0,86%

Per quanto riguarda il dato sulla raccolta premi Danni, Assicoop ha avuto un incremento nel biennio dello 0,86%, in crescita grazie allo sviluppo del comparto Rami Elementari.

Raccolta premi Assicoop – Auto/ Rami elementari / Vita

Raccolta premi Auto / Rami elementari / Vita			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Auto	225.285.457 €	221.332.804 €	-1,75%
Rami Elementari	204.390.873 €	212.054.028 €	3,75%
Vita	250.823.297 €	278.294.923 €	10,95%

Con riferimento al comparto Danni si è rafforzato il peso dei Rami Elementari, che ha avuto un incremento del 3,75%. Al contrario, la raccolta premi del ramo Auto ha subito un lieve rallentamento rispetto all'anno precedente.

La raccolta Premi Vita mostra una significativa crescita rispetto al 2020, con un incremento del 10,95% nel biennio in esame.

Nuova produzione Vita Assicoop – Premi annui/Premi unici

Nuova produzione Vita			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Nuova produzione	192.331.100 €	175.500.955 €	-8,75%

Nell'ambito della nuova produzione Vita, nel 2022 si registra una contrazione dell'8,75% rispetto al 2021.

Numero di clienti in portafoglio - Persone fisiche/Partite IVA

Numero di clienti in portafoglio			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Numero di clienti in portafoglio	417.939	407.474	-2,46%
di cui persone fisiche	372.311	362.899	-2,48%
di cui Partita IVA	45.628	44.575	-2,31%

I dati relativi al numero clienti in portafoglio evidenziano, nel biennio in esame, una lieve flessione.

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

Indice di Cross selling		
	2021	2022
Indice di Cross selling	1,97	1,99

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 a 2 nel periodo in esame, facendo inoltre registrare una crescita nel 2022. Analizzando inoltre lo spaccato clienti-persone/clienti-aziende l'indice presenta valori molto elevati presso la clientela aziende, arrivando al valore di 2,85 nel 2022, in aumento rispetto all'anno 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

[GRI 201-1]

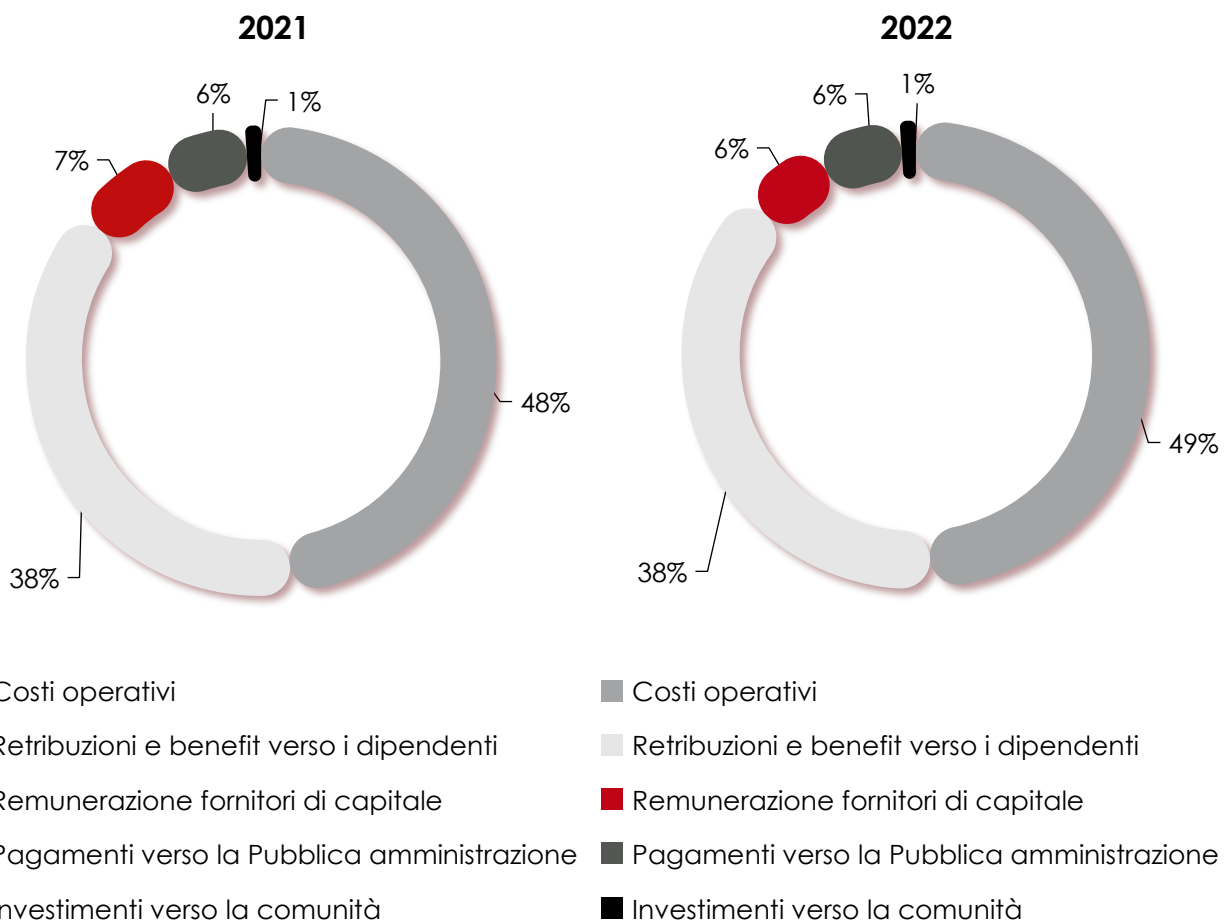
Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata dalle Assicoop nello svolgimento delle attività, come è stata prodotta e in che modo viene distribuita tra le varie categorie di soggetti che, con i loro differenti apporti, 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 2022 ammonta a **€ 103.792.326**. Di seguito è presentata la disaggregazione del dato relativo al Valore distribuito, che ammonta ad **€ 99.139.994**. Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a **€ 4.652.332**.

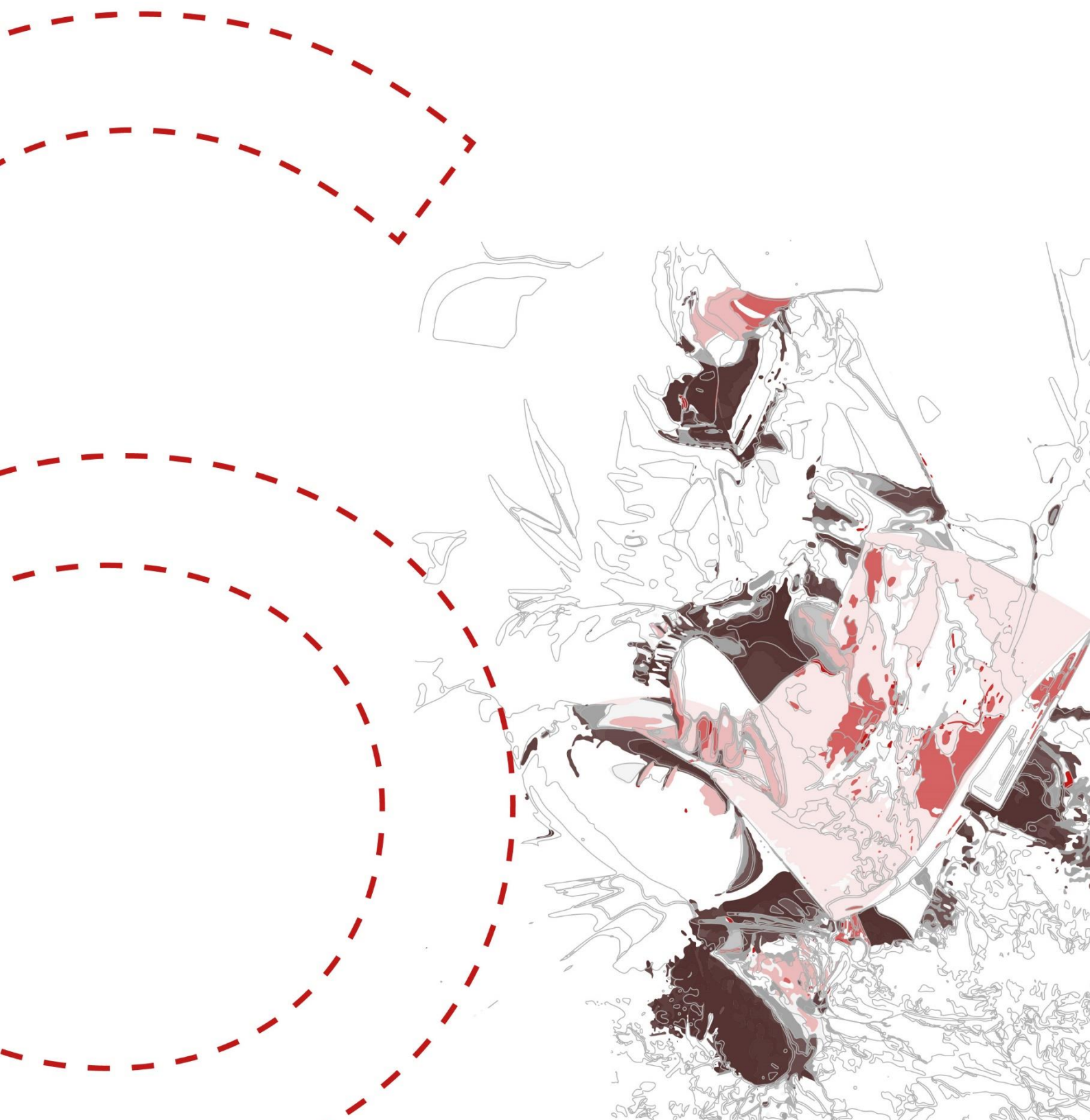
Valore economico distribuito da Assicoop



In termini di valore distribuito nel 2022 la categoria interessata in misura maggiore risulta essere la categoria dei Partner e dei Fornitori a cui viene distribuito il 49% (circa 48,7 mln) della ricchezza creata. Il 38% è distribuito alle Risorse Umane (37,3 mln), il 6% è invece condiviso con i Finanziatori e gli Azionisti (6,3 mln), il 6% (5,8 mln) con la Pubblica Amministrazione e composto in prevalenza dalle imposte d’esercizio. Alla Comunità viene distribuito l’1% (0,8 mln) del valore, corrispondente alle erogazioni liberali e alle sponsorizzazioni che le Assicoop condividono sul territorio come supporto anche alle iniziative delle organizzazioni che si dedicano al miglioramento delle condizioni sociali e culturali della nostra società.

6

Soluzioni innovative per la clientela



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 diversi **fattori di distintività**:

- Alto livello di **specializzazione**;
- **Presidio** del territorio;
- **Innovazione** e qualità del servizio;
- Ampliamento della **gamma prodotti e servizi**.

6.1 Specializzazione della rete di vendita

Nel corso del biennio, le Assicoop hanno continuato il progetto dedicato 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.

6.2 Il presidio del territorio

Le linee strategiche adottate dalle Agenzie a seguito dello sviluppo della Vision “Assicoop 2020” rispondono ancora oggi all’obiettivo di rappresentare un **motore di innovazione per il Gruppo**. In particolare, la capacità di coniugare **tradizione ed innovazione** permette di far coesistere il dinamismo di una compagnia assicurativa moderna e la prossimità al territorio, garantita da anni di spirito di servizio alla clientela.

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

I cambiamenti che interessano quotidianamente la nostra società in termini di nuove esigenze e nuovi stili di vita, ha fatto sì che nel biennio 2021-2022 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 alle nuove esigenze del mercato, in particolare attraverso l’incremento della produttività e dell’efficienza aziendale, garantendo **competitività e sostenibilità**. Inoltre, facilita la definizione di **formule imprenditoriali più efficaci** per ogni specifico territorio.

6.3 Innovazione e qualità del servizio

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.

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**.

In tale ottica, Assicoop si è impegnata fortemente nella **revisione del proprio modello di offerta**, implementando **nuovi touch point** estesi in un’ottica di omnicanalità, permettendo una maggiore vicinanza al cliente, un miglioramento del modello di servizio e una migliore gestione commerciale.

Agenzia Digitale

Al fine di rispondere alle esigenze della clientela di utilizzare gli strumenti di preventivazione in autonomia, sono state predisposte delle **Agenzie Digitali**, che hanno nel loro DNA un modello di relazione votato ai canali digitali, occupandosi di ricontattare la clientela che, autonomamente, ha effettuato richieste tramite App e/o Sito Web della Compagnia. Questa nuova modalità necessita di una diversa capacità di servizio e un’attenzione particolare alle diverse esigenze dei clienti, all’interno di questa ottica omnicanale si può infatti procedere al contatto successivo con i collaboratori per approfondire i contenuti e possibili soluzioni alternative. Le Agenzie Digitali si occupano inoltre di gestire azioni strutturate di digital marketing sui prospect attraverso differenti canali digitali.

Agenzia Dematerializzata

Oltre al rafforzamento della rete tradizionale e del front-office, grazie anche alla forte spinta esercitata dalla situazione legata al Covid-19, è stato realizzato un importante investimento per la **semplificazione e digitalizzazione dei processi commerciali e amministrativi** mediante l'implementazione di elementi legati alla **omnicanalità**.

Firma Elettronica Avanzata (F.E.A.) – Statistiche 2021-2022		
	2021	2022
Adesione clienti (n.)	196.868	227.229
Adesione clienti (%)	47%	56%
Movimentazione F.E.A.	402.949	497.749
Agenzie attivate	115	116
Punti vendita attivati	256	258

L'utilizzo della firma elettronica avanzata, attivata per la prima volta nel 2013, è stato allargato ad un numero sempre più consistente di agenzie fino a raggiungere nel 2022 il numero di 116 agenzie attivate, a cui corrispondono 258 punti vendita attivati.

La risposta della rete Assicoop e dei clienti a tale innovazione di servizio continua ad essere positiva come dimostrato dalla dinamica delle movimentazioni F.E.A., in continua crescita nel biennio e rispetto agli anni precedenti.

Il percorso di innovazione del modello di servizio si è particolarmente concentrato sull'utilizzo di strumenti tecnologici predisposti dalla Compagnia UnipolSai e sviluppati internamente da ogni Assicoop, al fine di promuovere relazioni Omnicanale.

La Compagnia UnipolSai ha individuato specifici KPI in grado di misurare la capacità di innovare il modello di servizio, tra cui il cosiddetto "indice digitale".

Indice digitale

Il monitoraggio dell'indice Digitale ha sostituito quello della sola voce F.E.A. da inizio 2021. L'indice digitale, da un lato, rappresenta in maniera più globale la vera digitalizzazione del portafoglio comprendendo tutte le polizze trattate e/o perfezionate tramite canali digitali (F.E.A., incassi da APP/Area Riservata, Quietanze da remoto), dall'altro, offre diversi spunti per un'analisi più approfondita del fenomeno digitale.

6.4 Ampliamento della gamma prodotti e servizi

Nel dinamico mercato odierno, l'espansione della gamma di prodotti rappresenta un'opportunità strategica fondamentale per le aziende che desiderano rimanere competitive e soddisfare le mutevoli esigenze dei clienti.

L'ampliamento della gamma di prodotti non è solo un segno di innovazione, ma anche di rafforzamento del ruolo di Assicoop come leader assicurativo, e di riferimento per i bisogni dei clienti nell'ambito della mobilità attraverso l'offerta di un ecosistema di competenze e asset integrati.

È in quest'ottica che Unipol sta investendo nell'ampliamento **dell'Ecosistema Mobility**. All'interno di esso forze diverse interagiscono al fine di presidiare aree contigue rispetto al core business assicurativo, sviluppando servizi in linea con le esigenze del mercato e tenendo conto delle continue evoluzioni tecnologiche, sociali e normative.

L'ampliamento dell'ecosistema Mobility permette alle Assicoop di offrire servizi in forte sinergia con i prodotti assicurativi, che vadano oltre polizza e riparazione, supportando il cliente nell'acquisto e vendita di auto nuova/usata, servizi di mobilità alternativa e telepedaggio.

7 Le persone, la nostra risorsa



7. Le persone, la nostra risorsa

7.1 Le persone di Assicoop

[GRI 2-7, 2-8, 405-1]

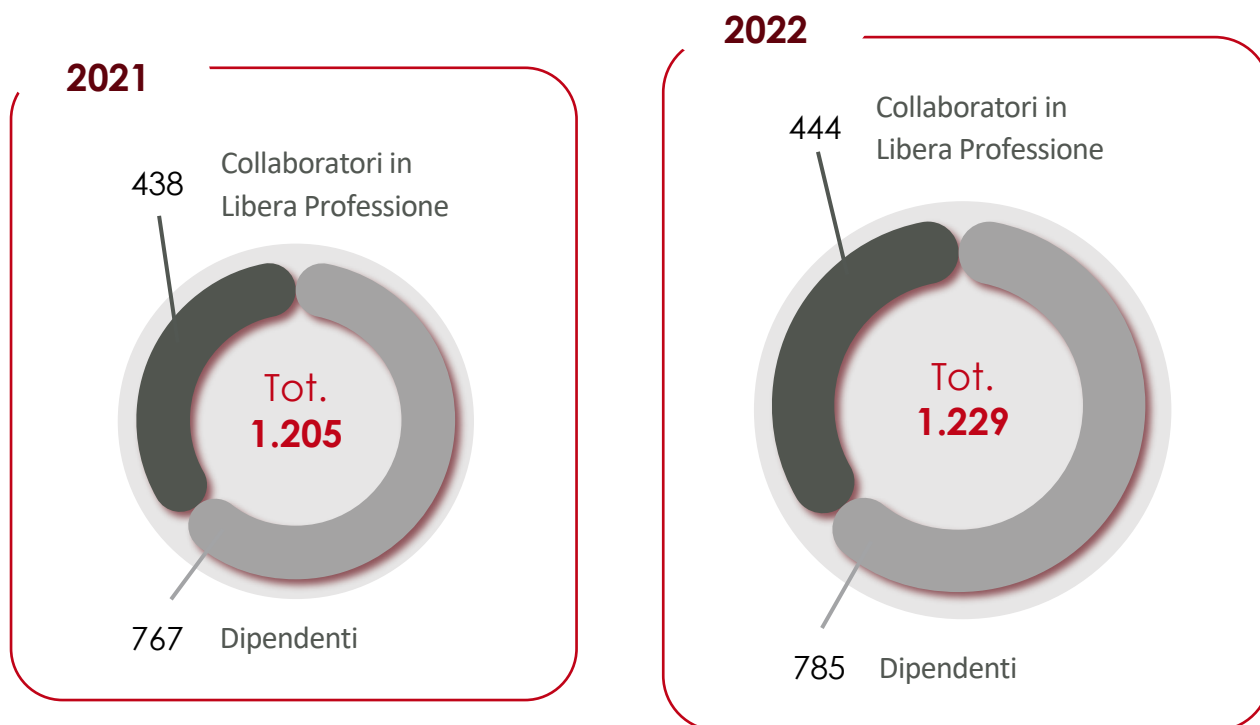
Le persone rappresentano un asset prioritario per le Assicoop ed è grazie ad una politica incentrata sul rispetto, l'equità, la fiducia reciproca e la trasparenza verso i lavoratori delle agenzie e delle subagenzie che è possibile creare sinergie sul territorio.

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 2022 il numero totale delle risorse umane è di 1.229 (con un incremento del 2% rispetto al 2021), delle quali 785 sono i dipendenti e 444 i collaboratori in libera professione.

TOTALE DIPENDENTI E COLLABORATORI



Suddividendo il personale per livello di inquadramento contrattuale e genere, il numero di impiegati è rimasto pressoché stabile passando da **686 impiegati nel 2021** a **697 impiegati nel 2022**. Il numero di dirigenti è sostanzialmente invariato rispetto al 2021, mentre tra i quadri vi è una riduzione di 2 unità.

In particolare, nel 2022, l'insieme del personale Assicoop è composto da **9 dirigenti, 79 quadri** (57 uomini e 22 donne) e **697 impiegati** (174 uomini e 523 donne). Quanto alla suddivisione per genere, la presenza femminile non ha subito particolari cambiamenti nel biennio rendicontato. Complessivamente, nel 2022 le **donne presenti** nelle Assicoop **rappresentano il 69%**.

69%

% presenza femminile
in Assicoop (dato 2022)

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2022

	Bologna	Emilia Nord	Romagna Futura	Modena e Ferrara	Toscana	Totale
Totale dipendenti	137	179	143	178	148	785
Dirigenti	2	4	1	1	1	9
- di cui uomini	2	4	1	1	1	9
- di cui donne	-	-	-	-	-	-
Quadri	20	9	15	18	17	79
- di cui uomini	8	5	14	14	16	57
- di cui donne	12	4	1	4	1	22
Impiegati	115	166	127	159	130	697
- di cui uomini	29	43	29	32	41	174
- di cui donne	86	123	98	127	89	523

Relativamente alla **tipologia di contratto di lavoro**, nel 2022 il 95% (744 persone) dei dipendenti disponeva di un contratto a tempo indeterminato. Soltanto il restante 5% (41 persone) ha un contratto a tempo determinato.

Inoltre, l'85% circa dei dipendenti (670 persone) lavora full-time. Il restante 15% (115 persone) ha un impiego part-time.

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per età, circa la metà del personale (388 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 44% (348 persone) ha più di 50 anni e il 6% (49 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**.

[GRI 401-1]

Nel 2022 sono state assunte **65 nuove persone** delle quali 25 hanno un'età inferiore ai 30 anni, 37 hanno un'età compresa tra i 30 e i 50 anni e 3 persone hanno una età superiore ai 50 anni.

Tasso di assunzioni per genere ed età		
	2021	2022
Totale	7%	8,3%
- uomini	5,5%	8,3%
- donne	7,8%	8,3%
- sotto i 30 anni di età	35,7%	47,2%
- tra i 30 e 50 anni di età	8,6%	9,6%
- sopra i 50 anni di età	2%	0,9%

Tasso di cessazioni per genere ed età		
	2021	2022
Totale	5%	7,5%
- uomini	5%	7,1%
- donne	4,9%	7,7%
- sotto i 30 anni di età	7,1%	18,9%
- tra i 30 e 50 anni di età	2,7%	4,7%
- sopra i 50 anni di età	7,1%	8,9%

7.2 Talento e sviluppo del personale

[GRI 404-2]

Per le Assicoop la **valorizzazione delle competenze individuali e il supporto per la crescita professionale** dei propri dipendenti sono tematiche di fondamentale interesse che alimentano la consapevolezza e la fiducia riposta nei confronti di un'organizzazione che si innova e vuole innovare.

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

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

PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop continua a portare avanti 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 **19 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 permette 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 sono 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 biennio 2021-2022 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 ingaggianti 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:

- Visione, inteso come interconnessione di pensiero sistemico
- Esperienze, come territorio di sperimentazione del talento e del carattere
- Comportamenti da adottare, passando dalla razionalità all'emozionalità degli stessi
- Conoscenze, come consolidamento del bagaglio individuale delle conoscenze verticali e trasversali

Il programma ha coinvolto **14 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.

[GRI 404-1]

Ore totali di formazione per ruolo e genere

	2021	2022
Ore totali di formazione	24.817	25.469
- ai dipendenti uomini	7.989	8.162
- ai dipendenti donne	16.828	17.307
- ai dirigenti	297	267
- ai quadri	2.546	2.561
- agli impiegati	21.974	22.641

Ore medie di formazione per ruolo e genere		
	2021	2022
Ore medie di formazione	32	32
- ai dipendenti uomini	34	34
- ai dipendenti donne	32	32
- ai dirigenti	30	30
- ai quadri	31	32
- agli impiegati	33	32

Nel 2022, le ore totali di formazione erogata ai dipendenti ammontano a **25.469**, in aumento del 2,6% rispetto al 2021, mentre le ore di formazione erogata ai collaboratori ammontano a **15.839**, per un totale di **41.308** ore totali di formazione erogate.

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 e all'erogazione di buoni pasto, 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 ed i loro familiari possono inoltre accedere a specifiche convenzioni assicurative e bancarie di UnipolSai Assicurazioni e di BPER Banca alle condizioni emanate tempo per tempo vigenti.

7.3 La salute e sicurezza sul lavoro

[GRI 403-1, 403-2, 403-5]

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 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 e 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

[GRI 2-6]

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 2022, Assicoop collabora con 235 fornitori ed enti che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore		
	2021	2022
Totale fornitori	255	235
Fornitura di utenze	56	50
Servizi di pulizia	23	22
Servizi postali e telefonici	30	29
Locazione e apparecchiature	114	104
Cancelleria, stampanti ed altro	32	30

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



8. Collaborazione e sostegno per il territorio

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

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

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

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

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

- cultura e patrimonio artistico;
- generazioni future (sport e entertainment);
- ricerca scientifica;
- attenzione all'ambiente;
- 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.

[GRI 203-1]

Investimenti nella comunità		
	2021	2022
Totale	957.464 €	1.073.525 €
Liberalità	145.984 €	162.255 €
Sponsorizzazioni	811.479 €	911.270 €

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.

Per maggiori dettagli sulle iniziative si rimanda alla sezione dedicata alle singole Assicoop.

9

Attenzione all'ambiente



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.**

Di seguito sono riportati i principali consumi per il periodo di riferimento.

[GRI 301-1]

Principali materiali consumati		
	2021	2022
Totale carta utilizzata	160.978 kg	138.612 kg
- di cui carta riciclata	70%	87%
Toner e cartucce (pezzi acquistati)	373	250
Toner e cartucce (valore dell'acquisto)	33.979 €	27.732 €

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**.

[GRI 302-1]

Consumo totale di energia (GJ) ⁵		
	2021	2022
Totale energia consumata	25.157	28.360
Gas naturale	13.337	16.666
Consumo derivante da teleriscaldamento	-	110
Energia elettrica acquistata	8.482	7.864
- di cui da fonti non rinnovabili	8.465	7.849
- di cui da fonti rinnovabili	17	15
Auto aziendali a benzina	208	272
Auto aziendali a gasolio	3.130	3.557

Rispetto agli esercizi precedenti i consumi hanno subito un incremento dovuto alla progressiva riapertura a seguito del termine dell'emergenza sanitaria Covid-19.

⁵ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

[GRI 302-3]

Intensità energetica		
	2021	2022
Intensità energetica per mq (GJ/mq)	0,6	0,6
Intensità energetica per dipendente (GJ/dip.)	32,8	36,1

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, importata e consumata 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 nolo, 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 1 e 2, come riportato nella tabella seguente.

[GRI 305-1, 305-2]

Emissioni di Scope 1 e 2 (tCO ₂ eq.) ⁶		
	2021	2022
Scope 1	1.021,3	1.255,2
Scope 2 (location-based)	615,5	570,7

Assicoop, si pone, inoltre l'obiettivo, per il 2024, 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.

⁶ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Indice dei contenuti GRI Standards

Dichiarazione d'uso	Assicoop Associazione ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2021 – 31 dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	UBICAZIONE/NOTE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 La storia 2.1 Integrità e governance aziendale
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	1.1 La storia
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
	2-4 Revisione delle informazioni	Non si registrano modifiche significative rispetto al precedente report
	2-5 Assurance esterna	Il presente report non è sottoposto ad Assurance esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.3 I tratti distintivi di Assicoop I partner per la creazione di valore
	2-7 Dipendenti	7.1 Le persone di Assicoop
	2-8 Lavoratori non dipendenti	7.1 Le persone di Assicoop
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.1 Integrità e governance aziendale
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.1 Integrità e governance aziendale
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.1 Integrità e governance aziendale
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder
	2-28 Appartenenza ad associazioni	1.1 La storia

	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	3 Stakeholder engagement e analisi di materialità
	2-30 Contratti collettivi	Il 100% dei dipendenti di Assicoop è coperto da contratti collettivi
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	3.1 L'analisi di materialità
	3-2 Elenco di temi materiali	3.1 L'analisi di materialità
GRI 201: Performance Economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	5.3 Il valore creato per il territorio
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	8 Collaborazione e sostegno per il territorio
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	9.1 Gli impatti ambientali
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	9.1 Gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	9.1 Gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	9.1 Gli impatti ambientali
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	9.1 Gli impatti ambientali
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	7.1 Le persone di Assicoop
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	7.3 La salute e sicurezza sul lavoro
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	7.3 La salute e sicurezza sul lavoro
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	7.3 La salute e sicurezza sul lavoro
GRI 404: Formazione ed istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	7.2 Talento e sviluppo del personale
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	7.2 Talento e sviluppo del personale
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	7.1 Le persone di Assicoop

Sezione 2



Le Assicoop

**Assicoop Bologna
Metropolitana**

Bilancio di Sostenibilità

2021-2022



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 biennio 2021-2022, 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.

1 Identità e storia

1.1 Compagine sociale

[GRI 2-1]

Assicoop Bologna Metropolitana S.p.A. è una società per azioni a titolarità privata che opera in Italia con sede legale a Bologna in Via del Gomito n.1.

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 **LegaCoop di Bologna** e la **LegaCoop Imola**, la **Cooperativa edificatrice Ansaloni**.

Struttura dell'azionariato: quote detenute da ciascun azionista

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. (LEGACOOOP)	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%

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.

Il 1° aprile 1971 apre la prima agenzia in via Indipendenza n.42. 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 ...”.

Dagli anni '90 al primo decennio del 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.

Il 14 settembre 1992, avviene la fusione per incorporazione della società La Sicura S.r.l., agenzia assicurativa di CNA di Bologna: Assicoop assume la denominazione sociale di “Assicoop Sicura”.

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. La base sociale dell'agenzia di Imola si allarga con l'ingresso di nuovi soci (Cisocc, CNA, Nuova Agricoltura e UIL).

Nel 2004 l'Assicoop di 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.

A fine dicembre 2008 entrano nuovi soci in Assicoop Bologna: Confesercenti, Cisl e UIL tramite, rispettivamente, le società Ces.Conf, S.C.S. e Venere S.r.l.

Dal 2010 ad oggi

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.

La nuova realtà societaria ha negli anni seguenti perfezionato il consolidamento organizzativo ed 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.

Superata con l'impegno delle proprie Risorse e l'utilizzo degli strumenti digitali l'emergenza pandemica, si sono rilanciate le attività con rinnovato impegno e con progressivi correttivi di assetto organizzativo, in coerenza con le strategie di Compagnia, al fine di cogliere le opportunità e le nuove esigenze di un mutato contesto sociale ed economico.

Nel 2021 Assicoop Bologna Metropolitana ha raggiunto un traguardo importante e prestigioso: 50 anni di attività sul Territorio come leader di mercato per UnipolSai nella sua attività di intermediazione assicurativa, garantendo affidabilità, trasparenza, correttezza e capacità di ascolto. È stata occasione per ribadire l'impegno nella nuova dimensione digitale e multicanale e nella sfida della sostenibilità: in tale occasione Assicoop Bologna Metropolitana ha donato 500 alberi al Territorio metropolitano, piantati in accordo con le Istituzioni, in due realtà del comprensorio bolognese ed imolese.

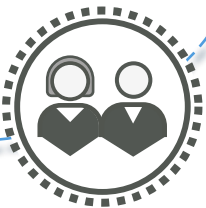
LE DIRETRICI DI ASSICOOP BOLOGNA METROPOLITANA

Il percorso di Assicoop Bologna Metropolitana per il suo futuro parte dalla valorizzazione della sua esperienza, dalla sua professionalità e dalla sua tradizione assicurativa e si sviluppa su sei direttrici prioritarie:



DIGITALE

Attraverso l'innovazione digitale, Assicoop Bologna Metropolitana prosegue nel percorso di innovazione delle modalità di comunicazione e servizio, in ottica di Omnicanalità e di Contattabilità, garantendo elevati standard qualitativi e di soddisfazione della clientela.



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.



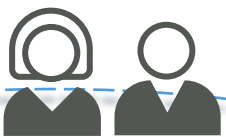
FORMAZIONE

Attraverso la formazione continua a tutti i livelli operativi e dirigenziali 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.



RISORSE UMANE

Attraverso un presidio ed una politica attiva dedicata alle esigenze di inserimento e follow up delle proprie Risorse si valorizzerà la risorsa principale dell'azienda, le proprie Persone, attuando le politiche necessarie a gestire un inevitabile turn over figlio di un mutato mercato del lavoro e clima sociale.



SOSTENIBILITÀ

Attraverso un presidio specifico e un rinnovato impegno con l'obiettivo di perseguire gli obiettivi di implementazione del Bilancio, formare e sensibilizzare le risorse Assicoop sulle tematiche ESG e finalizzare il programma di UnipolSai rivolto alle agenzie nell'ambito della Sostenibilità.

Garantendo affidabilità, trasparenza, correttezza e capacità di ascolto in ogni fase del lavoro, Assicoop Bologna Metropolitana si prepara alle nuove sfide: innovazione tecnologica, valorizzazione delle proprie Risorse, sostenibilità e riqualificazione ambientale.

2 Governance e cariche sociali

2.1 La governance di Assicoop Bologna Metropolitana

La mission di Assicoop è la creazione di valore per tutti i soggetti direttamente coinvolti nelle attività sociali: azionisti/soci, clienti e dipendenti. Tale obiettivo è perseguito attraverso l'offerta di beni, servizi e soluzioni che Assicoop ritiene essere in linea con le esigenze del mercato.

La struttura di governo societario è articolata su un modello organizzativo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- Assemblea degli azionisti/soci, organo che rappresenta l'interesse della generalità della compagine sociale e che ha il compito di prendere le decisioni più rilevanti per la vita della società, nominando il consiglio di amministrazione, approvando il bilancio e modificando lo statuto;
- Consiglio di Amministrazione, che opera per il tramite degli amministratori delegati;
- Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale. Ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi e detiene, entro l'ambito dell'oggetto sociale, tutti i poteri che per legge o per Statuto non siano espressamente riservati all'assemblea e ciò al fine di provvedere all'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

[GRI 2-14, 2-17]

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato da una sessione riunita dei Consigli di Amministrazione delle Assicoop.

Al fine di promuovere le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza relative allo sviluppo sostenibile tra i membri del Consiglio di Amministrazione, a partire dal 2023, i membri del Consiglio di Amministrazione di Assicoop parteciperanno a sessioni di formazione dedicate alle tematiche della sostenibilità e al quadro normativo ESG.

2.2 Le cariche sociali

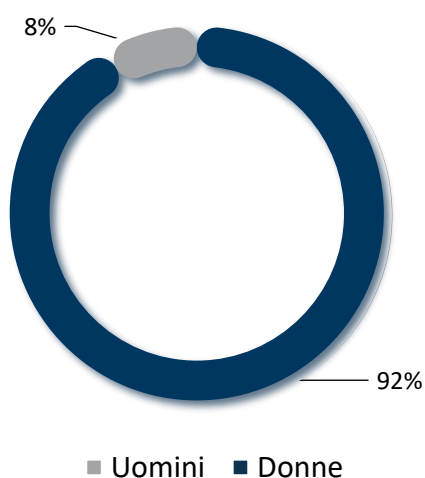
[GRI 2-9, 2-11, 405-1]

Il Consiglio di Amministrazione, noto come CdA, è composto da 13 membri. In conformità allo Statuto, questi membri includono un Presidente, un Vicepresidente e un Amministratore Delegato. Il Presidente, il quale ricopre anche il ruolo di Presidente di Legacoop Bologna, assume il ruolo di rappresentante legale, il Vicepresidente agisce in sua vece in caso di assenza o impedimento e l'Amministratore Delegato è investito dei poteri di rappresentanza aziendale. Non sono previsti comitati all'interno del Consiglio di Amministrazione.

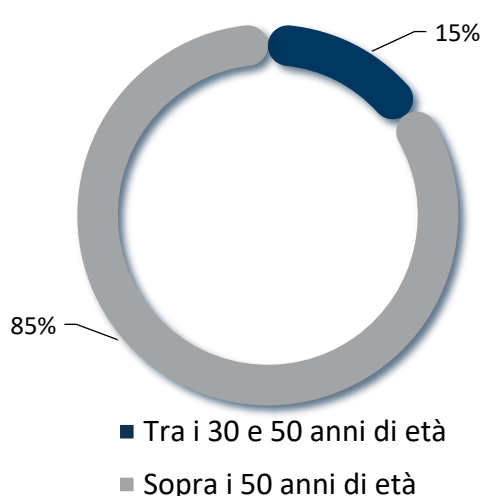
Il Collegio Sindacale svolge un ruolo di vigilanza per garantire il rispetto della legge, dello Statuto sociale e dei principi di corretta amministrazione. Il Collegio Sindacale esprime i propri membri con elezione dall'Assemblea dei Soci e sono individuati secondo le regole stabilite nel Patto tra i Soci territoriali, restando in carica per tre esercizi. Il Collegio Sindacale è composto da 3 membri effettivi e 2 supplenti ed esercita l'attività di vigilanza ex articolo 2403 cc e di revisione ex articolo 2409 bis cc come da verbale dell'Assemblea che lo elegge.

Il mandato dei membri del CdA ha una durata di tre anni. Degli undici membri, tre sono esecutivi e dieci sono non esecutivi. Inoltre, dodici membri sono di genere maschile e uno di genere femminile; in termini di età, due hanno un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre gli altri undici hanno un'età superiore ai 50 anni. I membri del CdA agiscono come rappresentanti dei Soci di Assicoop.

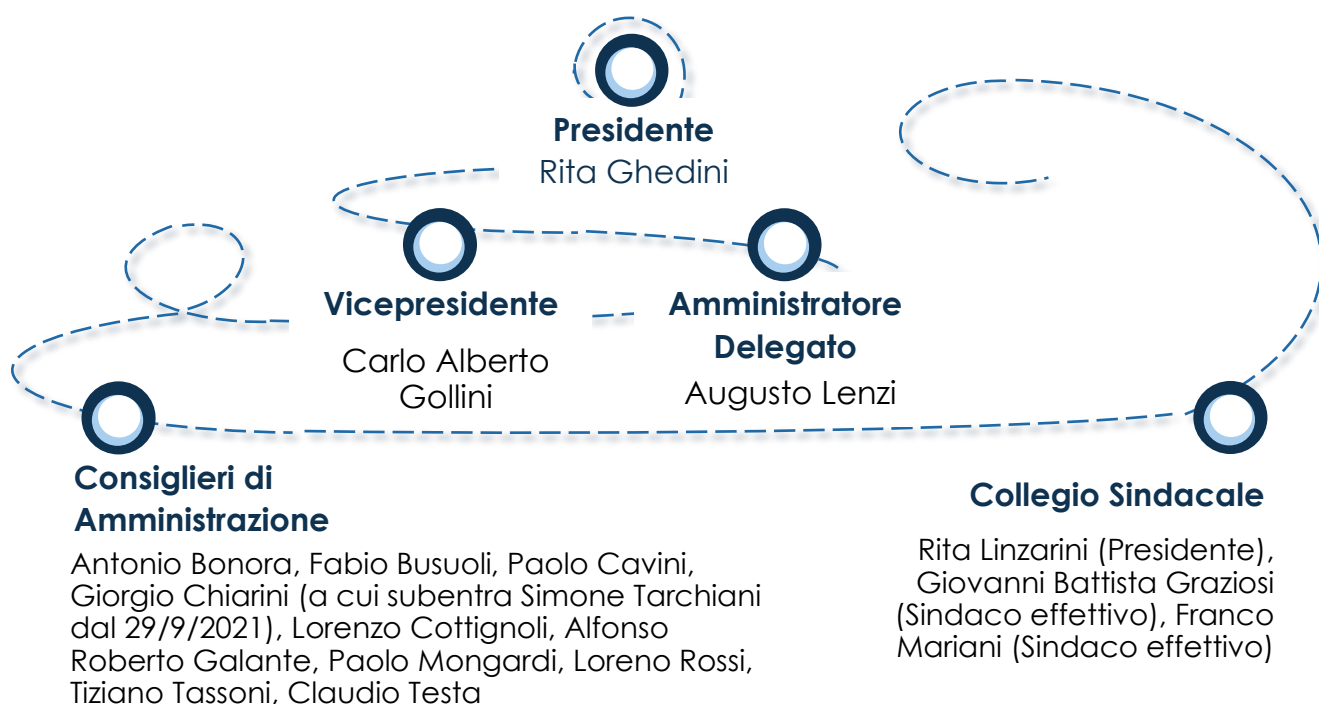
Membri del CdA per genere



Membri del CdA per età



La composizione del CdA e del Collegio Sindacale è rappresentata nell' infografica seguente.



[GRI 2-10]

La policy di nomina e selezione dei membri del Cda e la nomina alla carica di Presidente e Vicepresidente sono regolati da un accordo tra i soci territoriali (ad eccezione di UnipolSai) sottoscritto in occasione della fusione per incorporazione di Assicoop Imola in Assicoop Bologna a decorrere dal 2017.

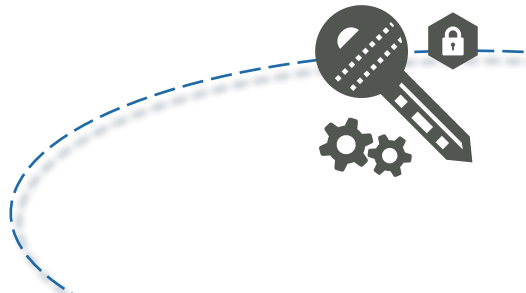
2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale

[GRI 3-3]

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.

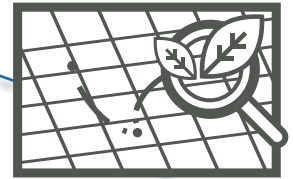


ACCESSIBILITÀ

Rappresenta l'impegno ad essere un interlocutore aperto disponibile.

LUNGIMIRANZA

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



RISPETTO

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

SOLIDARIETÀ

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



RESPONSABILITÀ

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

3 Performance economica

3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale

[GRI 3-3]

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

Performance economica			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Incassi netti	151.868.599 €	136.626.092 €	-10,04%
Provvigioni attive	15.531.684 €	15.714.649 €	1,18%
Ricavi vendite/prestazioni	19.946.753 €	18.721.506 €	-6,14%
Totale costi diretti	13.505.298 €	13.524.449 €	0,14%
Margine lordo	6.382.371 €	5.187.084 €	-18,73%
Totale spese generali	3.573.265 €	3.575.449 €	0,06%
Reddito operativo	2.809.106 €	1.611.635 €	-42,63%
Risultato d'esercizio	2.367.590 €	1.679.903 €	-29,05%

Tali indicatori testimoniano che il risultato d'esercizio del 2022 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 nel biennio di riferimento.

3.2 Il comparto assicurativo

Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana – Auto/ Rami elementari			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Auto	33.421.665 €	32.395.629 €	-3,07%
Rami elementari	44.352.752 €	45.492.331 €	2,57%

Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana - Retail/corporate			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Retail	88.438.394 €	74.747.453 €	-15,48%
Corporate	63.430.205 €	61.878.645 €	-2,45%

La raccolta complessiva dei premi rami danni nel biennio è sostanzialmente stabile; il calo del comparto Auto è stato compensato da un maggior sviluppo nei Rami Elementari.

Il Ramo Auto ha subito una leggera diminuzione per effetto di perdite rilevanti nella Divisione Corporate; mentre nella Divisione Retail si è registrata una flessione del portafoglio seppur con percentuali inferiori rispetto agli ultimi esercizi.

Nei Rami Elementari, nonostante la perdita di alcuni grandi affari, entrambe le Divisioni hanno registrato buone percentuali di Sviluppo in particolare nei Rami Aziende trainate dai Rischi Tecnologici per effetto del Superbonus 110% in ambito edilizia.

Raccolta premi Assicoop Bologna Metropolitana – Vita

	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Vita	74.094.182 €	58.738.132 €	-20,73%
Vita (nuova produzione)	66.558.501 €	50.994.885 €	-23,38%

La raccolta premi del comparto Vita ha subito un'impennata nel corso del 2021 per effetto di partite straordinarie; la raccolta premi complessiva è risultata in incremento del 13,1% rispetto all'esercizio precedente. In controtendenza, nel 2022, la raccolta premi complessiva è risultata in decremento del 20,7% rispetto al 2021.

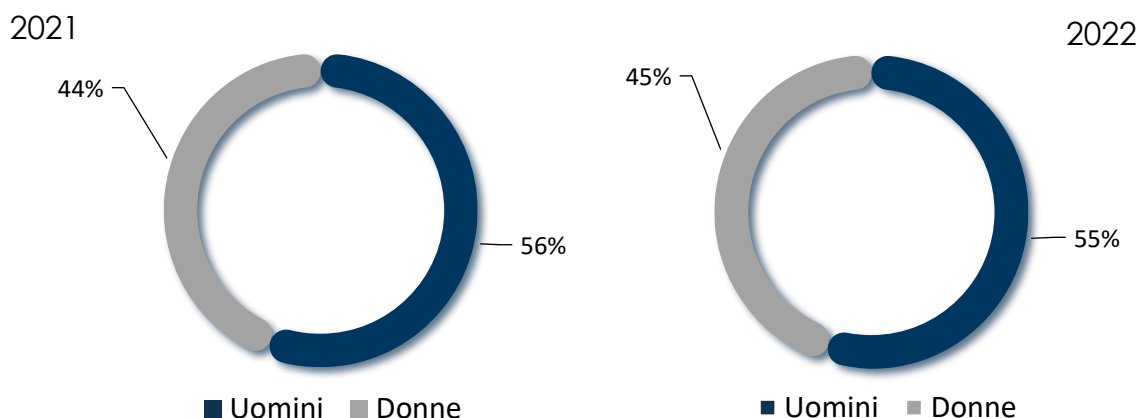
I clienti e il portafoglio

Anche nel 2022 è proseguita una riduzione dei clienti persone fisiche che a fronte di una consistenza di oltre 63.000 soggetti nel 2018 raggiunge i 58.017 del 2022; resta sostanzialmente invariato il numero di clienti partite IVA che intrattengono rapporti con Assicoop, che si attesta a 6.779 nel 2021 e 6.656 nel 2022.

Tipologia della clientela (persone fisiche) - Scorporazione per classi d'età

	2021	2022
Totale	59.440	58.017
- di cui sotto i 30 anni	1.799	1.783
- di cui tra i 30 e 50 anni	14.836	13.621
- di cui sopra i 50 anni	42.805	42.613

Tipologia della clientela (persone fisiche) – scorporazione per genere



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

Indice di Cross selling		
	2021	2022
Indice di Cross selling	1,91	1,89

4 Le persone, la nostra risorsa

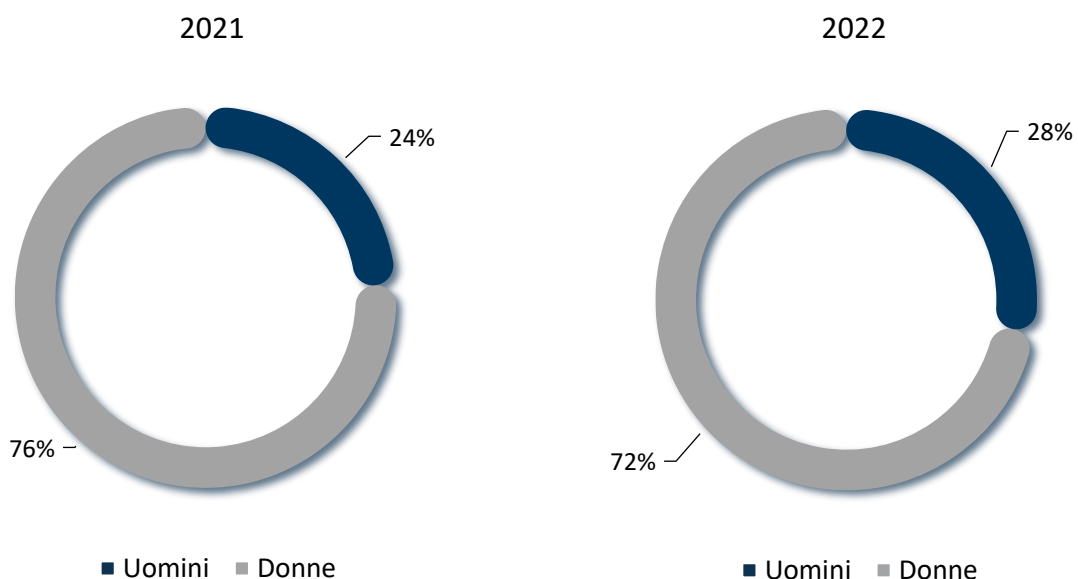
4.1 Le persone di Assicoop

[GRI 2-7, 2-8]

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, al 31 dicembre 2022 le persone impiegate in Assicoop Bologna Metropolitana sono state 222, di cui 137 dipendenti e 85 collaboratori in libera professione.

Le risorse umane di Assicoop Bologna Metropolitana 2021-2022			
	Dipendenti	Collaboratori in libera professione	Totale
2021	138	87	225
2022	137	85	222

Dipendenti di Assicoop Bologna Metropolitana per genere



I liberi professionisti, il cui rapporto di collaborazione è regolato da singole Lettere di Incarico a subagente, completano la rete distributiva di Assicoop Bologna Metropolitana. I liberi professionisti sono, all'interno del Modello Organizzativo, suddivisi in subagenti, Consulenti Assicurativi e Consulenti Finanziari. La differenziazione organizzativa è che, nel gergo comunemente utilizzato, vengono individuati come subagenti coloro che operano all'interno di un proprio punto vendita (all'interno del quale possono essere presenti loro dipendenti e/o collaboratori) con limitazioni territoriali di operatività all'interno della propria Lettera di Incarico; nella quotidianità vengono ulteriormente definiti quali "subagenti con Punto Vendita".

Gli ulteriori liberi professionisti, appartenenti ai due canali Consulenti Assicurativi e Consulenti Finanziari, possono operare trasversalmente su tutti i punti vendita di Assicoop e, all'interno del proprio Mandato, non hanno limitazioni territoriali, che risulta essere identico al territorio di operatività di Assicoop Bologna Metropolitana.

I Liberi Professionisti assumono stabilmente l'incarico di promuovere, conservare e sviluppare affari assicurativi e collocare prodotti bancari standardizzati per conto dell'Agenzia svolgendo l'incarico stesso con carattere di abitudine e prevalenza. In particolare, raccolgono proposte di assicurazione nei rami gestiti da UnipolSai Assicurazioni S.p.A. e da UniSalute (da ottobre 2022) rappresentate dalla Agenzia.

4.2 Valorizzazione dei collaboratori

[GRI 2-30, 3-3, 405-1]

Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2022 l'insieme del personale di Assicoop Bologna Metropolitana risulta comporsi di 2 dirigenti (2 uomini), 20 quadri (8 uomini e 12 donne) e 115 impiegati (29 uomini e 86 donne). Tutti i dipendenti di Assicoop Bologna Metropolitana sono inquadrati nei seguenti CCNL:

- Contratto Collettivo Nazionale per il Personale Amministrativo e Produttivo delle Agenzie in gestione libera aderenti alla Associazione Nazionale Agenzie Societarie Unipol e alla Lega Nazionale Cooperative e Mutue;
- Contratto Collettivo Nazionale per il Personale Dirigente di Imprese Cooperative.

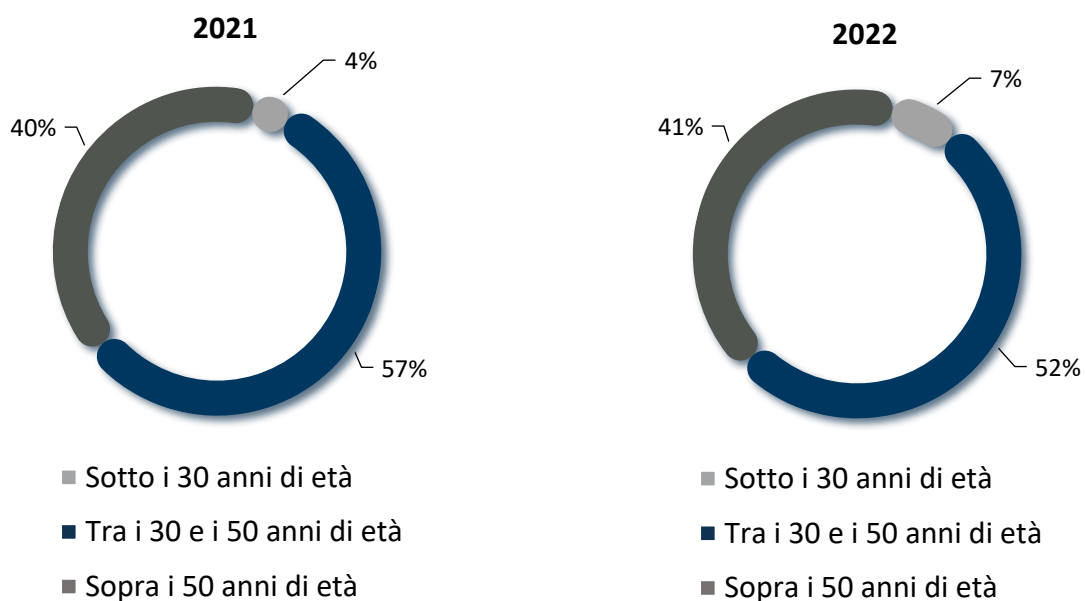
La composizione dei dipendenti non ha riguardato particolari cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2021 – 2022). Quanto alla suddivisione per genere, le donne presenti in azienda rappresentano il 71,5 % del totale dei dipendenti. Nel corso del 2022 i dipendenti appartenenti alle categorie protette⁷ sono pari a 8 (4 uomini e 4 donne).

⁷ 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 e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	33	105	138
- di cui dirigenti	2	-	2
- di cui quadri	9	12	21
- di cui impiegati	22	93	115
Totale dipendenti 2022	39	98	137
- di cui dirigenti	2	-	2
- di cui quadri	8	12	20
- di cui impiegati	29	86	115

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fasce di età, nel 2022 il 52% di questi (71 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 41% (56 persone) ha più di 50 anni e il 7% (10 persone) ha un'età inferiore ai 30 anni.

Dipendenti di Assicoop Bologna Metropolitana per fasce d'età



4.3 Qualità della vita in azienda

[GRI 3-3]

Un altro aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti. A riguardo, al 31/12/2022 il 95% dei dipendenti intrattiene un rapporto regolato da contratto a tempo indeterminato. Per favorire la conciliazione vita-lavoro, e dove l'assetto organizzativo lo consente, Assicoop offre anche soluzioni come il part-time: al 31/12/2022 circa il 7% dei dipendenti ha un contratto part-time.

[GRI 2-7]

Totale dipendenti per tipo di contratto e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	33	105	138
- di cui a tempo indeterminato	33	100	133
- di cui a tempo determinato	-	5	5
- di cui a tempo pieno	32	95	127
- di cui a tempo parziale	1	10	11
Totale dipendenti 2022	39	98	137
- di cui a tempo indeterminato	35	95	130
- di cui a tempo determinato	4	3	7
- di cui a tempo pieno	38	89	127
- di cui a tempo parziale	1	9	10

Nel 2022 Assicoop Bologna Metropolitana ha assunto 13 nuove persone, di cui 6 di età inferiore a 30 anni e 7 tra 30 anni e 50.

[GRI 401-1]

Dipendenti assunti e cessati per età e genere 2021 e 2022		
	2021	2022
Totale dipendenti assunti	11	13
Sotto i 30 anni	3	6
- di cui uomini	-	4
- di cui donne	3	2
Tra i 30 e 50 anni	5	7
- di cui uomini	-	3
- di cui donne	5	4
Sopra i 50 anni	3	-
- di cui uomini	2	-
- di cui donne	1	-
Totale dipendenti cessati	10	14
Sotto i 30 anni	-	1
- di cui uomini	-	-
- di cui donne	-	1
Tra i 30 e 50 anni	5	9
- di cui uomini	-	-
- di cui donne	5	9
Sopra i 50 anni	5	4
- di cui uomini	2	1
- di cui donne	3	3

Un altro aspetto rilevante in termini di stabilità legata alla gestione del personale è rappresentato dal tasso di turnover che si attesta al 0,7% nel 2021 e al -0,7% nel 2022 non influenzando quindi la continuità produttiva e la stabilità organizzativa.

Turnover dei dipendenti per età e genere 2021 e 2022⁸		
	2021	2022
Tasso di assunzione per genere	8%	9,5%
- uomini	6,1%	17,9%
- donne	8,6%	6,1%
Tasso di cessazioni per genere	7,2%	10,2%
- uomini	6,1%	2,6
- donne	7,6%	13,3%
Tasso di turnover per genere	0,7%	-0,7%
- uomini	0,0%	15,4%
- donne	1,0%	-7,1%
Tasso di assunzione per fasce d'età	8,0%	9,5%
- sotto i 30 anni di età	60,0%	60,0%
- tra i 30 e 50 anni di età	6,4%	9,9%
- sopra i 50 anni di età	5,5%	0,0%
Tasso di cessazioni per fasce d'età	7,2%	10,2%
- sotto i 30 anni di età	0,0%	10,0%
- tra i 30 e 50 anni di età	6,4%	12,7%
- sopra i 50 anni di età	9,1%	7,1%
Tasso di turnover per fasce d'età	0,7%	-0,7%
- sotto i 30 anni di età	60,0%	50,0%
- tra i 30 e 50 anni di età	0,0%	-2,8%
- sopra i 50 anni di età	-3,6%	-7,1%

4.4 Formazione e sviluppo professionale

[GRI 3-3, 404-2]

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 professionale 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.

⁸ Le percentuali del tasso di assunzione e cessazione riportate all'interno della tabella sono il risultato del rapporto con il numero totale di dipendenti suddivisi per genere e fasce d'età al 31 dicembre. Le percentuali del tasso di turnover sono il risultato del rapporto tra la somma dei dipendenti entrati e usciti con il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

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 biennio 2021-22 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.

Particolare e crescente attenzione, in coerenza con il mercato e la strategia di Gruppo, è stata l'attenzione per il **comparto Salute**.

Nel periodo in esame si sono affinate le procedure di inserimento in ambito lavorativo tese a garantire un ingresso graduale e consapevole all'interno del contesto organizzativo e di cultura aziendale, oltre che, ovviamente, di competenze tecniche. Attraverso un programma di step successivi (che porterà poi ad una procedura standardizzata di inserimento Risorse Umane), caratterizzati da incontri e adempimenti formativi con i diversi ambiti funzionali e di business, l'obiettivo è quello di **creare consapevolezza** su strumenti materiali, risorse umane, sinergie, opportunità aziendali e di Gruppo. In questo senso anche le competenze informatiche sono supportate, nella consapevolezza della loro trasversale utilità lavorativa. Fondamentali gli elementi di correttezza ed etica aziendale, non solo da corsi obbligatori ma anche e soprattutto da precise priorità e presidi aziendali.

Le ore di formazione ai fini IVASS svolte nel 2022 sono state pari a 5.526 per i dipendenti e 3.189 per i collaboratori, per un totale di 8.715 ore (rispettivamente 5.285 e 3.174 per un totale di 8.459 ore nel 2021).

[GRI 404-1]

Ore medie di formazione ai dipendenti per genere		
	2021	2022
Ore totali di formazione	5.285	5.526
- ai dipendenti uomini	1.504	1.772
- ai dipendenti donne	3.781	3.754
Ore medie di formazione per dipendente⁹	38	40
Ore medie di formazione uomini	46	45
Ore medie di formazione donne	36	38

⁹ Il numero medio di ore di formazione per dipendente è il risultato del rapporto tra il numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti e il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

Ore medie di formazione ai dipendenti per categoria di inquadramento		
	2021	2022
Ore totali di formazione	5.285	5.526
- Dirigenti	73	75
- Quadri	782	778
- Impiegati	4.430	4.673
Ore medie di formazione per dipendente	38	40
Ore medie di formazione dirigenti	37	38
Ore medie di formazione quadri	37	39
Ore medie di formazione impiegati	51	55

In un'ottica di valorizzazione delle nuove risorse prosegue e si affina il Progetto di selezione e possibile inserimento in organico di una nuova generazione di Consulenti, **"New Generation"**, in collaborazione con le altre Assicoop. Parallelamente, per creare un percorso di inserimento nella realtà aziendale completo e strutturato, si è avviato un **Progetto Risorse Umane**, destinato a tutte le nuove persone di Assicoop, che consenta di affiancare e gestire tutte le criticità ed opportunità di formazione e crescita professionale e personale.

PROGETTO NEW GENERATION

Ripreso e rilanciato il progetto New Generation, che investe su giovani di talento per rafforzare la 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.

Proseguono le attività di recruitment multicanale con le quali sono stati selezionati i neo-consulenti assicurativi (1 nel 2022 e 6 nel 2021), che intraprendono 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 permette ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo.

Ovviamente non tutte le Risorse hanno portato a termine con successo il percorso, che ha comunque confermato la sua validità e funzionalità nel raggiungere gli obiettivi assegnati.

Nell'ultimo anno, prima in collaborazione con la SCS Consulting e poi, gradualmente, in autonomia, si sono affinate le modalità operative di tutte le fasi del processo, valutandone l'efficacia e l'efficienza del metodo e degli strumenti utilizzati.

L'analisi mirata ha permesso di comprendere non solo i punti di forza e le opportunità che il percorso New Generation mette in campo durante le prime fasi iniziali del processo (attraction, reclutamento e formazione) ma anche i punti di debolezza e gli opportuni interventi correttivi, che sono stati implementati con successo.

PROGETTO RISORSE UMANE

Nel corso del 2022 si è delineato il **progetto Risorse Umane**, con implementazione prevista nel 2023.

L'obiettivo di questo progetto è creare un **percorso strutturato di inserimento** di figure professionali all'interno della realtà aziendale che analizzi ed approfondisca tutte le attività che compongono il percorso di inserimento di una risorsa, per migliorare le criticità e valorizzare i punti di forza emersi dagli inserimenti precedenti.

In un mutato contesto in cui la mobilità nel mercato del lavoro è elemento da considerare come strutturale, diventa fondamentale accompagnare le proprie risorse in un processo di crescita e fidelizzazione.

In particolare, il Progetto intende affrontare 5 fasi essenziali:

- **Attraction e reclutamento.** Costruzione di un bacino di candidature e attrazione di nuovi talenti, monitorando le fasi che precedono l'ingresso della nuova risorsa.
- **Selezione e Inserimento.** Gestione efficace del processo di selezione fino al momento dell'inserimento della nuova risorsa.
- **Sviluppo e formazione.** Organizzazione e gestione della formazione delle nuove risorse per lo sviluppo delle competenze necessarie a ricoprire il ruolo.
- **Valutazione.** Organizzazione delle azioni volte alla conoscenza e alla valutazione della nuova risorsa di concerto con tutte le figure coinvolte nel percorso formativo.
- **Retention e mentoring.** Creazione, gestione e conduzione di momenti di incontro funzionali al monitoraggio della formazione e al mantenimento di alti livelli di coinvolgimento e motivazione.

4.5 Salute e sicurezza

[GRI 403-1, 403-2, 403-5]

Il rispetto della normativa sulla Sicurezza dei luoghi di lavoro e la tutela della salute delle persone di Assicoop rappresentano una priorità dell'Associazione. L'Agenzia ha nominato un Delegato esterno del Datore di Lavoro ai fini della Sicurezza. Coerentemente con il sistema di regolazione e controllo, Assicoop Bologna Metropolitana predispone di un Rappresentante dei lavoratori per la Sicurezza (RLS), il Medico Competente (MC) e un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) 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 (video terminalisti) sui rischi specifici dell'attività. In particolare, nel 2022 sono stati aggiornati dal RSPP esterno il DVR (Documento di Valutazione dei Rischi) e la 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).

I dipendenti e i tirocinanti vengono sottoposti a un **programma di formazione sulla sicurezza**, composto da una sezione generale e una specifica per rischi di bassa entità, che viene aggiornato ogni cinque anni. Inoltre, in ogni luogo di lavoro è garantita la presenza di almeno un addetto al pronto soccorso e un addetto alla prevenzione degli incendi. Sia nel 2021 che nel 2022 sono state effettuate le prove di evacuazione per tutte le sedi di lavoro.

La formazione sulla sicurezza rivolta a tutti i lavoratori riguarda la parte generale della normativa e la parte specifica relativa al rischio dell'attività di Assicoop, ovvero è rivolta a videoterminalisti. I lavoratori vengono formati una prima volta al momento dell'ingresso in struttura (assunzione o avvio del tirocinio) e successivamente alle scadenze stabilite dalla Legge. La formazione avviene sia in modalità e-learning che in aula. Per ogni sito sono formati e aggiornati a scadenza gli addetti al gruppo di emergenza, ovvero al primo soccorso e antincendio; in alcune realtà dove sono numerosi i dipendenti e/o il lavoro si svolge a turni sono formate ed aggiornate più persone. Gli RLS nominati svolgono ogni anno la formazione di aggiornamento. La formazione viene erogata da società individuata con la quale è in essere un rapporto di collaborazione decennale. Le ore di formazione sulla salute e sicurezza vengono effettuate durante l'orario di lavoro in base ad una programmazione che cerchi di soddisfare le esigenze del lavoratore e nel contempo, cercando di garantire il servizio ai clienti che si rivolgono alle agenzie. La valutazione dell'efficacia della formazione svolta avviene attraverso la compilazione di questionari (on line o cartacei) relativi alla sessione formativa appena svolta. Al superamento del test la piattaforma informatica o la società che eroga la formazione rilasciano al partecipante ed al datore di lavoro un apposito attestato. In sede di riunione annuale della sicurezza, il RSPP ed il RLS analizzano le esigenze formative dell'anno a venire e redigono il piano formativo da realizzare. Nel 2021 e 2022 sono riprese le attività di formazione che, a causa del Covid, in larga parte si erano fermate nel 2020; la modalità da remoto nel 2021 e 2022 viene, quando possibile, preferita a quella in presenza.

La sede legale di Assicoop presenta un livello medio di rischio di incendio, e pertanto, la formazione di questi addetti è modellata in conformità a questo livello di rischio. I dipendenti subiscono visite periodiche da parte del medico aziendale specializzato nella gestione dei rischi per i Videoterminalisti. Ogni nuova assunzione viene preceduta da una visita di idoneità alla mansione.

Nel corso degli anni 2021 e 2022, è stato applicato un Protocollo Covid per gestire la situazione emergenziale.

5 Soluzioni innovative per la clientela

5.1 Qualità del servizio

[GRI 3-3]

Assicoop Bologna Metropolitana prosegue nel costante impegno di **adeguamento organizzativo** per cogliere le nuove esigenze di servizio al Cliente, ponendo al centro della propria strategia sia l'innovazione sia la qualità del rapporto umano. Pur mantenendo una struttura radicata e presente sul territorio, ha infatti fatto propri gli strumenti di consulenza in omnicanalità, per quella clientela che predilige nuove modalità di relazione attraverso i canali digitali.

Grazie a questa strategia è in grado proporre soluzioni personalizzate e flessibili, adeguate a diversi cluster di Clientela, anticipandone le aspettative ormai continuamente in evoluzione.

Assicoop Bologna Metropolitana prosegue nel percorso di specializzazione dei propri consulenti assicurativi per rispondere alle nuove esigenze delle Famiglie e delle Imprese. Ciò permette di mantenere fermi la vocazione al cliente e al territorio e al tempo stesso risponde ad esigenze normative dettate dalla Insurance Distribution Directive (IDD).

5.2 Innovazione del modello di servizio

[GRI 3-3]

L'integrazione e l'evoluzione dei processi e degli strumenti digitali all'interno del modello di servizio delle Agenzie avviato nel 2020, ha avuto una prevedibile ed esponenziale accelerazione nel biennio successivo. Quello che nel 2020 era nato come **"Progetto Agenzia Smart"**, già da inizio 2021 è stato esteso all'intera rete commerciale in quanto rispondeva alle nuove ormai irrinunciabili esigenze della Clientela Assicoop.

Per quanto riguarda l'utilizzo della firma elettronica a distanza, nel 2022 circa il 53% dei clienti ha aderito, generando oltre 70.000 movimentazioni.

Firma Elettronica Avanzata (F.E.A.) – Statistiche 2021-2022

	2021	2022
Adesione clienti (n.)	32.710	35.003
Adesione clienti (%)	49,5%	53,3%
Movimentazione F.E.A.	59.030	70.345
Agenzie attivate	28	27
Punti vendita attivati	39	39

Gli Obiettivi Digital hanno avuto, oltre ad un forte sviluppo, anche un grande impatto all'interno delle attività commerciali quotidiane. Inoltre, si pongono come elemento virtuoso di sviluppo di strumenti e supporti che diano la possibilità di impattare positivamente in termini di sostenibilità: eliminazione carta, snellezza delle procedure e dei tempi, diminuzione mobilità urbana, ecc.

Nel contesto dell'evoluzione verso una maggiore digitalizzazione e l'offerta di un servizio clienti sempre più avanzato, Assicoop Bologna Metropolitana risponde alle nuove esigenze dei clienti attraverso:

- **Indice digitale:** il monitoraggio dell'indice Digitale ha sostituito quello della sola voce F.E.A. da inizio 2021. L'indice digitale, da un lato, rappresenta in maniera più globale la vera digitalizzazione del portafoglio comprendendo tutte le polizze trattate e/o perfezionate tramite canali digitali (F.E.A., incassi da APP/Area Riservata, Quietanze da remoto), dall'altro, offre diversi spunti per un'analisi più approfondita del fenomeno digitale. A dicembre 2022 l'indice digitale era pari al 52,5% in incremento rispetto ad un dato a dicembre 2021 del 44,5%: più di una polizza ogni due era trattata digitalmente. Se F.E.A. e QT da Remoto pesavano il 50,4%, il restante 2,1% era rappresentato dagli incassi da APP gestiti in autonomia dai Clienti. 3360 titoli gestiti in autonomia dalla nostra clientela: si è formato un nuovo punto vendita, ma digitale!
- **Richieste Clienti da app:** trattasi di richieste di contatto tramite la nuova funzionalità presente su APP / Area Riservata. Questa attività è quella che ha sicuramente avuto il più grande sviluppo in termine di utilizzo Cliente: 198 richieste ricevute nel 2020, 827 a dicembre 2022. +471% in soli due anni e, verosimilmente, destinata sempre più a crescere.
- **Multicanalità preventivi:** nuovi preventivi R.C. Auto resi consultabili ed acquistabili in autonomia tramite APP/Area Riservata. La percentuale di attivazione è cresciuta nel biennio mediamente sempre oltre al 50% (picco massimo 75,4% a marzo 2022). La grossa novità però non sta nella percentuale di attivazione ma nella Conversion Rate: il 36% dei preventivi multicanalizzati diventano polizze contro il 30% dei preventivi tradizionali.
- **Contattabilità:** nel 2022 il numero di clienti attivi con almeno un dato di contatto (cellulare e/o mail) e Privacy aggiornata risulta essere pari all'82,6%.

Una importante novità introdotta da UnipolSai ad inizio 2022 che ha avuto fin da subito un forte impatto all'interno dell'attività commerciale è la **Vendita Omnicanale** dei prodotti Pet, Viaggi e, da agosto, Abitazione. La novità del processo è la totale autonomia del Cliente in fase di consultazione delle garanzie del prodotto, definizione di un preventivo fino all'acquisto e il pagamento della polizza.

Nel primo anno di vita, 1096 clienti hanno prodotto una quotazione, il 22% ha acquistato un contratto (in autonomia o avvalendosi poi di un punto vendita) producendo 237 polizze che rappresentano il **15% delle vendite** dell'intera rete commerciale dei prodotti in perimetro.

La Vendita Omnicanale ha permesso dunque di avere una **nuova esperienza di acquisto** da parte dei Clienti, un importante bacino di preventivazione da gestire da parte dei punti vendita ma soprattutto ha mostrato una forte attrattività per una nuova fascia di Clienti: tra i 1096 contatti oltre il 40% sono clienti prospect che fino a ieri non conoscevano il mondo Assicoop!

5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia

[GRI 3-3]

La base del successo e del riconoscimento della professionalità delle Assicoop è la continua ricerca di soluzioni che rispondono all'esigenza di tutela, servizio e soddisfazione dei bisogni delle persone che hanno dato e daranno fiducia all'Azienda.

In costante sinergia con i Piani strategici di Compagnia e con un articolato e funzionale presidio del territorio, la Rete distributiva opera su strategici fattori di distintività:

- Alto livello di specializzazione e personalizzazione della consulenza;
- Innovazione tecnologica a supporto dell'attività professionale;
- Estensione della specializzazione a nuovi settori ed esigenze della Clientela (Beyond Insurance).

Specializzazione della rete di vendita

Nel corso del biennio in esame prosegue la convinta adesione ai processi di Specializzazione della Rete di Vendita previsti dalla Compagnia con l'obiettivo di adeguare e migliorare le competenze delle risorse attive in agenzia, attraverso percorsi formativi in grado di fornire livelli di specializzazione ben identificabili.

A tal proposito, proseguono e si approfondiscono e sviluppano in step successivi i 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.

Particolarmente rilevante è stato in questi anni il processo di collaborazione, supporto e sinergia con il Coordinamento Commerciale di Compagnia, al fine di coinvolgere la Rete distributiva in un processo di pianificazione commerciale e di servizio attraverso strumenti e presidi volti alla diminuzione del time-to-market, alla predisposizione di un'offerta maggiormente rispondente alle mutevoli esigenze della clientela e alla piena capacità delle Rete di rispondere a tali esigenze. Costante l'attenzione ai nuovi **strumenti digitali** a supporto dell'attività, elemento distintivo del Gruppo. Il presidio e la diffusione nella rete distributiva degli strumenti innovativi messi a disposizione dalla Compagnia è obiettivo strategico, attuato con un costante processo di efficientamento a supporto delle attività gestionali e commerciali secondo le aspettative della clientela, per progredire verso una piena interoperabilità fisico-remota.

Nuovi percorsi di specializzazione sono stati avviati per supportare le competenze e consapevolezza tecniche e commerciali della rete in ambito **Beyond insurance**. Oltre al core assicurativo, obiettivo è l'implementazione di risorse e strumenti per diventare il punto di riferimento non solo assicurativo per i bisogni di mobilità privata, di welfare e property, offrendo ai Clienti un ecosistema di competenze e opportunità.

6 Sostegno e collaborazione per il territorio

6.1 Relazione con la comunità

[GRI 3-3, 2-6]

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 65.000 clienti, che hanno già scelto di assicurarsi con Assicoop Bologna Metropolitana, testimoniano il valore del radicamento 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 strutture, progetti e manifestazioni di carattere sociale e sanitario, culturale, artistico e sportivo, per garantire assistenza, integrazione e socialità.

Crescente l'impegno per destinare risorse a progetti ambientali e di sostenibilità.

Alcuni interventi di sostegno nel Territorio:

In ambito Sostenibilità

- Il **progetto "Utile"** in partnership con DISMECO, finalizzato alla sperimentazione di nuove modalità di raccolta, ecocompatibili e virtuose, dei RAEE presenti all'interno delle stazioni ecologiche e alla creazione di linee di preparazione per il loro riutilizzo. Iniziativa unica a livello europeo, importante per consentire il reinserimento dei prodotti di scarto nella catena del valore e per intercettare e contrastare efficacemente il rischio di inquinamento per abbandono di rifiuti nell'ambiente. "Utile" è stato sviluppato in collaborazione con HERA, Aires-Confcommercio (Unieuro), CNA, Università di Bologna e con il coinvolgimento di alcune cooperative sociali. Il progetto è stato inoltre identificato come caso di studio internazionale nell'ambito del congresso annuale "Symposium on urban mining and circular economy" (SUM) del 2020.
- 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.
- 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.

In ambito culturale

- Rinnovato il supporto a manifestazioni di carattere artistico, tra cui al **Teatro Arena del Sole** ed al **Teatro Testoni Ragazzi**, due istituzioni culturali di altissimo livello ed importanza nel circondario bolognese.

In ambito sportivo e ricreativo

- Dopo un anno di forzato stop per ragioni sanitarie, è ripreso il sostegno alla **“Granfondo 10 Colli - Gran Premio Assicoop”** la grande corsa ciclistica del Circolo Dozza Tper, appuntamento bolognese di rinomanza internazionale; ma anche e soprattutto il sostegno a favore di realtà dell’associazionismo sportivo di base, di minori dimensioni, ma di grande valore per piccole realtà territoriali (bocciofile, polisportive, manifestazioni agonistiche).

In ambito socio-sanitario

- 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.

Complessivamente sono oltre 100 le iniziative annue in cui Assicoop Bologna Metropolitana offre il proprio sostegno e partnership.

Nel 2022 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di circa € 29.000. In particolare, è stato deliberato un contributo per le popolazioni ucraine, oggetto di enormi sofferenze e privazioni a causa del conflitto.

Mentre, nello stesso periodo, l’investimento in attività di sponsorizzazione è stato di circa € 211.000, in incremento rispetto agli anni precedenti, anche per la ripresa di iniziative dopo la pausa pandemica.

[GRI 203-1]

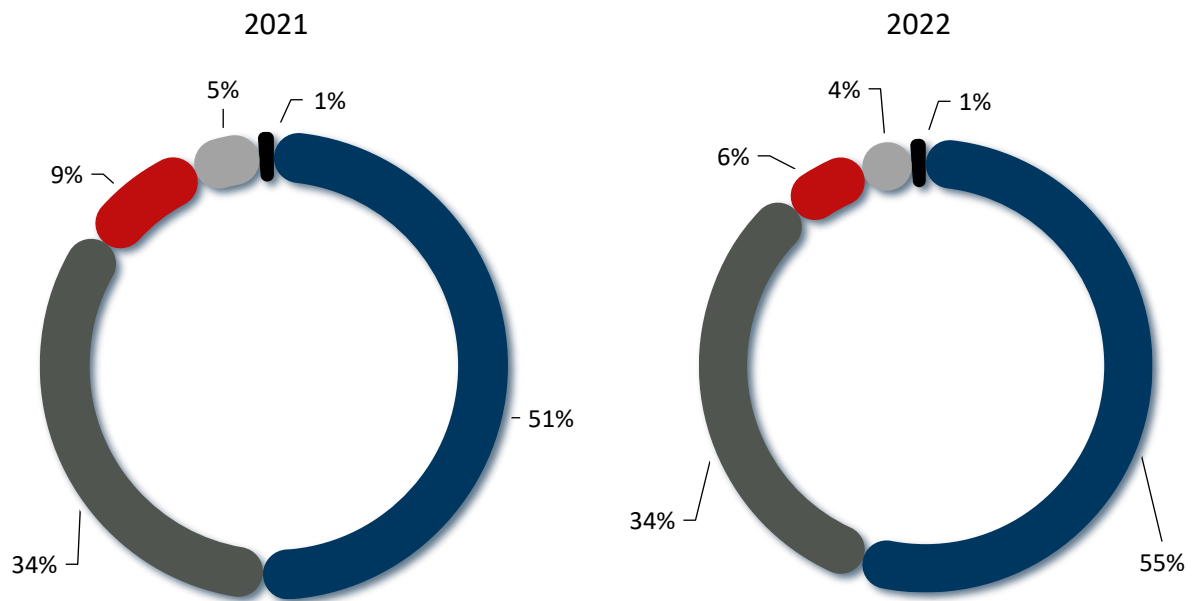
Investimenti nella comunità		
	2021	2022
Totale	248.571 €	240.297 €
Liberalità	18.922 €	29.025 €
Sponsorizzazioni	229.648 €	211.272 €

[GRI 201-1]

Assicoop Bologna Metropolitana si impegna inoltre a generare valore per i propri stakeholder. Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata da 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. 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 2022 ammonta a € **20.013.009** (20,9 mln nel 2021). Di seguito è presentata la disaggregazione dal dato relativo al valore distribuito, che ammonta a € 18.934.220 (circa 19,8 mln nel 2021). Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a € 1.078.789 (1,1 mln nel 2021).

Valore economico distribuito



- Costi operativi
- Retribuzioni e benefit verso i dipendenti
- Remunerazione fornitori di capitale
- Pagamenti verso la Pubblica amministrazione
- Investimenti verso la comunità

6.2 I partner per la creazione di valore

[GRI 2-6]

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 2022 Assicoop Bologna Metropolitana ha in attivo la collaborazione con **39 maggiori fornitori** che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche ed impianti tecnologici. Ogni anno i fornitori a contratto vengono valutati sulla base di elementi prestabiliti (qualità del servizio, puntualità nella risposta, rapporto qualità/prezzo, conformità del servizio/bene, sostenibilità); anche in base a tali risultati ne viene deciso o meno il rinnovo degli accordi contrattuali per gli anni a venire.

I partner per la creazione di valore		
	2021	2022
Fornitura di utenze	5	5
Servizi di pulizia	2	2
Servizi postali e telefonici	3	3
Locazione e apparecchiature	25	27
Cancelleria, stampanti ed altro	2	2

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.

7 L'attenzione all'ambiente

7.1 Tutela dell'ambiente

[GRI 3-3]

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.

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. Nel 2022 **tutta la carta acquistata da Assicoop è riciclata**. In tutte le agenzie e sedi di Assicoop in accordo con le normative comunali si effettua la raccolta differenziata con un importante e crescente contributo di tutto il personale. È attiva da anni la raccolta dei toner esausti attraverso accordi con la società fornitrice del materiale attraverso UnipolSai.

Sono stati installati erogatori di acqua allacciati alla rete idrica nella sede di Bologna in via del Gomito e di Imola in via Bentivoglio, per incentivare l'utilizzo dell'acqua pubblica e delle borracce/bottiglie di vetro negli uffici e contestualmente evitare la produzione di rifiuti in plastica e il consumo di prodotti monouso.

7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali

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 biennio 2021-2022 riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

[GRI 301-1]

Principali materiali consumati		
	2021	2022
Totale carta utilizzata	28.369 kg	25.375 kg
- di cui carta riciclata	96%	100%
Toner e cartucce (pezzi acquistati)	92	9
Toner e cartucce (valore dell'acquisto)	7.896 €	1.670 €

I dati relativi al consumo di energia nell'anno 2022 sono in flessione rispetto al 2020 e 2021. Nel 2022 si è rilevato un pesante incremento dei costi energetici e, nello specifico per l'attività di Assicoop, soprattutto per l'approvvigionamento dell'energia elettrica necessaria per riscaldare ed illuminare i luoghi di lavoro. Costante l'impegno a monitorare l'evolversi del mercato dell'energia elettrica e dei suoi prezzi con focus sui consumi di tutte le nostre unità produttive e su possibili soluzioni sostenibili.

Tutti i lavoratori sono stati sensibilizzati ad una maggior attenzione verso lo spreco, contemporaneamente è stata richiesta al manutentore di fiducia di verificare i timer di tutti i sistemi di riscaldamento/raffrescamento ottimizzando gli orari di accensione e spegnimento.

[GRI 302-1]

Consumo totale di energia (GJ)¹⁰		
	2021	2022
Totale energia consumata	1.719	1.608
Gas naturale	7	6
Energia elettrica acquistata	1.565	1.449
- di cui da fonti non rinnovabili	1.565	1.449
- di cui da fonti rinnovabili	-	-
Auto aziendali a benzina	55	62
Auto aziendali a gasolio	93	90

Il dato dei consumi di energia non tiene conto sin dal 2017 dei consumi relativi alla sede di via del Gomito (sede legale di Assicoop) in quanto l'immobile è di proprietà di UnipolSai e, perciò, le utenze non sono intestate ad Assicoop Bologna Metropolitana.

[GRI 302-3]

Intensità energetica		
	2021	2022
Intensità energetica per mq (GJ/mq)	0,58	0,54
Intensità energetica per dipendente (GJ/dip.)	12,46	11,7

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, importata e consumata all'interno dell'organizzazione.

¹⁰ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Emissioni di Scope 1 e 2 (tCO₂eq.)¹¹		
	2021	2022
Scope 1	12,21	12,53
Scope 2 (location-based)	113,6	105,2

¹¹ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Indice dei contenuti GRI Assicoop Bologna Metropolitana

Dichiarazione d'uso	Assicoop Bologna Metropolitana ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2021 – 31 Dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	UBICAZIONE/NOTE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Compagine sociale
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Compagine sociale 6.1 Relazione con la comunità 6.2 I partner per la creazione del valore
	2-7 Dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop 4.3 Qualità della vita in azienda
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.2 Le cariche sociali
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 La governance di Assicoop Bologna Metropolitana
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	2.1 La governance di Assicoop Bologna Metropolitana
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione del tema materiale	2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale
		3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale
		4.2 Valorizzazione dei collaboratori
		4.3 Qualità della vita in azienda
		4.4 Formazione e sviluppo professionale
		5.1 Qualità del servizio
		5.2 Innovazione del modello di servizio
		5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia
		6.1 Relazione con la comunità
		7.1 Tutela dell'ambiente
GRI 201: Performance Economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.1 Relazione con la comunità
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	6.1 Relazione con la comunità

GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.3 Qualità della vita in azienda
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.5 Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
GRI 404: Formazione ed istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.4 Formazione e sviluppo professionale
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	4.4 Formazione e sviluppo professionale
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.2 Le cariche sociali 4.2 Valorizzazione dei collaboratori

Assicoop Emilia Nord

Bilancio di Sostenibilità

2021-2022



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 biennio 2021-2022, 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.

1 Identità e storia

1.1 Compagine sociale

[GRI 2-1]

Assicoop Emila Nord S.r.l. è una società per azioni a titolarità privata che opera in Italia con sede legale a Parma in Viale Mentana, 45 e sede operativa a Reggio Emilia in Via M. Ruini n.8.

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

Struttura dell'azionariato: quote detenute da ciascun azionista

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%

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 APACOOOP scrl.

Dagli anni '90 agli anni 2000

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

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

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.

Uno sguardo verso gli orizzonti futuri

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.

Nel 2022, sempre in ottica di ampliamento della propria rete vendita, Assicoop Emilia Nord ha preso parte al progetto di Compagnia “JoinUs” il quale ha offerto il vantaggio di arricchirsi di nuovi consulenti assicurativi con la loro esperienza, il loro target Clienti di riferimento e il loro portafoglio presidiando maggiormente il territorio della Val D’Enza con l’apertura di un nuovo Punto Vendita situato a Montecchio Emilia.

EVOLUZIONE E ASSETTO ORGANIZZATIVO 2021/2022

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.

Nel 2021 è stato creato il **Comitato Commerciale**, un team di colleghi esperti in campo tecnico, responsabili di reti commerciali e pianificazione che si incontra con cadenza prefissata e che con visione generale, attraverso idee e scelte strategiche, guida l’azienda verso gli obiettivi comuni.

È stata attuata una revisione delle logiche di governo delle agenzie, valorizzando maggiormente la figura del Responsabile di Agenzia attraverso un percorso professionale manageriale creato ad hoc. Questo ha permesso di diffondere nuovi efficaci metodi di pianificazione e presidio delle attività sostenendo altresì lo sviluppo e la specializzazione delle figure specialistiche presenti nel punto vendita come i Family Welfare Specialist e i Business Specialist.

Nell’ambito dell’innovazione tecnologica, in forte accelerazione post pandemica, Assicoop Emilia Nord ha messo in atto un percorso di trasformazione digitale che si prefigge l’obiettivo di aiutare la Rete Commerciale a cambiare i propri comportamenti adeguandoli alle esigenze di un sempre maggior numero di clienti digitalmente evoluti, mobili e sensibili alla sostenibilità.

La riorganizzazione ha portato coesione tra colleghi nei punti vendita e notevoli miglioramenti qualitativi e quantitativi su tutti i comparti consentendo il costante raggiungimento degli obiettivi produttivi e commerciali assegnati dalla Mandante.

2 Governance e cariche sociali

2.1 La governance di Assicoop Emilia Nord

La mission di Assicoop è la creazione di valore per tutti i soggetti direttamente coinvolti nelle attività sociali: azionisti/soci, clienti e dipendenti. Tale obiettivo è perseguito attraverso l'offerta di beni, servizi e soluzioni che Assicoop ritiene essere in linea con le esigenze del mercato.

La struttura di governo societario è articolata su un modello organizzativo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- Assemblea degli azionisti/soci, organo che rappresenta l'interesse della generalità della compagine sociale e che ha il compito di prendere le decisioni più rilevanti per la vita della società, nominando il consiglio di amministrazione, approvando il bilancio e modificando lo statuto;
- Consiglio di Amministrazione, che opera per il tramite degli amministratori delegati;
- Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale. Ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi e detiene, entro l'ambito dell'oggetto sociale, tutti i poteri che per legge o per Statuto non siano espressamente riservati all'assemblea e ciò al fine di provvedere all'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

[GRI 2-14, 2-17]

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato da una sessione riunita dei Consigli di Amministrazione delle Assicoop.

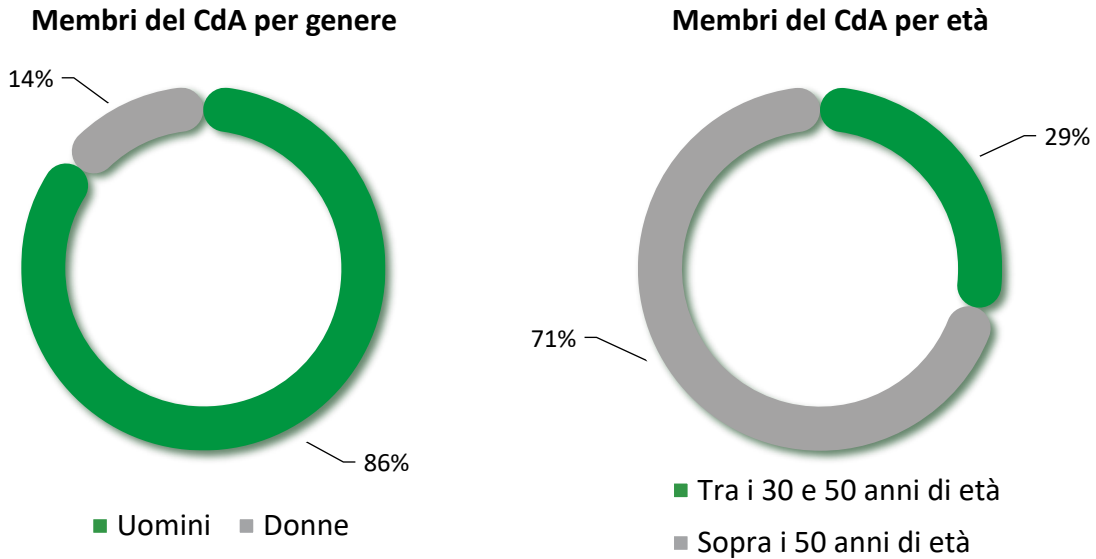
Al fine di promuovere le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza relative allo sviluppo sostenibile tra i membri del Consiglio di Amministrazione, a partire dal 2023, i membri del Consiglio di Amministrazione di Assicoop parteciperanno a sessioni di formazione dedicate alle tematiche della sostenibilità e al quadro normativo ESG.

2.2 Le cariche sociali

[GRI 2-9, 2-11, 405-1]

Il Consiglio di Amministrazione, noto come CdA, è composto da 7 membri rappresentativi della compagine societaria. In conformità allo Statuto, questi membri includono un Presidente, un Vicepresidente e un Amministratore Delegato. Il Presidente assume il ruolo di rappresentante legale, il Vicepresidente agisce in sua vece in caso di assenza o impedimento e l'Amministratore Delegato è investito dei poteri di rappresentanza aziendale. Non sono previsti comitati all'interno del Consiglio di Amministrazione. Il Collegio Sindacale svolge un ruolo di vigilanza per garantire il rispetto della legge, dello Statuto sociale e dei principi di corretta amministrazione.

Il mandato dei membri del CdA ha una durata di tre anni. Dei sette membri, tre sono esecutivi e quattro sono non esecutivi. Inoltre, sei membri sono di genere maschile e uno di genere femminile; in termini di età, due hanno un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre gli altri cinque hanno un'età superiore ai 50 anni. I membri del CdA agiscono come rappresentanti dei Soci di Assicoop.



La composizione del CdA e del Collegio Sindacale è rappresentata nella tabella seguente.



[GRI 2-10]

Al termine del mandato del CdA, i soci rappresentanti della società presentano le candidature per i nuovi membri del Consiglio di Amministrazione. Durante l'ultima assemblea, dopo l'approvazione del bilancio, vengono annunciati i nuovi candidati, il nuovo CdA viene nominato, e durante la prima riunione esso elegge il Presidente, il Vicepresidente e l'Amministratore Delegato, assegnando anche incarichi e

retribuzioni. La nomina degli amministratori avviene direttamente durante l'Assemblea dei Soci, basandosi sulle proposte dei candidati presentate dai soci.

2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale

[GRI 3-3]

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.

3 Performance economica

3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale

[GRI 3-3]

Per fornire un quadro completo circa l'entità delle performance realizzate da Assicoop Emilia Nord per il biennio di riferimento, si presentano alcuni importanti indicatori economici seguiti dall'analisi dettagliata dei risultati ottenuti nel comparto assicurativo. E' importante evidenziare che la ristrutturazione intrapresa nell'anno 2020 e messa a punto nel 2021, riguardante la revisione del modello organizzativo e l'efficientamento dell'attività caratteristica, ha consentito ad Assicoop Emilia Nord di conseguire una migliore efficacia distributiva, con impatto positivo sulla crescita e sul risultato economico rispetto agli esercizi precedenti.

In particolare, la specializzazione per Canali Distributivi, gli investimenti in formazione di dipendenti e collaboratori e l'adozione di metodi innovativi di pianificazione commerciale hanno consentito di raggiungere stabilmente gli obiettivi commerciali assegnati dalla Mandante e, conseguentemente, di ottenere un utile di esercizio di grande qualità rispetto agli ultimi due anni. Assicoop Emilia Nord continua a mantenere una buona capacità di generare redditività e di mantenere un elevato livello di sostenibilità economica del business.

Performance economica			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Incassi netti	137.241.221 €	134.963.404 €	-1,66 %
Provvigioni attive	15.282.553 €	16.235.274 €	6,23 %
Ricavi vendite/prestazioni	19.910.486 €	20.855.486 €	4,75 %
Totale costi diretti	14.026.786 €	14.345.704 €	2,27 %
Margine lordo	5.850.858 €	6.478.884 €	10,73 %
Totale spese generali	3.505.134 €	3.907.315 €	11,47 %
Reddito operativo	2.345.724 €	2.571.569 €	9,63 %
Risultato d'esercizio	1.821.230 €	1.912.901 €	5,03 %

3.2 Il comparto assicurativo

Raccolta premi Assicoop Emilia Nord – Auto/ Rami elementari / Vita			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Auto	45.604.068 €	48.266.487 €	5,84%
Rami elementari	41.049.418 €	42.471.226 €	3,46%
Vita	50.587.734 €	44.225.691 €	-12,58%
Vita (nuova produzione)	32.027.034 €	36.289.273 €	13,31%

Assicoop Emilia Nord ha perseguito nel biennio gli obiettivi di maggiore redditività e minore volatilità del portafoglio. Tali obiettivi sono stati realizzati su due direttrici: per linee interne, attraverso l'adozione di metodologie di pianificazione commerciale e l'attivazione di percorsi specifici professionalizzanti, per linee esterne attraverso l'acquisizione di portafogli assicurativi dalla Mandante. Questo ha permesso il rafforzamento della presenza territoriale, la crescita sul comparto Rami Elementari, la ricerca di stabilizzazione del comparto Auto e una riqualificazione quali-quantitativa del comparto Vita.

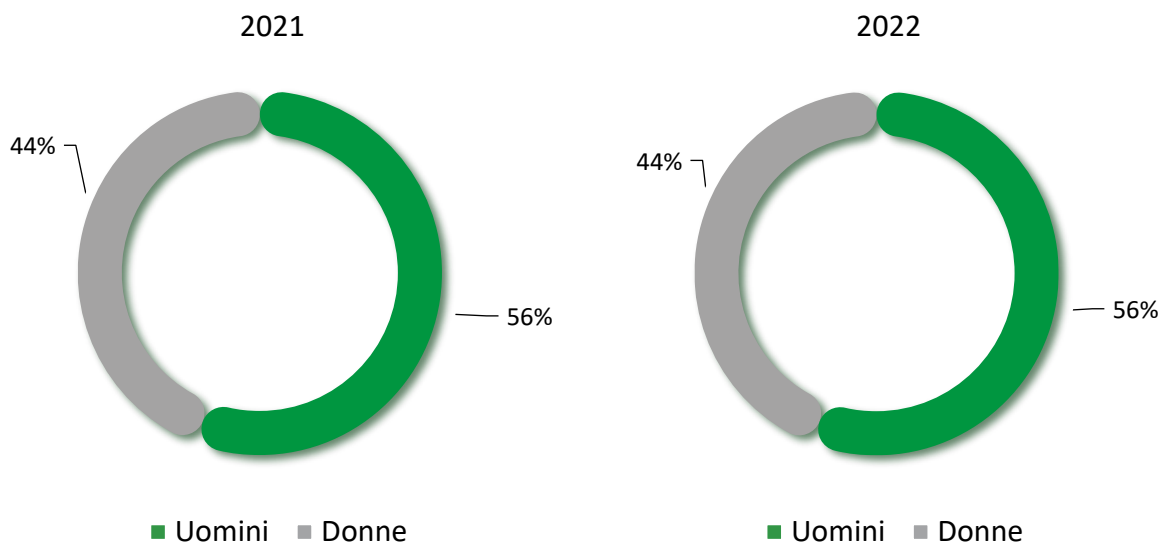
Raccolta premi Assicoop Emilia Nord - Retail/corporate			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Retail	97.357.990 €	98.575.556 €	1,25%
Corporate	39.883.230 €	36.387.849 €	-8,76%

I clienti e il portafoglio

Nel 2022 si è verificata una riduzione dei clienti persone fisiche che raggiungono 76.149 nel 2022; resta sostanzialmente invariato il numero di clienti partite IVA che intrattengono rapporti con Assicoop, che si attesta a 10.406 nel 2021 e 10.039 nel 2022.

Tipologia della clientela (persone fisiche) - Scorporazione per classi d'età		
	2021	2022
Totale	77.614	76.149
- di cui sotto i 30 anni	2.285	2.855
- di cui tra i 30 e 50 anni	20.644	20.698
- di cui sopra i 50 anni	54.685	52.596

Tipologia della clientela (persone fisiche) – scorporazione per genere



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

Indice di Cross selling		
	2021	2022
Indice di Cross selling	2,1	2,11

4 Le persone, la nostra risorsa

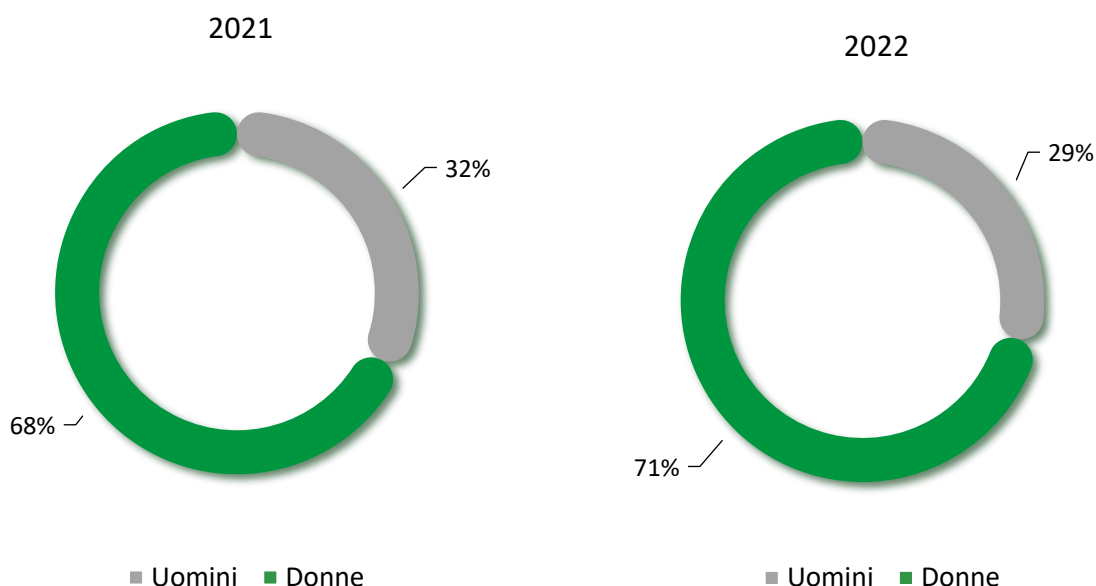
4.1 Le persone di Assicoop

[GRI 2-7, 2-8]

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 2022 le persone impiegate in Assicoop Emilia Nord sono state 268, di cui 179 dipendenti (127 donne, 52 uomini) e 89 collaboratori in libera professione.

Le risorse umane di Assicoop Emilia Nord 2021-2022			
	Dipendenti	Collaboratori in libera professione	Totale
2021	168	87	255
2022	179	89	268

Dipendenti di Assicoop Emilia Nord per genere



La figura più comune tra i collaboratori in libera professione è il subagente, il cui rapporto contrattuale con l'azienda è formalizzato attraverso un Mandato di Subagente. In questa categoria rientrano anche i collaboratori dei subagenti. La principale responsabilità del subagente è la raccolta di proposte assicurative nei rami gestiti da UnipolSai Assicurazioni S.p.A. o da altre società affiliate al Gruppo UnipolSai, le quali sono rappresentate dall'Agenzia Assicoop Emilia Nord. Questa attività deve essere svolta in piena conformità e nel rispetto delle disposizioni tecniche, amministrative, tariffarie e assuntive stabilite sia dall'Agenzia che da UnipolSai Assicurazioni S.p.A.

4.2 Valorizzazione dei collaboratori

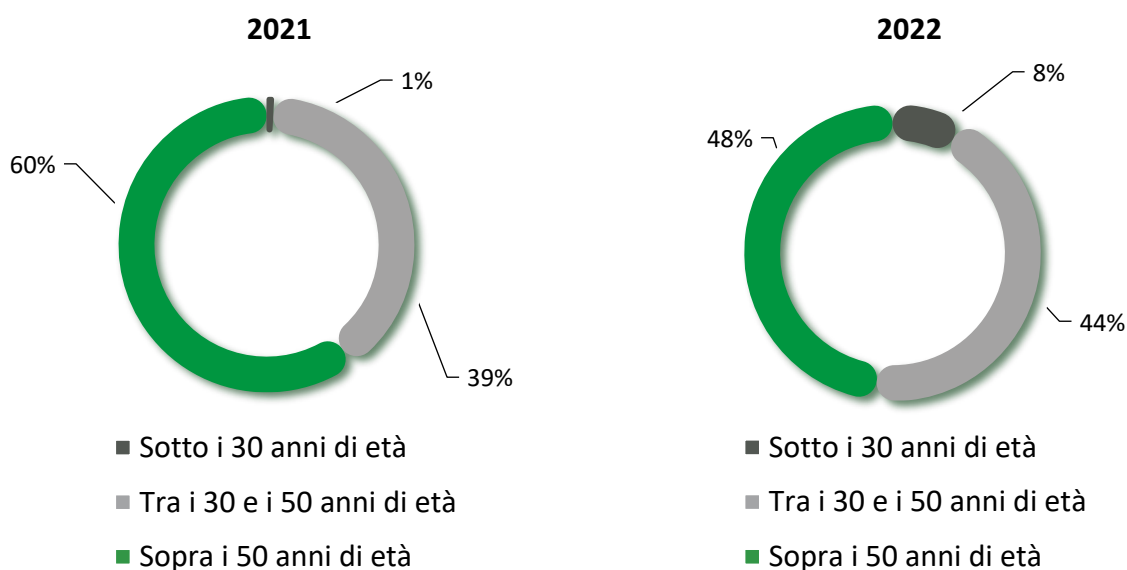
[GRI 2-30, 3-3, 405-1]

Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2022 l'insieme del personale di Assicoop Emilia Nord è composto da 4 dirigenti (4 uomini), 10 quadri (5 uomini e 5 donne) e 165 impiegati (47 uomini e 118 donne). La composizione dei dipendenti non ha riguardato importanti cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2021-2022). Quanto alla suddivisione per genere, le donne presenti in azienda rappresentano il 69% dei dipendenti. Nel corso del 2022 i dipendenti appartenenti alle categorie protette¹² sono pari a 11 (1 uomo e 10 donne).

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	53	115	168
- di cui dirigenti	4	-	4
- di cui quadri	6	4	10
- di cui impiegati	43	111	154
Totale dipendenti 2022	52	127	179
- di cui dirigenti	4	-	4
- di cui quadri	5	4	9
- di cui impiegati	43	123	166

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fasce di età, il 44% di questi (79 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 48% (86 persone) ha più di 50 anni e l'8% (14 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

Dipendenti di Assicoop Emilia Nord per fasce d'età



¹² 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).

4.3 Qualità della vita in azienda

[GRI 3-3]

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 (165) 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 21% dei dipendenti ha un contratto part-time.

[GRI 2-7]

Totale dipendenti per tipo di contratto e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	53	115	168
- di cui a tempo indeterminato	50	112	162
- di cui a tempo determinato	3	3	6
- di cui a tempo pieno	52	79	131
- di cui a tempo parziale	1	36	37
Totale dipendenti 2022	52	127	179
- di cui a tempo indeterminato	49	116	165
- di cui a tempo determinato	3	11	14
- di cui a tempo pieno	52	90	142
- di cui a tempo parziale	-	37	37

Nel 2022 Assicoop Emilia Nord ha assunto 12 nuove persone, di cui 5 di età inferiore ai 30 anni e 7 tra i 30 e i 50 anni.

[GRI 401-1]

Dipendenti assunti e cessati per età e genere 2021 e 2022		
	2021	2022
Totale dipendenti assunti	7	12
Sotto i 30 anni	3	5
- di cui uomini	-	-
- di cui donne	3	5
Tra i 30 e 50 anni	4	7
- di cui uomini	-	4
- di cui donne	4	3
Sopra i 50 anni	-	-
- di cui uomini	-	-
- di cui donne	-	-
Totale dipendenti cessati	9	16

Sotto i 30 anni	3	3
- di cui uomini	2	-
- di cui donne	1	3
Tra i 30 e 50 anni	-	3
- di cui uomini	-	1
- di cui donne	-	2
Sopra i 50 anni	6	10
- di cui uomini	3	3
- di cui donne	3	7

Un altro aspetto rilevante in termini di stabilità legata alla gestione del personale è rappresentato dal tasso di turnover che si attesta al -1,2% nel 2021 e al -2,2% nel 2022 non influenzando quindi la continuità produttiva e la stabilità organizzativa.

Turnover dei dipendenti per età e genere 2021 e 2022¹³		
	2021	2022
Tasso di assunzione per genere	4,2%	6,7%
- uomini	0,0%	7,7%
- donne	6,1%	6,3%
Tasso di cessazioni per genere	5,4%	8,9%
- uomini	9,4%	7,7%
- donne	3,5%	9,4%
Tasso di turnover per genere	-1,2%	-2,2%
- uomini	-9,4%	0,0%
- donne	2,6%	-3,1%
Tasso di assunzione per fasce d'età	4,2%	6,7%
- sotto i 30 anni di età	27,3%	31,3%
- tra i 30 e 50 anni di età	5,9%	9,1%
- sopra i 50 anni di età	0,0%	0,0%
Tasso di cessazioni per fasce d'età	5,4%	8,9%
- sotto i 30 anni di età	27,3%	18,8%
- tra i 30 e 50 anni di età	0,0%	3,9%
- sopra i 50 anni di età	6,7%	11,6%
Tasso di turnover per fasce d'età	-1,2%	-2,2%
- sotto i 30 anni di età	0,0%	12,5%
- tra i 30 e 50 anni di età	5,9%	5,2%
- sopra i 50 anni di età	-6,7%	-11,6%

¹³ Le percentuali del tasso di assunzione e cessazione riportate all'interno della tabella sono il risultato del rapporto con il numero totale di dipendenti suddivisi per genere e fasce d'età al 31 dicembre. Le percentuali del tasso di turnover sono il risultato del rapporto tra la somma dei dipendenti entrati e usciti con il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

Inoltre, l'attenzione al personale passa anche attraverso l'attuazione di una politica di welfare.

Nel 2021 l'azienda ha erogato € 1.000 di bonus ai dipendenti a titolo di ringraziamento per la dedizione e l'impegno profuso nonostante l'emergenza Sanitaria.

Nel 2022 l'attenzione ai dipendenti è stata ancora più marcata in quanto la contrattazione di secondo livello tra Azienda e Rappresentanza Sindacale ha previsto agevolazioni economiche in aumento per tutti i dipendenti, come ad esempio il buono pasto e la messa a terra della piattaforma welfare, la quale ha permesso ai dipendenti di ottenere tanti servizi dedicati alla persona e alla famiglia detassati, oltre ad una maggiorazione economica del premio di risultato.

4.4 Formazione e sviluppo professionale

[GRI 3-3]

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.

Le ore di formazione ai fini IVASS svolte nel 2022 sono state pari a 5.515 per i dipendenti e 3.110 per i collaboratori, per un totale di 8.625 ore (rispettivamente 5.499 e 3.342 per un totale di 8.841 ore nel 2021).

[GRI 404-1]

Ore medie di formazione ai dipendenti per genere		
	2021	2022
Ore totali di formazione	5.499	5.515
- ai dipendenti uomini	1.780	1.635
- ai dipendenti donne	3.719	3.880
Ore medie di formazione per dipendente¹⁴	33	31
Ore medie di formazione uomini	34	31
Ore medie di formazione donne	32	31

¹⁴ Il numero medio di ore di formazione per dipendente è il risultato del rapporto tra il numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti e il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

Ore medie di formazione ai dipendenti per categoria di inquadramento		
	2021	2022
Ore totali di formazione	5.499	5.515
- Dirigenti	131	96
- Quadri	250	285
- Impiegati	5.118	5.134
Ore medie di formazione per dipendente	33	31
Ore medie di formazione dirigenti	33	24
Ore medie di formazione quadri	25	36
Ore medie di formazione impiegati	33	31

[GRI 404-2]

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. Inoltre, ha anche valorizzato la figura del Responsabile di Agenzia, ruolo strategico per Assicoop Emilia Nord, partendo proprio dalla sua denominazione: si è passati da «capo d'ufficio», a cui erano riconosciute competenze direttamente legate all'attività commerciale e territoriale, al «Responsabile di Agenzia», a cui si è richiesto uno spostamento verso la duplice funzione di gestore di risorse e di organizzazione delle attività d'agenzia. L'introduzione di nuovi strumenti di pianificazione commerciale, inoltre, ha previsto per i responsabili nuove competenze in termini di programmazione, monitoraggio e controllo delle attività delle proprie risorse.

In sintesi, l'esigenza è stata quella di dotare i «Responsabili di Agenzia» delle competenze necessarie per coordinare e gestire le risorse e le attività di agenzia, nonché di potenziare lo spirito di gruppo e di avviare la messa in condivisione di buone pratiche.

I programmi formativi, volti ad implementare e rafforzare le competenze delle risorse di Assicoop Emilia Nord, vengono elaborati seguendo l'analisi del fabbisogno formativo in cui si evidenziano le carenze dei vari soggetti e, in condivisione sia con i componenti del Comitato Commerciale che con la Direzione di Compagnia, vengono attuati cicli formativi costanti volti ad implementare e rafforzare le loro competenze sui vari settori aziendali.

Sono stati previsti ed erogati, in continuità con il biennio passato, corsi Specialistici per la famiglia (Family Welfare) e per le piccole medie imprese (Business Specialist) migliorando la conoscenza non solo dei prodotti ma anche del mercato, il quale è sempre in evoluzione.

Assicoop Emilia Nord, credendo fortemente sul valore della formazione, ha progettato ed erogato un percorso di formazione anche per i non dipendenti (subagenti) cercando di ampliare le competenze tecnico-commerciali, con un percorso specifico inerente alla gestione dei rischi delle aziende.

Anche per il biennio 2021-2022 continua l'intenso programma di inserimento di nuove risorse commerciali, in prevalenza neolaureati, iniziato nel 2018, per garantire una sempre maggiore competenza digitale e tecnica della Rete di Vendita e un passaggio generazionale della forza vendita.

PROGETTO CHANGE MANAGEMENT

Sempre nell'anno 2022, Assicoop Emilia Nord ha proseguito il progetto denominato "Change Management" il cui obiettivo è stato quello di aiutare la Rete Commerciale ad approcciarsi a nuovi comportamenti sia in termini di sostenibilità ambientale che di fluidità nell'utilizzo delle nuove tecnologie messe a disposizione dalla Mandante.

L'utilizzo delle nuove tecnologie ha permesso, non solo al mondo retail ma anche alla realtà back office, di sperimentare un nuovo processo di gestione remota del pagamento delle polizze tramite bonifico il quale, a sua volta, ha permesso di consolidare una nuova modalità lavorativa che guarda all'Omnicanalità. Tale processo di evoluzione digitale ha comportato una costante e continua formazione per tutto il personale, il quale si è sempre più orientato a soddisfare il bisogno del cliente passando dal tradizionale contatto telefonico ad un contatto digitale, da ciò deriva l'aumento dell'indice di contattabilità, driver importante per la Compagnia.

PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha consolidato l'esperienza del 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.

Attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati 4 neo-consulenti assicurativi (3 nel 2021), 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 sono i protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua, alternando formazione in aula e sperimentazione direttamente sul campo. I neo-consulenti, frequentando le Agenzie, hanno avuto modo di toccare con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come il mondo Assicoop.

4.5 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 (RSPP) 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.

[GRI 403-1]

Il sistema di gestione della Sicurezza e Salute sul lavoro, che si avvale della collaborazione di valenti professionisti del settore, è stato attivato ed implementato a partire dal 1995, ed è implementato nel rispetto delle normative, ma anche dalle peculiarità di Assicoop e della valutazione presente nei DVR (Documento di Valutazione dei Rischi). Il Servizio Prevenzione Protezione e Pronto Soccorso ed il proprio responsabile, tengono monitorata in modo costante l'efficacia del sistema, in modo particolare quando intervengono fattori nuovi all'interno dei luoghi di lavoro (nuove assunzioni, implementazioni logistiche, modifiche organizzative). Vengono attivate valutazioni periodiche con il consulente esterno Alfa Solutions, per monitorare l'efficacia del sistema.

[GRI 403-2]

Nella sede sociale, in quella operativa ed in tutti punti vendita di Assicoop sono stati redatti, e costantemente aggiornati, i DVR, con la consulenza ed il coordinamento della società Alfa Solutions S.r.l. (Gruppo IREN). I DVR vengono redatti ed aggiornati tramite sopralluoghi nell'ambito dei 90 giorni successivi all'apertura del Punto Vendita (ed in base alla data di ultimo sopralluogo, quando trattasi di aggiornamento), effettuati da professionisti di Alfa Solutions, per verificare la presenza di eventuali pericoli sul lavoro, con particolare attenzione al rischio elettrico ed al rischio incendio, oltre ad una particolare attenzione ai fattori della tutela ambientale. Il tutto per mettere in pratica azioni tese a ridurre al minimo i rischi all'interno dei luoghi di lavoro.

I rischi, dai documenti prodotti, variano tra basso rischio e/o rischio inesistente. Dopo la redazione dei DVR, il RSPP, coadiuvato dalla Segreteria Generale dell'Azienda, attiva, ove presenti, tutte le dinamiche indicate dai tecnici per eliminare qualsiasi fonte di pericolo per i lavoratori. Il tutto nel rispetto delle disposizioni ministeriali e degli Istituti.

Nell'ambito lavorativo di Assicoop, non si sono verificati, ad oggi, infortuni sul lavoro né malattie professionali, ma solo tre infortuni in itinere (nel percorso di rientro a casa dal lavoro).

L'Azienda, sia nel periodo Covid-19 che prima ed anche successivamente, è molto attenta alla salute ed alle esigenze dei lavoratori c.d. "Fragili", attivando una politica di tutela sanitaria, di smart working e di orari e tempi di lavoro, in modo da mettere nelle migliori condizioni i lavoratori e le lavoratrici. In ogni singolo Punto Vendita è presente un componente del SPP e PS che relaziona il RSPP su problematiche che potrebbero insorgere, per porre eventuali rimedi immediati, oltre alla chiamata diretta con tutte le aziende manutentrici DL.81 (Impianti elettrici ed idraulici, estintori e mezzi DPI, Alfa Solutions Ambiente, Amministratori di Condominio).

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.

Il biennio 2021-2022 ha visto una attiva collaborazione tra il Comitato Covid-19 di Assicoop e le Istituzioni preposte che ha permesso di proseguire con l'applicazione tempestiva di tutte le misure di Legge e dei conseguenti presidi anti-contagio.

[GRI 403-5]

La Società, sempre tramite convenzione con Alfa Solutions S.r.l., programma la formazione obbligatoria annuale (DL.81) per tutti i lavoratori, in base ai corsi precedentemente effettuati, alle nuove normative, ai lavoratori neoassunti o ai lavoratori con cambio mansione e/o luogo di lavoro e alle disposizioni aziendali. I corsi, finanziati con utilizzo fondi di "Foncoop" vengono tenuti da docenti privati, docenti AUSL e docenti di Alfa Solutions; le pratiche vengono, per i finanziamenti ed il controllo-tutoraggio dei corsi, seguiti da Demetra Formazione. I corsi vengono eseguiti durante l'orario di lavoro dei dipendenti. I temi trattati, oltre agli aggiornamenti normativi, riguardano principalmente il rischio elettrico, il rischio incendio, il rischio VDT (rischio lavoro al videoterminale) e la tutela dell'ambiente durante l'attività lavorativa. La formazione, per i dipendenti, è a titolo esclusivamente gratuito, sia per i componenti SPP che per i RLS ed altre figure presenti in Azienda. Alla fine di ogni corso (sia in presenza che on line), viene redatta una scheda di valutazione, sia lato utente che lato formatore, ove verificare l'efficacia del corso formativo e le specifiche applicazioni in ambito lavorativo.

5 Soluzioni innovative per la clientela

5.1 Qualità del servizio

[GRI 3-3]

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, assicurando un alto livello di qualità del servizio.

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

Grazie a questa strategia Assicoop Emilia Nord è in grado di 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.

5.2 Innovazione del modello di servizio

[GRI 3-3]

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 all'omnicanalità.

Il percorso di innovazione digitale della società si è strutturato in modo rilevante anche nel corso del biennio 2021-2022 centrando i propri obiettivi sui sistemi di **Omnicanalità** predisposti dalla **Compagnia UnipolSai** e sugli strumenti di innovazione tecnologica sviluppati internamente ad Assicoop Emilia Nord.

Cardini dell'innovazione digitale perseguiti dalla società sono:

- Evoluzione della qualità della relazione con i Clienti ed innovazione del modello di servizio;
- Efficientamento dei processi commerciali e gestionali interni;
- Promozione dello sviluppo sostenibile in linea con le direttrici strategiche contenute nel Bilancio di Sostenibilità Assicoop.

Firma Elettronica Avanzata (F.E.A.) – Statistiche 2021-2022		
	2021	2022
Adesione clienti (n.)	41.443	47.346
Adesione clienti (%)	48,1%	54,8%
Movimentazione F.E.A.	89.269	103.431
Agenzie attivate	25	25
Punti vendita attivati	60	60

L'obiettivo **Indice Digitale** (composto da un insieme di parametri comprendenti **F.E.A.**, invio di quietanze da remoto e rinnovi digitali) è stato superato nettamente e vede in particolare la **F.E.A.** attestarsi ad un **52,7%** con un incremento pari al +21% sul 2021 e +93% sul 2020, confermando un trend di crescita vigoroso. In tema di **Preventivi in Multicanalità** (preventivi rilasciati tramite App o Area Riservata con possibilità da parte del Cliente di acquistarli in autonomia) l'obiettivo assegnato è stato abbondantemente superato così come le **Richieste provenienti dai Clienti in Multicanalità** sono state gestite in **meno di 1 giorno lavorativo** registrando una capacità di attivazione del 50% inferiore al tempo atteso dall'obiettivo assegnato dalla **Compagnia UnipolSai**. Questi risultati sono particolarmente significativi per la società che si conferma un'eccellenza all'interno del proprio Canale Distributivo. Per ciò che riguarda la **Contattabilità** (le informazioni di contatto e privacy dei Clienti) è stato effettuato un ulteriore ed importante passo avanti approssimandosi all'obiettivo assegnato dalla Compagnia UnipolSai, passo importante in considerazione del fatto che la società è passata dal 69,4% al 81,3% in un solo biennio con il recupero dei dati di contattabilità di oltre 10.000 Clienti.

5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia

[GRI 3-3]

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.

Specializzazione della rete di vendita

Dal 2020, le Assicoop hanno aderito ai processi di Specializzazione della Rete di Vendita della Compagnia con l'obiettivo di creare una rete distributiva attiva in agenzia e nelle strutture Assicoop attraverso percorsi formativi omogenei e livelli di competenza ben identificabili.

I due percorsi intrapresi hanno creato, e stanno continuando a creare, figure professionali specialistiche 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 queste figure, nel corso del 2022 Assicoop Emilia Nord, per dar maggior completezza al servizio offerto al segmento aziende, ha inserito all'interno dello staff Sviluppo Commerciale Vita Banca e Noleggio a Lungo Termine, una **figura specialistica Welfare** per soddisfare le esigenze specifiche della clientela aziende proponendo soluzioni su misura dove tutte le parti coinvolte (lavoratori e aziende) ottengono un vantaggio.

Lo specialista Welfare è una figura che lavora in modo trasversale fornendo consulenze specifiche dall'evoluzione normativa alle modalità di progettazione di un piano welfare ben strutturato offrendo una visione di insieme del sistema welfare aziendale.

6 Sostegno e collaborazione per il territorio

6.1 Relazione con la comunità

[GRI 3-3, 2-6]

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

Assicoop Emilia Nord opera, attraverso **66 punti vendita**, nei territori di Reggio Emilia e Parma, in cui ha radicate e solide reti territoriali e da sempre si impegna nella promozione dello sviluppo locale attraverso iniziative sociali, culturali, artistiche e ambientali. Essendo attori attivi nella comunità, Assicoop Emilia Nord ha la sua forza nel rapporto diretto con il territorio, combinando tradizione e innovazione, e mantenendo una stretta vicinanza con i clienti grazie all'esperienza nel fornire servizi nel corso degli anni.

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 iniziative 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**.

Anche per il biennio 2021 – 2022, Assicoop Emilia Nord ha continuato 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. Inoltre, grazie all'uscita graduale dall'emergenza Sanitaria, Assicoop Emilia Nord ha ripreso le relazioni sociali e professionali organizzando e sostenendo iniziative socioculturali, sanitarie, sportive e ricreative sul territorio.

In ambito culturale

Assicoop Emilia Nord si è resa protagonista rimanendo al fianco di ASVIS, l'Associazione per lo sviluppo sostenibile. Questa Associazione organizza il Festival dello Sviluppo Sostenibile, il quale è una delle più grandi iniziative italiane per sensibilizzare e mobilitare imprese, associazioni, istituzioni, cittadini e giovani generazioni sui temi della sostenibilità economica, sociale e ambientale. Tali tematiche sono sposate anche da Assicoop Emilia Nord, la quale crede ed investe per rafforzare la creazione di valore sostenendo progetti di sviluppo culturale, sociale ed imprenditoriale. In tale contesto Assicoop Emilia Nord ha sponsorizzato e supportato con attività di mentorship la realizzazione della **"Start-up weekend"**, finalizzata all'ideazione e incubazione di nuove imprese "nativamente sostenibili" e che abbiano all'interno della propria mission la diffusione e la promozione di pratiche ESG compliant.

Assicoop Emilia Nord, sempre al fianco delle Associazioni di Categoria del territorio, ha partecipato in qualità di sponsor attivo all'Assemblea Annuale **CNA Parma** "Transizione Ecologica: difficoltà e opportunità per le PMI", rinnovando l'impegno nel promuovere azioni e comportamenti necessari a garantire la protezione e la sicurezza delle aziende, imprenditori e lavoratori.

Al fianco di **CNA Reggio Emilia**, Assicoop Emilia Nord ha organizzato un Meeting di approfondimento “Il Welfare Aziendale”. L’evento ha fornito alle imprese informazioni utili per valorizzare il business aziendale e il benessere dei lavoratori con soluzioni di sicurezza e Welfare mettendo a disposizione delle imprese le competenze dei propri professionisti.

In ambito sportivo

È stata rinnovata la partnership con **Pallacanestro Reggiana** in quanto per Assicoop Emilia Nord sostenere lo sport significa promuovere valori fondamentali come lo spirito di squadra, il rispetto per le regole, la lealtà e la sana competizione, valori che contraddistinguono il carattere di Assicoop Emilia Nord.

In ambito salute

Condividendo pienamente i valori di solidarietà e vicinanza al territorio, Assicoop Emilia Nord continua ad investire stabilmente per favorire la conoscenza e la sensibilizzazione sull’importanza della salute nelle province di Reggio Emilia, Parma e Piacenza in collaborazione con le istituzioni locali. In quest’ottica nel 2021 ha ritenuto importante sostenere l’associazione **Grade Onlus** donando una autovettura che, utilizzata dall’Associazione come primo premio della lotteria, ha valorizzato la vendita dei biglietti generando un ammontare di 50.000 euro devoluti a sostegno della ricerca sui linfomi.

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 2021 e 2022 sono state rendicontate liberalità per un valore complessivo di € 40.955, mentre nello stesso periodo l’investimento in attività di sponsorizzazione è stato di € 130.891, 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.

[GRI 203-1]

Investimenti nella comunità		
	2021	2022
Totale	138.693 €	171.846 €
Liberalità	39.630 €	40.955 €
Sponsorizzazioni	99.063 €	130.891 €

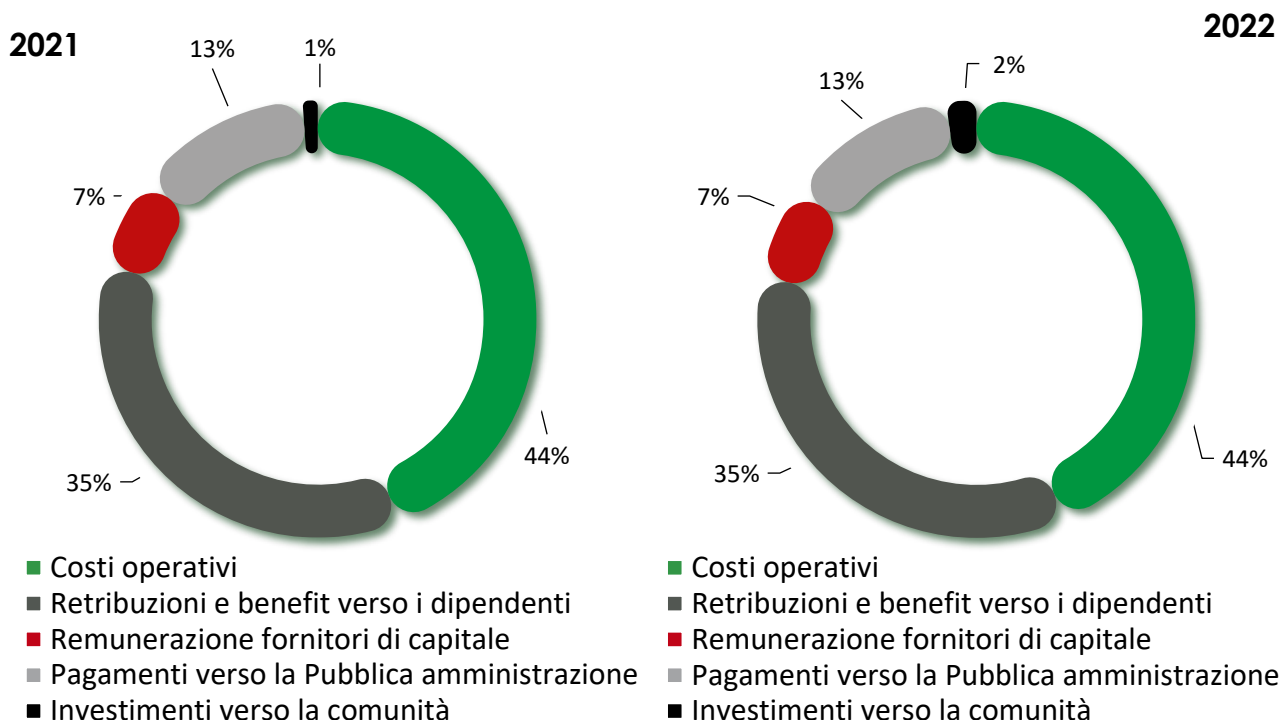
[GRI 201-1]

Assicoop Emilia Nord si impegna inoltre a generare valore per i propri stakeholder. Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata da 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. 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 Emilia Nord nel 2022 ammonta a € **21.626.640** (20,7 mln nel 2021). Di seguito è presentata la disaggregazione dal dato relativo al valore distribuito, che ammonta a €

21.143.739 (circa 20,3 mln nel 2021). Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a € **482.901** (€ 391.230 nel 2021).

Valore economico distribuito



6.2 I partner per la creazione di valore

[GRI 2-6]

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 2022 Assicoop Emilia Nord ha in attivo la collaborazione con 35 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		
	2021	2022
Fornitura di utenze	12	7
Servizi di pulizia	6	6
Servizi postali e telefonici	4	4
Locazione e apparecchiature	13	14
Cancelleria, stampanti ed altro	4	4

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).

7 L'attenzione all'ambiente

7.1 Tutela dell'ambiente

[GRI 3-3]

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.

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.

7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali

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 biennio e riguardanti l'utilizzo di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

[GRI 301-1]

Principali materiali consumati		
	2021	2022
Totale carta utilizzata	29.593 kg	28.887 kg
- di cui carta riciclata	71%	71%
Toner e cartucce (pezzi acquistati)	38	94
Toner e cartucce (valore dell'acquisto)	3.008 €	7.297 €

[GRI 302-1]

Consumo totale di energia (GJ) ¹⁵		
	2021	2022
Totale energia consumata	12.070	16.038
Gas naturale	10.436	14.146
Energia elettrica acquistata	1.246	1.236
- di cui da fonti non rinnovabili	1.246	1.236
- di cui da fonti rinnovabili	-	-
Auto aziendali a benzina	104	163
Auto aziendali a gasolio	284	493

¹⁵ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

[GRI 302-3]

Intensità energetica		
	2021	2022
Intensità energetica per mq (GJ/mq)	0,6	0,8
Intensità energetica per dipendente (GJ/dip.)	71,8	89,6

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, importata e consumata all'interno dell'organizzazione.

[GRI 305-1, 305-2]

Emissioni di Scope 1 e 2 (tCO ₂ eq.) ¹⁶		
	2021	2022
Scope 1	633,8	872,7
Scope 2 (location-based)	90,4	89,7

¹⁶ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Indice dei contenuti GRI Assicoop Emilia Nord

Dichiarazione d'uso	Assicoop Emilia Nord ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° Gennaio 2021 – 31 Dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	UBICAZIONE/NOTE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Compagine sociale
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Compagine sociale 6.1 Relazione con la comunità 6.2 I partner per la creazione del valore
	2-7 Dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop 4.3 Qualità della vita in azienda
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.2 Le cariche sociali
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 La governance di Assicoop Emila Nord
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	2.1 La governance di Assicoop Emila Nord
	2-30 Contratti collettivi	4.2 Valorizzazione dei collaboratori
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione del tema materiale	2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale 3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale 4.2 Valorizzazione dei collaboratori 4.3 Qualità della vita in azienda 4.4 Formazione e sviluppo professionale 5.1 Qualità del servizio 5.2 Innovazione del modello di servizio 5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia 6.1 Relazione con la comunità 7.1 Tutela dell'ambiente

GRI 201: Performance Economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.1 Relazione con la comunità
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	6.1 Relazione con la comunità
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni 2016	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.3 Qualità della vita in azienda
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.5 Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.4 Formazione e sviluppo professionale
GRI 404: Formazione ed istruzione 2016	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	4.4 Formazione e sviluppo professionale
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.2 Le cariche sociali 4.2 Valorizzazione dei collaboratori

Assicoop Modena & Ferrara

Bilancio di Sostenibilità

2021-2022



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 biennio 2021-2022, 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.

1 Identità e storia

1.1 Compagine sociale

[GRI 2-1]

Assicoop Modena & Ferrara S.p.A. è una società per azioni a titolarità privata che opera in Italia con sede legale a Modena in Via Carlo Zucchi 31/H, e con sede secondaria a Ferrara in Via Tognazzi 1.

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

SOFINCO S.P.A.	46,86%
UNIPOLSAI FINANCE S.P.A.	43,75%
CIA CONF. ITA. AGRIC. Emilia Centro	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%
ASQ MODENA SOC.COOP.	0,04%
CNA Ferrara	0,14%
CGIL Ferrara	0,14%
FED. ESERCENTI Ferrara	0,06%
CNA Modena	0,16%

Dagli anni '70 agli anni '80

Nel 1969, in risposta all'intento di voler trasmettere una nuova visione di Compagnia di Assicurazione e creare uno strumento finanziario coerente con la mission e i valori del movimento cooperativo, nasce Assicoop Modena, 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 agli 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. si fonde con ARCO S.p.A. (agenzia Unipol presente sul territorio modenese, partecipata da CNA e CESCONE) e SAFIN (Agenzia Unipol operante sul territorio dell'Appennino modenese) partecipata da Assicoop ed ARCO. Per effetto delle fusioni, CNA e CESCONE sono diventate azioniste di Assicoop Modena. Lo stesso percorso viene intrapreso da Assicoop Ferrara Scarl con la successiva entrata tra i soci di Assicoop Sicura S.p.A. Nel 2010 i cambiamenti che iniziavano ad interessare il settore assicurativo portano la Compagnia ad ipotizzare un'aggregazione tra Assicoop come strumento per arrivare ad avere strutture con dimensioni tali da poter farvi fronte. Rispettando i legami con il territorio e il mondo di provenienza, nella seconda metà dell'esercizio, Assicoop Modena S.p.A. e Assicoop Ferrara S.p.A. danno forma ad un progetto di fusione che viene poi approvato da entrambi i CdA e convalidato definitivamente dalle Assemblee dei Soci. 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 province 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.

Nel 2021 viene acquisita un'Agenzia della città di Mantova e nel 2022 un'Agenzia di Carpi (MO) con 6 dipendenti e 12 consulenti.

Uno sguardo verso gli orizzonti futuri

Per quanto riguarda le progettualità a partire dal 2021 e con uno sguardo verso i prossimi anni, Assicoop Modena & Ferrara punta, in primo luogo, ad aumentare e presidiare il livello di servizio offerto, come elemento distintivo rispetto ai competitor territoriali.

Continua la ricerca di Agenzie da acquisire dal mercato, sia esso interno che esterno al Gruppo, al fine di aumentare la massa critica del portafoglio gestito, ottimizzando il peso della struttura tecnica e di supporto.

Secondariamente, si mantiene alta l'attenzione sul percorso di innovazione e digitalizzazione, con particolare riferimento all'accelerazione del processo di omnicanalità dell'offerta.

Si è iniziato un percorso di specializzazione della Rete di Vendita per segmento di utenza servita, mantenendo vivo il progetto di rafforzamento della stessa con inserimento di giovani risorse da avviare alla professione.

Sarà sempre viva l'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.

2 Governance e cariche sociali

2.1 La governance di Assicoop Modena & Ferrara

La mission di Assicoop è la creazione di valore per tutti i soggetti direttamente coinvolti nelle attività sociali: azionisti/soci, clienti e dipendenti. Tale obiettivo è perseguito attraverso l'offerta di beni, servizi e soluzioni che Assicoop ritiene essere in linea con le esigenze del mercato.

La struttura di governo societario è articolata su un modello organizzativo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- Assemblea degli azionisti/soci, organo che rappresenta l'interesse della generalità della compagine sociale e che ha il compito di prendere le decisioni più rilevanti per la vita della società, nominando il consiglio di amministrazione, approvando il bilancio e modificando lo statuto;
- Consiglio di Amministrazione, che opera per il tramite degli amministratori delegati;
- Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale. Ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi e detiene, entro l'ambito dell'oggetto sociale, tutti i poteri che per legge o per Statuto non siano espressamente riservati all'assemblea e ciò al fine di provvedere all'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

[GRI 2-14, 2-17]

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato da una sessione riunita dei Consigli di Amministrazione delle Assicoop.

Al fine di promuovere le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza relative allo sviluppo sostenibile tra i membri del Consiglio di Amministrazione, a partire dal 2023, i membri del Consiglio di Amministrazione di Assicoop parteciperanno a sessioni di formazione dedicate alle tematiche della sostenibilità e al quadro normativo ESG.

2.2 Le cariche sociali

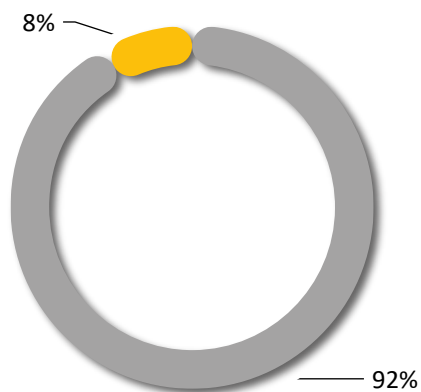
[GRI 2-9, 2-11, 405-1]

Il Consiglio di Amministrazione, noto come CdA, è composto da 13 membri rappresentativi della compagine societaria. In conformità allo Statuto, questi membri includono un Presidente, un Vicepresidente e un Amministratore Delegato. Il Presidente assume il ruolo di rappresentante legale, il Vicepresidente agisce in sua vece in caso di assenza o impedimento e l'Amministratore Delegato è investito dei poteri di rappresentanza aziendale. Non sono previsti comitati all'interno del Consiglio di Amministrazione. Il Collegio Sindacale svolge un ruolo di vigilanza per garantire il rispetto della legge, dello Statuto sociale e dei principi di corretta amministrazione.

Il mandato dei membri del CdA ha una durata di tre anni. Degli undici membri, tre sono esecutivi e dieci sono non esecutivi. Inoltre, dodici membri sono di genere maschile e uno di genere femminile; in termini

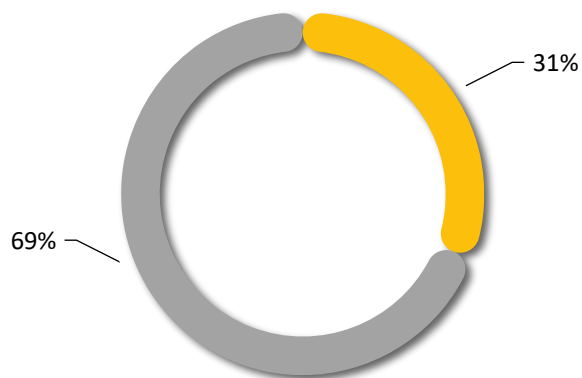
di età, quattro hanno un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre gli altri nove hanno un'età superiore ai 50 anni. I membri del CdA agiscono come rappresentanti dei Soci di Assicoop.

Membri del CdA per genere



■ Uomini ■ Donne

Membri del CdA per età



■ Tra i 30 e 50 anni di età
■ Sopra i 50 anni di età

La composizione del CdA e del Collegio Sindacale è rappresentata nell'infografica seguente.



[GRI 2-10]

Al termine del mandato del CdA, i soci rappresentanti della società presentano le candidature per i nuovi membri del Consiglio di Amministrazione. Durante l'ultima assemblea, dopo l'approvazione del bilancio, vengono annunciati i nuovi candidati, il nuovo CdA viene nominato, e durante la prima riunione esso elegge il Presidente, il Vicepresidente e l'Amministratore Delegato, assegnando anche incarichi e retribuzioni. La nomina degli amministratori avviene direttamente durante l'Assemblea dei Soci, basandosi sulle proposte dei candidati presentate dai soci.

2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale

[GRI 3-3]

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 Modena & Ferrara 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, Assicoop Modena & Ferrara ha adottato sin dal 2007 un "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" (MOG) 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. Il MOG viene periodicamente aggiornato, con l'aiuto dei consulenti di SCS Consulting, per adeguarsi alle modifiche normative in vigore.

3 Performance economica

3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale

[GRI 3-3]

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

Performance economica			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Incassi netti	133.609.317 €	199.138.153 €	49,05%
Provvigioni attive	18.106.567 €	19.665.428 €	8,61%
Ricavi vendite/prestazioni	21.517.685 €	23.158.170 €	7,62%
Totale costi diretti	14.538.225 €	15.725.110 €	8,16%
Margine lordo	7.554.469 €	8.165.066 €	8,08%
Totale spese generali	4.137.423 €	4.350.416 €	5,15%
Reddito operativo	3.417.046 €	3.814.650 €	11,64%
Risultato d'esercizio	2.261.302 €	2.921.645 €	29,20%

Il risultato d'esercizio del 2022, in aumento rispetto al 2021, evidenzia una buona capacità di generare redditività e di mantenere un buon livello di sostenibilità economica del business.

3.2 Il comparto assicurativo

Raccolta premi Assicoop Modena & Ferrara – Auto/ Rami elementari / Vita			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Auto	39.100.455 €	40.285.491 €	3,03%
Rami elementari	44.340.925 €	47.399.181 €	6,90%
Vita	50.167.938 €	111.453.481 €	122,16%
Vita (nuova produzione)	35.898.555 €	46.381.442 €	29,2%

La politica commerciale orientata verso un ruolo di "tutela della persona" è evidente nel periodo in esame. Per prima cosa bisogna considerare che il biennio 2021-2022 è stato fortemente influenzato dagli effetti, ancora molto evidenti, che la pandemia ha avuto sul comparto assicurativo. Per diversi mesi le attività economiche sono state fermate o fortemente rallentate e la ripartenza non è stata immediata. Solamente all'inizio del 2022 l'economia locale ha ricominciato a marciare a pieno regime con effetti pesanti sulla capacità di spesa dei cittadini.

Fra il 2021 e il 2022, il comparto Vita presenta una crescita esponenziale della raccolta premi, ma solamente perché nel 2022 si sono realizzati versamenti straordinari nell'area Corporate.

La competitività dei prodotti assicurativo/finanziari della mandante, in uno scenario ove i tassi di rendimento dei titoli di stato sono risultati perfino negativi, ha permesso di ottenere importanti risultati anche nell'area Retail.

Per quanto riguarda la raccolta premi Danni si è acuito ulteriormente il cambiamento di dinamiche del triennio precedente che ha portato all'inversione dei pesi nel mix di prodotti: il portafoglio Rami Elementari nel 2022 arriva a pesare oltre il 54% del portafoglio danni grazie a una variazione percentuale positiva, nel biennio, del 8,6%, cui corrisponde una variazione negativa, sempre nel biennio, gli incassi Auto del + 0,2%.

Va senza dubbio ricordato che il mercato del comparto Auto sta vivendo un periodo di profonda trasformazione. I buoni risultati tecnici ottenuti dalle Compagnie hanno portato ad un innalzamento del livello di concorrenza tra gli attori del mercato, innescando un processo di riduzione dei prezzi praticati, iniziato oltre un lustro fa e che solo sul finire del 2022 ha fermato la sua discesa.

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 - Retail/corporate			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Retail	109.526.651 €	112.576.661 €	2,79 %
Corporate	24.082.667 €	86.561.492 €	259,43%

La raccolta premi nel biennio 2021-2022, a dati di portafoglio, ha subito una variazione percentuale di periodo positiva (+52,4%): principalmente data da un versamento straordinario nel comparto Vita effettuato da un Cliente dell'area Corporate. Gli incassi nel comparto Corporate, al netto del ramo Vita, sono incrementati di oltre il 5,3%. Nel comparto Retail gli incassi nel biennio sono incrementati del 7,9% soprattutto per le acquisizioni di portafoglio effettuate.

Come già evidenziato, 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 ed anche per l'importante sviluppo nella raccolta premi nei Rami Elementari, frutto anche dell'aumento del Cross-Selling.

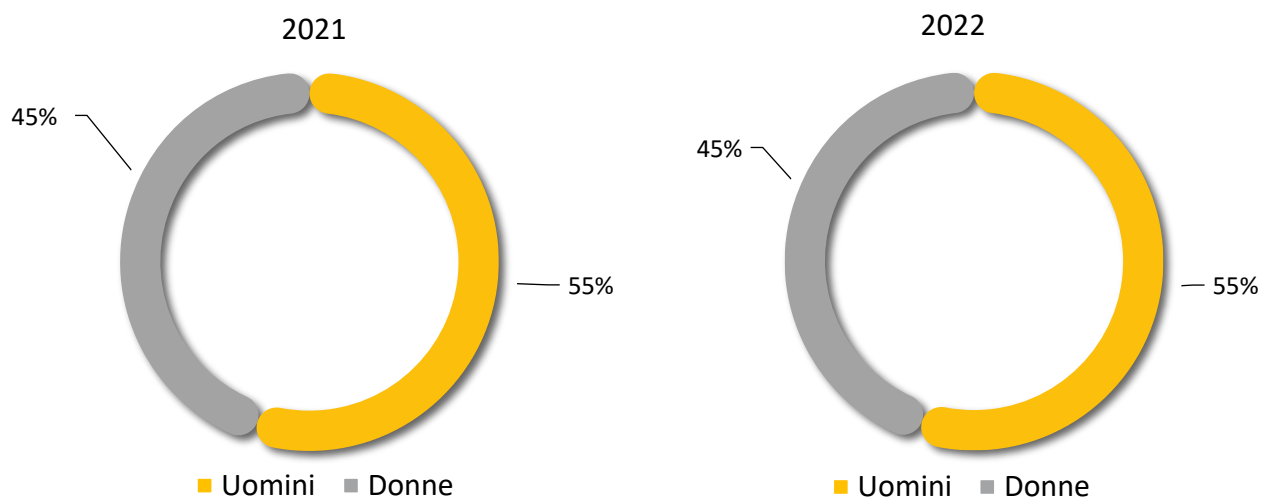
L'andamento incassi del Comparto Corporate nel biennio è stato caratterizzato da un buon sviluppo nei rami elementari (+14,6%), grazie anche all'incremento di attività dei primari Clienti.

I clienti e il portafoglio

Nel 2022 si è verificata una riduzione dei clienti persone fisiche che a fronte di una consistenza di oltre 102.000 soggetti nel 2019 raggiunge gli 89.341 del 2022; resta sostanzialmente invariato il numero di clienti partite IVA che intrattengono rapporti con Assicoop, che si attesta a 10.821 nel 2021 e 10.620 nel 2022.

Tipologia della clientela (persone fisiche) - Scorporazione per classi d'età		
	2021	2022
Totale	92.026	89.341
- di cui sotto i 30 anni	2.507	3.386
- di cui tra i 30 e 50 anni	22.919	22.290
- di cui sopra i 50 anni	66.600	63.665

Tipologia della clientela (persone fisiche) – scorporazione per genere



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.

Indice di Cross selling		
	2021	2022
Indice di Cross selling	2,04	2,15

4 Le persone, la nostra risorsa

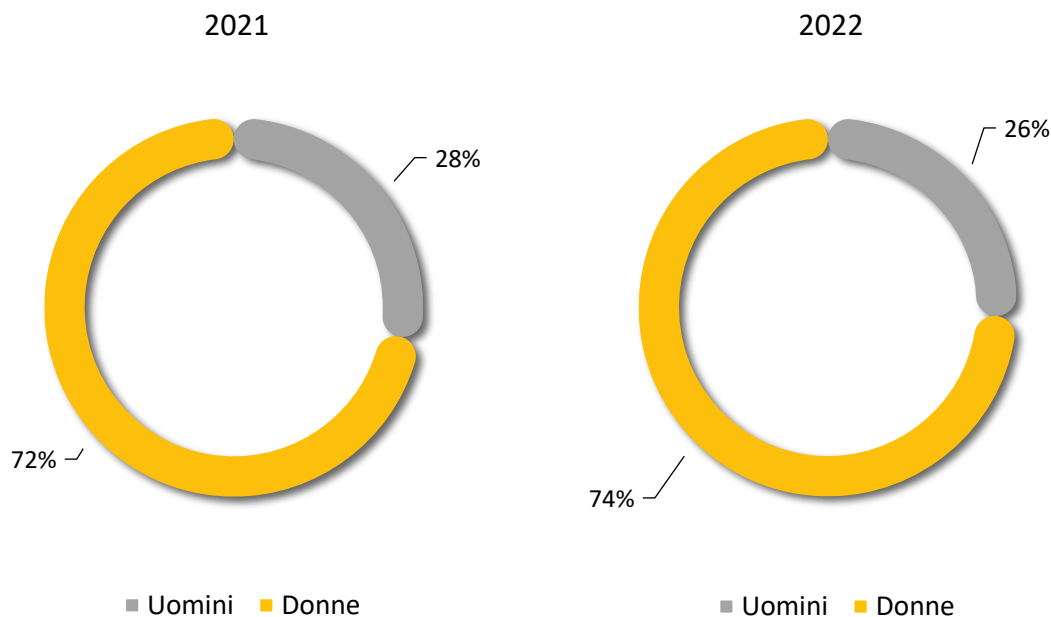
4.1 Le persone di Assicoop

[GRI 2-7, 2-8]

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 2022 le persone impiegate in Assicoop Modena & Ferrara sono state 266, di cui 178 dipendenti (131 donne, 47 uomini) e 88 collaboratori in libera professione e tirocinanti.

Le risorse umane di Assicoop Modena & Ferrara 2021-2022			
	Dipendenti	Collaboratori in libera professione	Totale
2021	172	79	251
2022	178	88	266

Dipendenti di Assicoop Modena & Ferrara per genere



La figura più comune tra i collaboratori in libera professione è il subagente, il cui rapporto contrattuale con l'azienda è formalizzato attraverso un Mandato di Subagente. In questa categoria rientrano anche i collaboratori dei subagenti. La principale responsabilità del subagente è la raccolta di proposte assicurative nei rami gestiti da UnipolSai Assicurazioni S.p.A. o da altre società affiliate al Gruppo UnipolSai, le quali sono rappresentate dall'Agenzia Assicoop Modena & Ferrara S.p.A. Questa attività deve essere svolta in piena conformità e nel rispetto delle disposizioni tecniche, amministrative, tariffarie e assuntive stabilite sia dall'Agenzia che da UnipolSai Assicurazioni S.p.A.

4.2 Valorizzazione dei collaboratori

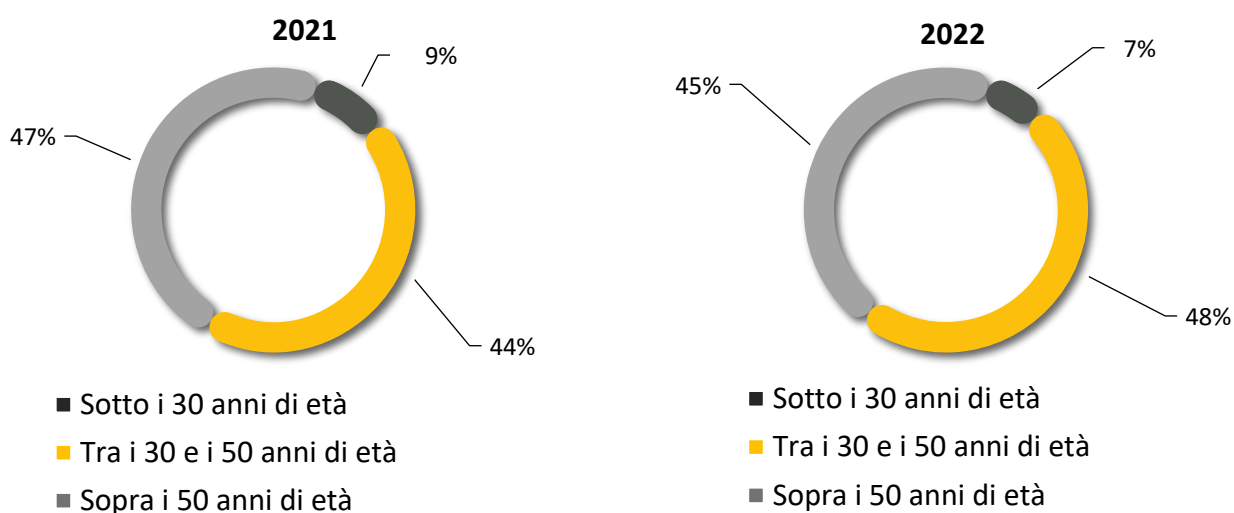
[GRI 2-30, 3-3, 405-1]

Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2022 l'insieme del personale di Assicoop Modena & Ferrara è composto da 1 dirigente (uomo), 18 quadri (14 uomini e 4 donne) e 159 impiegati (32 uomini e 127 donne). La composizione dei dipendenti non ha riguardato importanti cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2021-2022). Quanto alla suddivisione per genere, le donne presenti in azienda rappresentano il 74% dei dipendenti. Nel corso del 2022 i dipendenti appartenenti alle categorie protette¹⁷ sono pari a 9 (5 uomini e 4 donne).

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	49	123	172
- di cui dirigenti	1	-	1
- di cui quadri	15	4	19
- di cui impiegati	33	119	152
Totale dipendenti 2022	47	131	178
- di cui dirigenti	1	-	1
- di cui quadri	14	4	18
- di cui impiegati	32	127	159

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fasce di età, il 48% di questi (86 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 45% (80 persone) ha più di 50 anni e il 7% (12 persone) un'età inferiore ai 30 anni.

Dipendenti di Assicoop Modena & Ferrara per fasce d'età



¹⁷ 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).

4.3 Qualità della vita in azienda

[GRI 3-3]

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, nel 2022 la quasi totalità dei dipendenti (168) 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.

[GRI 2-7]

Totale dipendenti per tipo di contratto e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	49	123	172
- di cui a tempo indeterminato	48	117	165
- di cui a tempo determinato	1	6	7
- di cui a tempo pieno	47	94	141
- di cui a tempo parziale	2	29	31
Totale dipendenti 2022	47	131	178
- di cui a tempo indeterminato	44	124	168
- di cui a tempo determinato	3	7	10
- di cui a tempo pieno	45	104	149
- di cui a tempo parziale	2	27	29

Nel 2022 Assicoop Modena & Ferrara ha assunto 20 nuove persone, di cui 5 di età inferiore ai 30 anni e 12 tra i 30 e i 50 anni.

[GRI 401-1]

Dipendenti assunti e cessati per età e genere 2021 e 2022		
	2021	2022
Totale dipendenti assunti	13	20
Sotto i 30 anni	3	5
- di cui uomini	1	1
- di cui donne	2	4
Tra i 30 e 50 anni	8	12
- di cui uomini	1	1
- di cui donne	7	11
Sopra i 50 anni	2	3
- di cui uomini	0	1
- di cui donne	2	2

Totale dipendenti cessati	7	12
Sotto i 30 anni	0	3
- di cui uomini	0	1
- di cui donne	0	2
Tra i 30 e 50 anni	2	3
- di cui uomini	0	0
- di cui donne	2	3
Sopra i 50 anni	5	6
- di cui uomini	0	5
- di cui donne	5	1

Un altro aspetto rilevante in termini di stabilità legata alla gestione del personale è rappresentato dal tasso di turnover che si attesta al 3,5% nel 2021 e al 4,5% nel 2022 non influenzando quindi la continuità produttiva e la stabilità organizzativa.

Turnover dei dipendenti per età e genere 2021 e 2022¹⁸		
	2021	2022
Tasso di assunzione per genere	7,6%	11,2%
- uomini	4,1%	6,4%
- donne	8,9%	13,0%
Tasso di cessazioni per genere	4,1%	6,7%
- uomini	0,0%	12,8%
- donne	5,7%	4,6%
Tasso di turnover per genere	3,5%	4,5%
- uomini	4,1%	-6,4%
- donne	3,3%	8,4%
Tasso di assunzione per fasce d'età	7,6%	11,2%
- sotto i 30 anni di età	18,8%	41,7%
- tra i 30 e 50 anni di età	10,5%	14,0%
- sopra i 50 anni di età	2,5%	3,8%
Tasso di cessazioni per fasce d'età	4,1%	6,7%
- sotto i 30 anni di età	0,0%	25,0%
- tra i 30 e 50 anni di età	2,6%	3,5%
- sopra i 50 anni di età	6,3%	7,5%
Tasso di turnover per fasce d'età	3,5%	4,5%
- sotto i 30 anni di età	18,8%	16,7%
- tra i 30 e 50 anni di età	7,9%	10,5%
- sopra i 50 anni di età	-3,8%	-3,8%

¹⁸ Le percentuali del tasso di assunzione e cessazione riportate all'interno della tabella sono il risultato del rapporto con il numero totale di dipendenti suddivisi per genere e fasce d'età al 31 dicembre. Le percentuali del tasso di turnover sono il risultato del rapporto tra la somma dei dipendenti entrati e usciti con il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

4.4 Formazione e sviluppo professionale

[GRI 3-3, 404-2]

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 continuativa di formazione specifica di carattere tecnico e commerciale.

Assicoop Modena & Ferrara è un'azienda commerciale, perciò l'impegno maggiore è concentrato sulla formazione tecnica e commerciale e in particolare sullo studio dei prodotti specifici. Gli obblighi annuali di aggiornamento previsti dall'organo di controllo (IVASS) sono stringenti ed obbligano gli operatori a misurarsi attendibilmente sulle competenze acquisite. L'azienda al fine di premiare e consolidare il senso di appartenenza dei dipendenti prevede annualmente momenti di socializzazione con diversi eventi di aggregazione. Nel periodo preso in considerazione e a tutt'oggi, la politica dell'azienda per i dipendenti che si avvicinano al termine del percorso lavorativo è quello di trovare un accordo con il lavoratore per un impiego condiviso con mansioni a minor pressione emotiva (es. passaggio da front-office a back office) e utilizzare al meglio le esperienze acquisite. Assicoop Modena & Ferrara non è orientata a favorire delle uscite anticipate, ma su richiesta del lavoratore le prende in esame.

Per l'anno 2022, le ore di formazione erogate ammontano a circa 5.700, in crescita rispetto al 2021. 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.

Le ore di formazione ai fini IVASS svolte nel 2022 sono state pari a 5.715 per i dipendenti e 2.696 per i collaboratori, per un totale di 8.411 ore (rispettivamente 4.981 e 2.581 per un totale di 7.562 ore nel 2021).

[GRI 404-1]

Ore medie di formazione ai dipendenti per genere		
	2021	2022
Ore totali di formazione	4.981	5.715
- ai dipendenti uomini	1.382	1.651
- ai dipendenti donne	3.599	4.064
Ore medie di formazione per dipendente¹⁹	29	3
Ore medie di formazione uomini	28	36
Ore medie di formazione donne	29	31

¹⁹ Il numero medio di ore di formazione per dipendente è il risultato del rapporto tra il numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti e il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

Ore medie di formazione ai dipendenti per categoria di inquadramento		
	2021	2022
Ore totali di formazione	4.981	5.715
- Dirigenti	30	36
- Quadri	570	606
- Impiegati	4.381	5.073
Ore medie di formazione per dipendente	29	34
Ore medie di formazione dirigenti	30	36
Ore medie di formazione quadri	30	34
Ore medie di formazione impiegati	29	32

Dal 2018 sta continuando 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.

PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha lanciato, già nel 2020, il progetto New Generation, progetto che vuole investire 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.

Il progetto New Generation fonda le sue ragioni di essere non solo dalla necessità di incrementare la rete di vendita, necessità comune a tutte le Assicoop, ma anche dalla sempre maggiore difficoltà nel trovare giovani interessati a percorrere ed apprendere l'attività assicurativa.

Nel dettaglio, attraverso una campagna di recruitment multicanale, sono stati selezionati i 4 neo-consulenti assicurativi nel 2022 (2 nel 2021), che hanno subito intrapreso un percorso di onboarding per supportare il loro ingresso all'interno delle Agenzie e del contesto organizzativo Assicoop. L'onboarding 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 sono i protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Per inaugurare il percorso di onboarding, 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.

Nel corso del 2021 e del 2022 il progetto è stato seguito e supportato dall'esperienza di un partner consulenziale che è riuscito a mettere a fattor comune metodologie innovative assieme alle competenze Assicoop.

Sul finire dell'esercizio le Assicoop hanno deciso di continuare il percorso comune, ma di portarsi la gestione in house, gestendo dall'inizio alla fine il progetto attraverso il lavoro congiunto, articolato in due edizioni annuali, collaborando e facendosi carico ognuna di svolgere una parte delle attività previste.

4.5 Salute e sicurezza

[GRI 403-1, 403-2, 403-5]

Il rispetto della normativa sulla Sicurezza dei luoghi di lavoro e la tutela della salute delle persone rappresenta una priorità per Assicoop Modena & Ferrara. Coerentemente con il sistema di regolazione e controllo, è presente un Rappresentante dei lavoratori per la Sicurezza (RLS), un Medico Competente, un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Sicurezza ed un Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione (ASPP) per la rilevazione dei fattori di rischio dell'attività svolta, l'elaborazione di un piano contenente le misure di sicurezza preventive e correttive da applicare per la tutela dei lavoratori e lo sviluppo di 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 di sicurezza dei lavoratori.

Il RSPP, il quale è una figura esterna, redige ed aggiorna in caso di necessità il DVR (Documento di Valutazione dei Rischi), per il quale viene svolta un'analisi del rischio che, per Assicoop, è definibile basso. I dipendenti hanno la possibilità di fare segnalazioni al RLS ed ai preposti e dirigenti. Gli infortuni registrati in azienda sono soprattutto in itinere durante il tragitto casa/lavoro.

Nella scala gerarchica della sicurezza sono presenti e formati adeguatamente i preposti ed i dirigenti per la sicurezza. Sono presenti in ogni sede di lavoro almeno 1 addetto di primo soccorso ed 1 addetto alla prevenzione incendi. Nel 2021 e 2022 è stato applicato un Protocollo Covid per gestire la situazione emergenziale. I dipendenti ed i tirocinanti vengono visitati periodicamente dal medico competente aziendale per rischio Videoterminalisti.

Per tutti i dipendenti e tirocinanti è prevista una formazione generale di 4 ore ed una formazione specifica sul rischio basso di 4 ore; i corsi di aggiornamento della durata di 4 ore vengono svolti ogni 5 anni. Per i Preposti invece è prevista una formazione iniziale di 8 ore ed un aggiornamento di 6 ore e per i Dirigenti una formazione iniziale di 16 ore e di aggiornamento di 6 ore. Gli Addetti al primo soccorso (azienda gruppo B) svolgono una formazione iniziale di 12 ore ed un aggiornamento di 4 ore, mentre gli Addetti alla prevenzione incendio (rischio medio) svolgono una formazione iniziale di 8 ore ed un aggiornamento di 5 ore. L'ASPP svolge una formazione iniziale di 28 ore ed un aggiornamento di 20 ore. Tutta la formazione viene erogata a titolo gratuito e durante l'orario lavorativo. La formazione viene organizzata dall'ASPP ed erogata dal RSPP, oppure da aziende specializzate esterne. Alla fine di ogni corso la formazione viene valutata con la predisposizione di test.

5 Soluzioni innovative per la clientela

5.1 Qualità del servizio

[GRI 3-3]

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

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

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

Grazie a questa strategia Assicoop Modena & Ferrara sarà in grado di proporre soluzioni personalizzate e flessibili e 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.

5.2 Innovazione del modello di servizio

[GRI 3-3]

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 e 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, Assicoop Modena & Ferrara e 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 omnicanalità. 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 biennio.

Firma Elettronica Avanzata (F.E.A.) – Statistiche 2021-2022		
	2021	2022
Adesione clienti (n.)	40.373	54.117
Adesione clienti (%)	45,1%	54,4%
Movimentazione F.E.A.	92.195	132.684
Agenzie attivate	26	27
Punti vendita attivati	47	49

Anche in relazione alla penetrazione della F.E.A. si osserva una crescita, con tassi largamente superiori di quelli registrati nelle agenzie private nello stesso periodo. Nel 2022 Assicoop ha emesso con F.E.A. oltre il 55% delle polizze, con Agenzie che hanno superato il 70%.

In aggiunta, sono state avviate iniziative quali la vendita in mobilità (dalla preventivazione all'emissione ed incasso), ed oggi tutta la rete Assicoop è dotata di PC portatile o tablet.

Da diversi anni Assicoop ha inoltre intrapreso un percorso finalizzato alla semplificazione della struttura organizzativa che ha identificato nella razionalizzazione delle strutture di coordinamento, nella costituzione di Aree Tecniche e di Back Office accentrati, nella creazione di specifiche funzioni aziendali a presidio dei processi di innovazione, leve funzionali ad aumentare l'efficacia e l'efficienza del proprio modello di servizio.

5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia

[GRI 3-3]

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.

Specializzazione della rete di vendita

Dal 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.

Del team di Assicoop Modena & Ferrara fanno parte 7 Family Welfare Specialist e 19 Business Specialist.

6 Sostegno e collaborazione per il territorio

6.1 Relazione con la comunità

[GRI 3-3, 2-6]

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

Assicoop Modena & Ferrara opera, attraverso **39 punti vendita**, nei territori di Modena & Ferrara, in cui ha radicate e solide reti territoriali e da sempre si impegna nella promozione dello sviluppo locale attraverso iniziative sociali, culturali, artistiche e ambientali. Essendo attori attivi nella comunità, Assicoop Modena & Ferrara ha la sua forza nel rapporto diretto con il territorio, combinando tradizione e innovazione, e mantenendo una stretta vicinanza con i clienti grazie all'esperienza nel fornire servizi nel corso degli anni.

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 di opere di pittura, incisione scultura e grafica. Attraverso la collaborazione pluriennale con le **Gallerie Estensi**, di cui fanno parte il Museo civico d'arte di Modena e la Pinacoteca Nazionale di Ferrara, ed il **Museo Archeologico Nazionale di Ferrara**, 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 ottocento opere tra dipinti, sculture, disegni e stampe, conservate presso le proprie sedi a Modena & 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.

Sta continuando la collaborazione tra pubblico e privato per la valorizzazione del patrimonio culturale di Assicoop. A dicembre 2021 viene inaugurata "**SINTONIE. Tra Visioni e Racconti**", l'esposizione triennale di un nucleo di 37 opere della Raccolta Assicoop Modena & Ferrara nelle sedi del Museo di Casa Romei e del Museo Archeologico Nazionale di Ferrara. L'esposizione è promossa nell'ambito di SINTONIE,

progetto di collaborazione pubblico-privato tra la Direzione Regionale Musei Emilia-Romagna, Assicoop Modena & Ferrara e Legacoop Estense.

Per quanto riguarda i progetti di solidarietà, anche nel biennio 2021-2022 sono stati sostenuti progetti di associazioni del territorio, tra le quali **ASEOP** (Associazione sostegno ematologia oncologica pediatrica Onlus) e **ADMO** (Associazione donatori midollo osseo) 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**), ora fusa nella Fondazione Barberini.

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 biennio 2021-2022, 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.

[GRI 203-1]

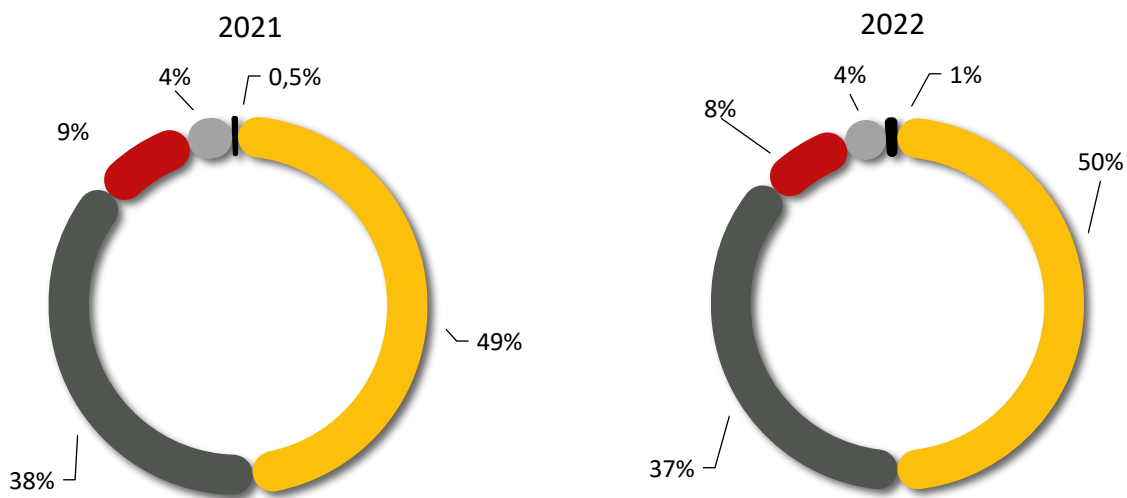
Investimenti nella comunità		
	2021	2022
Totale	271.721 €	218.956 €
Liberalità	20.547 €	41.692 €
Sponsorizzazioni	251.174 €	177.264 €

[GRI 201-1]

Assicoop Modena & Ferrara si impegna inoltre a generare valore per i propri stakeholder. Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata da 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. 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 Modena & Ferrara nel 2022 ammonta a € **24.196.445** (22,4 mln nel 2021). Di seguito è presentata la disaggregazione dal dato relativo al valore distribuito, che ammonta a € 23.059.185 (circa 21,2 mln nel 2021). Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a € 1.137.260 (1,2 mln nel 2021).

Valore economico distribuito



- Costi operativi
- Retribuzioni e benefit verso i dipendenti
- Remunerazione fornitori di capitale
- Pagamenti verso la Pubblica amministrazione
- Investimenti verso la comunità

6.2 I partner per la creazione di valore

[GRI 2-6]

I fornitori supportano quotidianamente Assicoop Modena & Ferrara nell’erogazione di servizi di qualità e sono costituiti da tutte le società di servizi e fornitori di beni di consumo. Nel 2022 Assicoop Modena & Ferrara ha in attivo la collaborazione con 78 maggiori fornitori che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampati, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche, e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore		
	2021	2022
Fornitura di utenze	18	18
Servizi di pulizia	5	5
Servizi postali e telefonici	7	8
Locazione e apparecchiature	42	34
Cancelleria, stampanti ed altro	12	13

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).

7 L'attenzione all'ambiente

7.1 Tutela dell'ambiente

[GRI 3-3]

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.

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**.

7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali

Operando prevalentemente nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, Assicoop Modena&Ferrara 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 riguardanti l'utilizzo di alcuni materiali specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

[GRI 301-1]

Principali materiali consumati		
	2021	2022
Totale carta utilizzata	41.157 kg	35.616 kg
- di cui carta riciclata	86%	87%
Toner e cartucce (pezzi acquistati)	118	77
Toner e cartucce (valore dell'acquisto)	16.490 €	12.747 €

[GRI 302-1]

Consumo totale di energia (GJ) ²⁰		
	2021	2022
Totale energia consumata	3.587	3.260
Gas naturale	1.163	910
Energia elettrica acquistata	1.966	1.849
- di cui da fonti non rinnovabili	1.966	1.849
- di cui da fonti rinnovabili	-	-
Auto aziendali a gasolio	458	501

²⁰ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

[GRI 302-3]

Intensità energetica		
	2021	2022
Intensità energetica per mq (GJ/mq)	0,44	0,39
Intensità energetica per dipendente (GJ/dip.)	20,85	18,31

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, importata e consumata all'interno dell'organizzazione.

[GRI 305-1, 305-2]

Emissioni di Scope 1 e 2 (tCO₂eq.)²¹		
	2021	2022
Scope 1	101,4	90,2
Scope 2 (location-based)	142,7	134,2

²¹ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Indice dei contenuti GRI Assicoop Modena & Ferrara

Dichiarazione d'uso	Assicoop Modena & Ferrara ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° Gennaio 2022 – 31 Dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	UBICAZIONE/NOTE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Compagine sociale
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Compagine sociale 6.1 Relazione con la comunità 6.2 I partner per la creazione del valore
	2-7 Dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop 4.3 Qualità della vita in azienda
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.2 Le cariche sociali
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 La governance di Assicoop Modena & Ferrara
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	2.1 La governance di Assicoop Modena & Ferrara
GRI 3: Temi Materiali 2021	2-30 Contratti collettivi	4.2 Valorizzazione dei collaboratori
	3-3 Gestione del tema materiale	2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale 3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale 4.2 Valorizzazione dei collaboratori 4.3 Qualità della vita in azienda 4.4 Formazione e sviluppo professionale 5.1 Qualità del servizio 5.2 Innovazione del modello di servizio 5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia 6.1 Relazione con la comunità 7.1 Tutela dell'ambiente

GRI 201: Performance Economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.1 Relazione con la comunità
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	6.1 Relazione con la comunità
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni 2016	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.3 Qualità della vita in azienda
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.5 Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
GRI 404: Formazione ed istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.4 Formazione e sviluppo professionale
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	4.4 Formazione e sviluppo professionale
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.2 Le cariche sociali 4.2 Valorizzazione dei collaboratori

Assicoop Romagna Futura

Bilancio di Sostenibilità

2021-2022



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 biennio 2021-2022, 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.

1 Identità e storia

1.1 Compagine sociale

[GRI 2-1]

Assicoop Romagna Futura S.p.A. è una società per azioni a titolarità privata che opera in Italia con sede legale a Ravenna in Via Faentina n.106.

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

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%

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 della copertura assicurativa dei danni, così nasce l'esigenza di portare sul territorio i servizi assicurativi alle cooperative, ai operatori, 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 agli 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.

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 sul territorio e clienti.

Percorsi formativi che hanno visto anche l'avvio negli stessi anni di un processo di collaborazione tra tutte le Assicoop per analizzare i propri modelli distributivi e organizzativi, le diverse e mutanti scelte da parte del Gruppo Unipol e un mercato in evoluzione che mette di fronte al mondo assicurativo nuove sfide, nuovi competitor e nuove esigenze da parte dei Clienti.

Uno sguardo verso gli orizzonti futuri

L'attività collaborativa del mondo Assicoop si è tradotta nel progetto "Assicoop 2020", che vedeva nel proprio piano di lavoro prioritariamente:

- 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 omnicanalità.

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 baricentrato 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.

Il tutto, in un contesto nel quale UnipolSai elabora il piano industriale 2019-21, con il quale introduce gli ecosistemi (Property, Mobility, Welfare), come modello di nuovo e diverso servizio ai clienti, rafforzando ulteriormente la ricerca della specializzazione dei propri agenti e collaboratori.

2 Governance e cariche sociali

2.1 La governance di Assicoop Romagna Futura

La mission di Assicoop è la creazione di valore per tutti i soggetti direttamente coinvolti nelle attività sociali: azionisti/soci, clienti e dipendenti. Tale obiettivo è perseguito attraverso l'offerta di beni, servizi e soluzioni che Assicoop ritiene essere in linea con le esigenze del mercato.

La struttura di governo societario è articolata su un modello organizzativo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- Assemblea degli azionisti/soci, organo che rappresenta l'interesse della generalità della compagine sociale e che ha il compito di prendere le decisioni più rilevanti per la vita della società, nominando il consiglio di amministrazione, approvando il bilancio e modificando lo statuto;
- Consiglio di Amministrazione (CdA), che opera per il tramite degli amministratori delegati;
- Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale. Ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi e detiene, entro l'ambito dell'oggetto sociale, tutti i poteri che per legge o per Statuto non siano espressamente riservati all'assemblea e ciò al fine di provvedere all'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

Il CdA ha istituito l'Organismo di Vigilanza (O.d.V.), il Comitato POG ed una Funzione Antiriciclaggio con i seguenti compiti:

- O.d.V - ha il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello Organizzativo della Società e di curarne l'aggiornamento secondo quanto stabilito dall'art. 6 del D. Lgs. 231/01;
- Comitato POG - ha il compito di monitorare i prodotti e presidiare gli assetti organizzativi e procedurali adottati, al fine di evitare eventuali pregiudizi per i clienti;
- Funzione Antiriciclaggio - svolge la propria attività seguendo le indicazioni del provvedimento IVASS 111 verificando con continuità che le procedure aziendali siano coerenti con l'obiettivo di prevenire e contrastare la violazione di norme di legge, regolamentari e di autoregolamentazione in materia di prevenzione del rischio di riciclaggio.

[GRI 2-14, 2-17]

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato da una sessione riunita dei Consigli di Amministrazione delle Assicoop.

Al fine di promuovere le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza relative allo sviluppo sostenibile tra i membri del Consiglio di Amministrazione, a partire dal 2023, i membri del Consiglio di Amministrazione di Assicoop parteciperanno a sessioni di formazione dedicate alle tematiche della sostenibilità e al quadro normativo ESG.

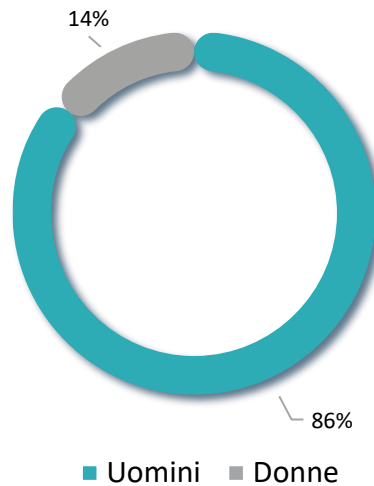
2.2 Le cariche sociali

[GRI 2-9, 2-11, 405-1]

Il Consiglio di Amministrazione, noto come CdA, è composto da 7 membri. In conformità allo Statuto, questi membri includono un Presidente, un Vicepresidente e un Amministratore Delegato. Il Presidente, il quale non ricopre incarichi dirigenziali, assume il ruolo di rappresentante legale, il Vicepresidente agisce in sua vece in caso di assenza o impedimento e l'Amministratore Delegato è investito dei poteri di rappresentanza aziendale. Non sono previsti comitati all'interno del Consiglio di Amministrazione. Il Collegio Sindacale svolge un ruolo di vigilanza per garantire il rispetto della legge, dello Statuto sociale e dei principi di corretta amministrazione.

Il mandato dei membri del CdA ha una durata di tre anni. Dei sette membri, tre sono esecutivi e quattro sono non esecutivi. Inoltre, sei membri sono di genere maschile e uno di genere femminile; in termini di età, tutti i membri hanno un'età superiore ai 50 anni. I membri del CdA agiscono come rappresentanti dei Soci di Assicoop.

Membrì del CdA per genere



La composizione del CdA e del Collegio Sindacale è rappresentata nell'infografica seguente.



[GRI 2-10]

Al termine del mandato del CdA, i soci rappresentanti della società presentano le candidature per i nuovi membri del Consiglio di Amministrazione. Durante l'ultima assemblea, dopo l'approvazione del bilancio,

vengono annunciati i nuovi candidati, il nuovo CdA viene nominato, e durante la prima riunione esso elegge il Presidente, il Vicepresidente e l'Amministratore Delegato, assegnando anche incarichi e retribuzioni. La nomina degli amministratori avviene direttamente durante l'Assemblea dei Soci, basandosi sulle proposte dei candidati presentate dai soci.

2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale

[GRI 3-3]

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 Assicoop Romagna Futura 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.

In questo ambito, la presenza nel Consiglio di Amministrazione e negli organismi di vigilanza dei rappresentanti delle organizzazioni socie che, essendo esse stesse rappresentanti di associati e quindi di potenziali o effettivi clienti, costituisce un elemento di supporto nel rispetto di detti valori ma anche un punto di riferimento per mantenere vivo e costante il rapporto e la collaborazione con tutti gli stakeholder che interagiscono con Assicoop.

Per quanto concerne il rapporto con i dipendenti e collaboratori, la forte coscienza aziendale dell'importanza che gli stessi rappresentano sia per la qualità del servizio, sia per la sostenibilità futura di Assicoop stessa, mantiene alto il livello di attenzione, a partire dai percorsi formativi che, come di seguito illustrato, riguardano certamente la parte tecnico-commerciale per svolgere sempre più professionalmente l'attività assicurativa, ma anche la crescita personale dei singoli e la piena coscienza dell'importanza sociale che l'attività di Assicoop rappresenta.

Questi percorsi hanno agevolato il cambiamento dei ruoli professionali nel mutato contesto di gruppo e di mercato, e hanno consentito anche di affrontare in modo coeso e strutturato la fase pandemica del 2020.

3 Performance economica

3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale

[GRI 3-3]

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

Performance economica			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Incassi netti	115.888.693 €	110.087.600 €	-5,01%
Provvigioni attive	13.685.000 €	14.416.201 €	5,34%
Ricavi vendite/prestazioni	18.842.360 €	18.699.644 €	-0,76%
Totale costi diretti	12.736.527 €	13.311.571 €	4,51%
Margine lordo	6.105.833 €	5.388.073 €	-11,76%
Totale spese generali	2.884.381 €	2.897.428 €	0,45%
Reddito operativo	3.221.452 €	2.490.645 €	-22,69%
Risultato d'esercizio	2.305.610 €	1.839.814 €	-20,20%

Per inquadrare gli andamenti economici della società è indispensabile osservare prima di tutto come gli incassi complessivi rispetto all'esercizio 2021 siano diminuiti del 5%. Questo nonostante una performance molto importante nel comparto aziende (+7,7%) che però non è riuscita a controbilanciare la riduzione degli incassi auto e, soprattutto, la diminuzione dei volumi nell'ambito della raccolta vita. La crescita nel comparto aziende è stata frutto di attività specifica, sfruttando opportunità di mercato e consci di una competitività tariffaria nell'auto perdurante da anni e di difficoltà dovute a sensibili modifiche nei mercati finanziari.

Queste iniziative hanno consentito di operare su attività a migliore remunerazione facendo sì che il totale delle provvigioni attive registrasse un incremento del 5%; anche grazie a questa attività il totale dei ricavi è rimasto sostanzialmente invariato (-0,76%) recuperando i minori rappeli tecnici maturati nell'esercizio.

L'attenzione ai ricavi ha consentito di proseguire negli investimenti rivolti alle attività di formazione e ricerca per lo sviluppo della rete di vendita, sia dipendente (con un costo del lavoro in aumento del 3,47%) che sui collaboratori libero professionisti, sia per le attività assicurative che beyond.

Il risultato di esercizio, pur sensibilmente inferiore all'anno precedente con circa 500 mila euro in meno, è nettamente superiore alla media del triennio precedente, proseguendo in una operazione di consolidamento della sostenibilità futura dell'azienda.

3.2 Il comparto assicurativo

Raccolta premi Assicoop Romagna Futura – Auto/ Rami elementari / Vita			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Auto	32.957.328 €	32.576.941 €	-1,15%
Rami elementari	37.938.541 €	39.734.570 €	4,73%
Vita	44.992.824 €	37.776.089 €	-16,04%

Nella raccolta danni è proseguita anche nel 2022 la contrazione dei premi complessivamente incassati nel comparto Auto, controbilanciata da un'importante crescita nei rami elementari, portando il peso di questi ultimi a circa il 55% del totale; elemento questo importante di stabilità del portafoglio, stante le già citate tensioni del segmento RCA (Responsabilità Civile Auto).

Nell'ambito della raccolta vita il dato presenta una ulteriore contrazione dei volumi di raccolta che passano dagli oltre 53 milioni del 2019 ai circa 38 milioni del 2022. Ciò è dovuto a difficoltà di mercato nel segmento di raccolta nuovi investimenti mentre, per quanto riguarda le attività più prettamente assicurative, sia per quanto concerne il **risparmio programmato** che nell'ambito della **tutela della vita umana** e, soprattutto sulla **previdenza integrativa**, è proseguito il trend positivo che Assicoop Romagna Futura registra da parecchi anni, evidenziando l'attenzione a quegli ambiti di tutela della persona e della famiglia che contraddistinguono l'Agenzia.

Raccolta premi Assicoop Romagna Futura - Retail/Corporate			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Retail	89.207.457 €	80.709.746 €	-9,53%
Corporate	26.618.236 €	29.377.854 €	10,11%

La raccolta premi per tipologia di clientela evidenzia una contrazione del retail ma imputabile al citato comparto vita e una ulteriore ripresa del settore corporate, avvicinandosi ai dati ante 2019 quando, a seguito di crisi aziendale, un importante cliente del portafoglio di Assicoop Romagna Futura ridusse enormemente i premi assicurativi.

Raccolta premi Assicoop Romagna Futura – Vita (Nuova Produzione)			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Vita (Nuova Produzione)	35.784.418 €	28.798.859 €	-19,52%

La diminuzione della raccolta Vita è da imputarsi prevalentemente alle tensioni sui tassi d'interesse che hanno reso meno appetibili i prodotti d'investimento. Sono invece in crescita i dati negli ambiti Protezione, Risparmio e Previdenza.

2022 - Raccolta premi Assiccoop Romagna Futura – Vita (Nuova Produzione)

	Protezione	Previdenza	Risparmio	Investimento
Vita (Nuova Produzione)	270.390 €	3.775.600 €	2.195.446 €	22.557.423 €
Var % vs 2021	+17,6%	+17,0%	+20,7%	-26,3%

Anche nel 2022 è rimasto invariato il modello di incentivazione degli agenti UnipolSai e delle Assiccoop, con l'identificazione quattro "linee" di prodotto (Protezione, Previdenza, Risparmio ed Investimento), a ciascuna delle quali è stato assegnato un obiettivo di budget espresso in "punti".

Nella tabella successiva vengono indicati i risultati della "nuova produzione" in termini di punti (questi ultimi validi ai fini dell'incentivazione UnipolSai) da cui si evince la forte crescita negli ambiti Protezione, Risparmio e Previdenza

Assiccoop Romagna Futura – Vita (Nuova Produzione) in punti

	punti			variazione	
	2022	2021	2020	2022/2021	2021/2020
Protezione	3.201	2.754	2.657	+16,20 %	+3,70%
Previdenza	45.245	37.814	36.235	+19,70%	+4,40%
Risparmio	14.875	13.339	10.768	+11,50%	+23,90%
Investimento	74.334	110.280	85.059	-32,60€	+29,70%
Totale Vita	137.655	164.187	134.719	-16,16%	+2,18%

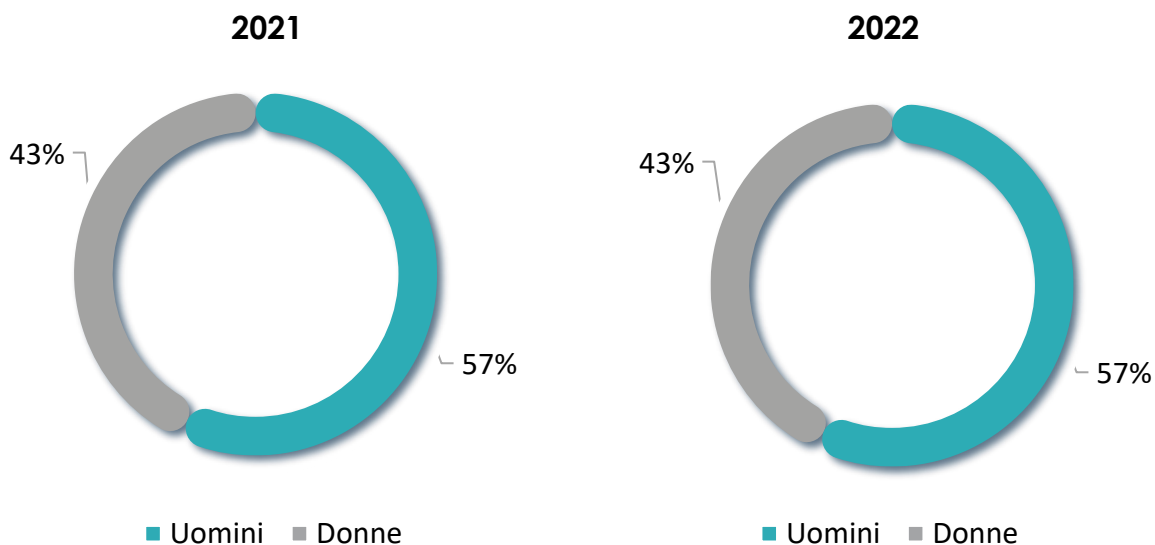
I clienti e il portafoglio

Anche nel 2022 è proseguita una riduzione dei clienti persone fisiche che a fronte di una consistenza di oltre 80.000 soggetti nel 2018 raggiunge i quasi 76.000 del 2022. Anche in questo caso, grande influenza lo ha avuto la contrazione del numero dei clienti RCA per le citate tensioni e per gli effetti della pandemia che ha portato a un diverso consumo assicurativo da parte dei clienti; resta sostanzialmente invariato il numero di clienti partite IVA che intrattengono rapporti con Assiccoop, che si attesta a 8.080 nel 2021 e 7.966 nel 2022.

Tipologia della clientela (persone fisiche) - Scorporazione per classi d'età

	2021	2022
Totale	69.180	67.917
- di cui sotto i 30 anni	2.594	2.813
- di cui tra i 30 e 50 anni	18.178	18.003
- di cui sopra i 50 anni	48.408	47.101

Tipologia della clientela (persone fisiche) – scorporazione per genere



Relativamente alle persone fisiche, si comincia a registrare una presenza interessante di profili under 30 anni, e una contrazione della clientela over 50.

Indice di Cross selling		
	2021	2022
Indice di Cross selling	1,87	1,89

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.

4 Le persone, la nostra risorsa

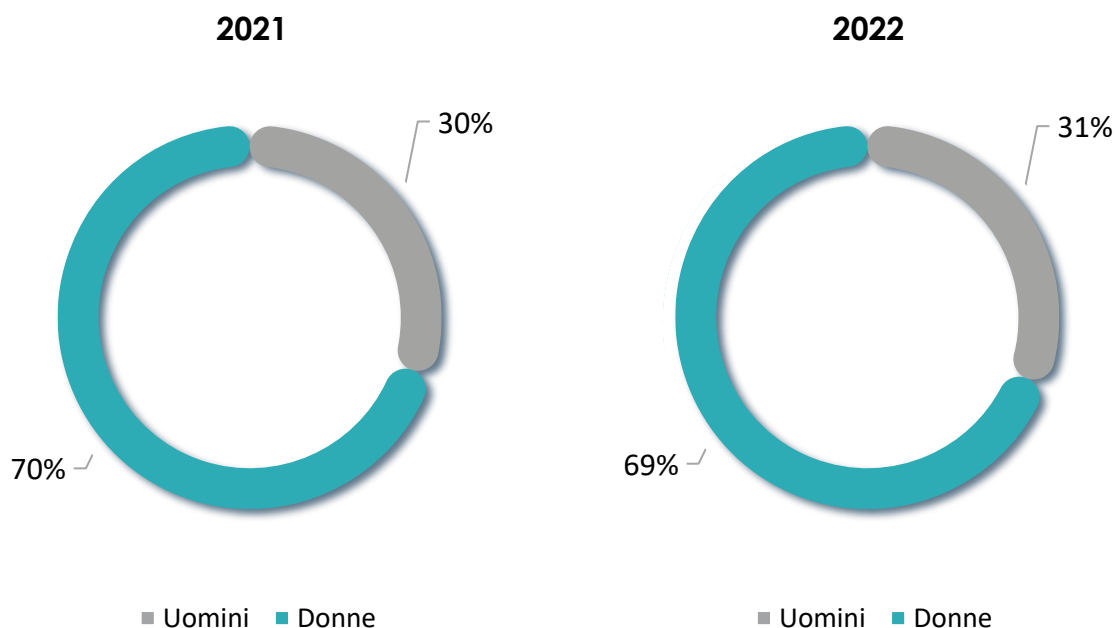
4.1 Le persone di Assicoop

[GRI 2-7, 2-8]

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 2022 le persone impiegate in Assicoop Romagna Futura sono state 228, di cui 143 dipendenti (44 uomini e 99 donne) e 85 collaboratori in libera professione. Rispetto all'esercizio 2020 il numero complessivo delle risorse umane ha registrato una leggera diminuzione (-3) mentre è leggermente aumentato il numero del personale dipendente (+4).

Le risorse umane di Assicoop Romagna Futura 2021-2022			
	Dipendenti	Collaboratori in libera professione	Totale
2021	143	87	230
2022	143	85	228

Dipendenti di Assicoop Romagna Futura per genere



Le figure più comuni tra i collaboratori in libera professione sono il subagente di assicurazioni e il consulente finanziario, il cui rapporto viene determinato da un contratto di agenzia stipulato direttamente fra le parti. Entrambe le figure assumono stabilmente l'incarico di promuovere, conservare e sviluppare affari assicurativi e collocare prodotti bancari standardizzati per conto dell'Agenzia svolgendo l'incarico stesso con carattere di abitudine e prevalenza. In particolare, raccolgono proposte di assicurazione nei rami gestiti da UnipolSai Assicurazioni S.p.A. e da UniSalute (da ottobre 2022) rappresentate dall'Agenzia.

4.2 Valorizzazione dei collaboratori

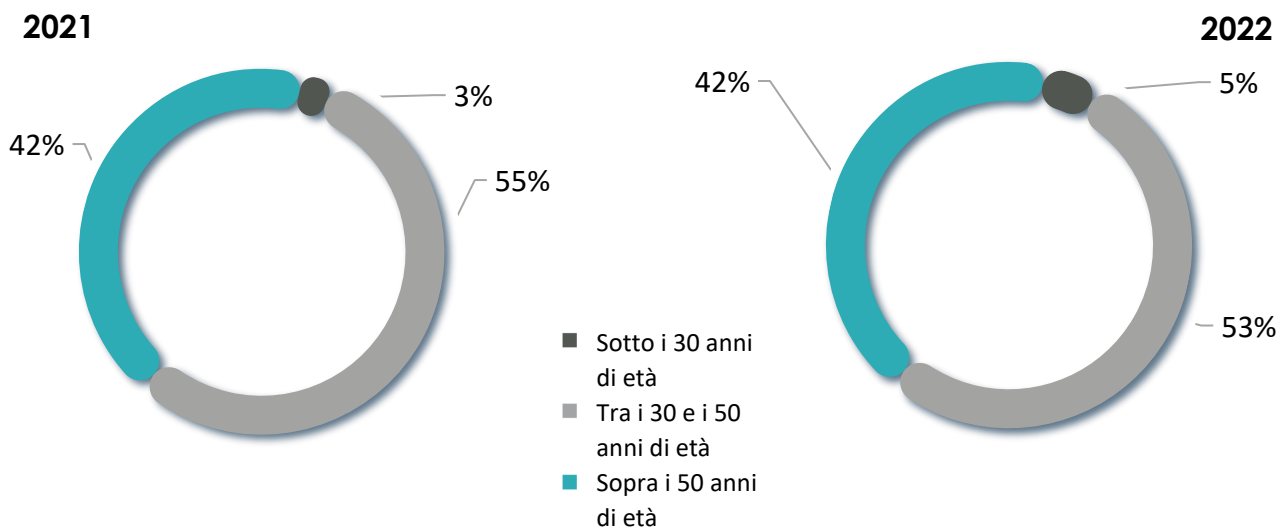
[GRI 2-30, 3-3, 405-1]

Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2022 l'insieme del personale di Assicoop Romagna Futura è così composto: 1 dirigente (1 uomo), 15 quadri (14 uomini e 1 donna), 127 impiegati (29 uomini e 98 donne). Tutto il personale dipendente e dirigente di Assicoop Romagna Futura è coperto dai rispettivi CCNL. Per quanto riguarda la suddivisione per genere, complessivamente nel corso del 2022 le donne rappresentano il 69,2% dei dipendenti (dato stabile rispetto agli anni precedenti), seppur con diverse percentuali di composizione nelle diverse categorie d'inquadramento. Nel corso del 2022 i dipendenti appartenenti alle categorie protette²² sono pari a 9 (2 uomini e 7 donne).

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	43	100	143
- di cui dirigenti	1	-	1
- di cui quadri	14	1	15
- di cui impiegati	28	99	127
Totale dipendenti 2022	44	99	143
- di cui dirigenti	1	-	1
- di cui quadri	14	1	15
- di cui impiegati	29	98	127

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fascia d'età, nel 2022 il 53% (76 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 42% (60 persone) ha più di 50 anni ed il 5% (7 persone) ha un'età inferiore ai 30 anni.

Dipendenti di Assicoop Romagna Futura per fasce d'età



²² 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).

4.3 Qualità della vita in azienda

[GRI 3-3]

Un aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti.

A riguardo, nel 2022 la quasi totalità dei dipendenti (141, + 3 rispetto al 2020) 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 18,2% dei dipendenti (26 persone) ha un contratto part-time. La totalità del personale che ha fatto riferimento a tale istituto contrattuale è composta dal genere femminile.

[GRI 2-7]

Totale dipendenti per tipo di contratto e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	43	100	143
- di cui a tempo indeterminato	43	97	140
- di cui a tempo determinato	-	3	3
- di cui a tempo pieno	42	74	116
- di cui a tempo parziale	1	26	27
Totale dipendenti 2022	44	99	143
- di cui a tempo indeterminato	43	98	141
- di cui a tempo determinato	1	1	2
- di cui a tempo pieno	44	73	117
- di cui a tempo parziale	-	26	26

Nel periodo 2021-2022 Assicoop Romagna Futura ha assunto 19 persone, di cui 7 con un'età inferiore a 30 anni.

[GRI 401-1]

Dipendenti assunti e cessati per età e genere 2021 e 2022		
	2021	2022
Totale dipendenti assunti	11	8
Sotto i 30 anni	4	3
- di cui uomini	1	2
- di cui donne	3	1
Tra i 30 e 50 anni	7	5
- di cui uomini	2	1
- di cui donne	5	4

Totale dipendenti cessati	7	8
Tra i 30 e 50 anni	2	2
- di cui uomini	-	1
- di cui donne	2	1
Sopra i 50 anni	5	6
- di cui uomini	3	1
- di cui donne	2	5

Per quanto sopra è evidente come stia proseguendo un processo di rinnovamento della struttura, pur con tutte le difficoltà di reperimento risorse che coinvolge tutto il mercato del lavoro ed anche il nostro settore. Questo rinnovamento è indispensabile e ha l'obiettivo da un lato di avere profili più aderenti alle mutate esigenze del cliente, dall'altro di salvaguardare colleghi e colleghe che rappresentano elemento di qualificazione del servizio per l'esperienza maturata e per la conoscenza profonda dei clienti e del territorio.

In questo ambito i processi formativi svolti sia con figure professionalizzate interne che attraverso professionisti e società esterne, sono tesi a creare percorsi di valorizzazione delle peculiarità individuali, tenendo conto delle specificità dei diversi ruoli e profili.

Un altro aspetto rilevante in termini di stabilità legata alla gestione del personale è rappresentato dal tasso di turnover che si attesta al 2,8% nel 2021 e allo 0% nel 2022 non influenzando quindi la continuità produttiva e la stabilità organizzativa.

Turnover dei dipendenti per età e genere 2021 e 2022²³

	2021	2022
Tasso di assunzione per genere	7,7%	5,6
- uomini	7,0%	6,8%
- donne	8,0%	5,1%
Tasso di cessazioni per genere	4,9%	5,6%
- uomini	7,0%	4,5%
- donne	4,0%	6,1%
Tasso di turnover per genere	2,8%	0,0%
- uomini	0,0%	2,3%
- donne	4,0%	-1,0%
Tasso di assunzione per fasce d'età	7,7%	5,6%
- sotto i 30 anni di età	80,0%	42,9%
- tra i 30 e 50 anni di età	9,0%	6,6%
- sopra i 50 anni di età	0,0%	0,0%

²³ Le percentuali del tasso di assunzione e cessazione riportate all'interno della tabella sono il risultato del rapporto con il numero totale di dipendenti suddivisi per genere e fasce d'età al 31 dicembre. Le percentuali del tasso di turnover sono il risultato del rapporto tra la somma dei dipendenti entrati e usciti con il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

Tasso di cessazioni per fasce d'età	4,9%	5,6%
- sotto i 30 anni di età	0,0%	0,0%
- tra i 30 e 50 anni di età	2,6%	2,6%
- sopra i 50 anni di età	8,3%	10,0%
Tasso di turnover per fasce d'età	2,8%	0,0%
- sotto i 30 anni di età	80,0%	42,9%
- tra i 30 e 50 anni di età	6,4%	3,9%
- sopra i 50 anni di età	-8,3%	-10,0%

A fine 2022 si è commissionato ad una società esterna un aggiornamento della valutazione del rischio sullo stress lavoro-correlato, svolto nel 2019, che verrà elaborato per l'esercizio 2023 e che, pur con il limite di indagare i soli lavoratori dipendenti, fornisce utile supporto per evidenziare la percezione dei collaboratori nello svolgimento della propria professione, nella relazione con l'azienda e i colleghi e le prospettive a medio e lungo periodo; di tale indagine verrà data informazione al Consiglio di Amministrazione ed alla struttura.

4.4 Formazione e sviluppo professionale

[GRI 3-3, 404-2]

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 driver 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.

Stanno proseguendo, oltre a quanto previsto come formazione obbligatoria per l'esercizio della professione per quanto riguarda l'iscrizione IVASS dei singoli collaboratori, i percorsi di formazione per i temi della sicurezza aziendale ed anche i percorsi di crescita individuale negli ambiti della gestione del tempo, della riconoscibilità (esterna e personale) del ruolo, della capacità di interagire con le diverse professionalità specialistiche che operano in azienda.

Nello specifico, sono state erogate 8.088 ore di formazione nel 2021 (4.534 ai dipendenti e 3.554 ai collaboratori) e 7.481 ore nel 2022 (4.106 ai dipendenti e 3.375 ai collaboratori) relativamente agli obblighi di formazione per l'aggiornamento professionale in materia di sicurezza, privacy, antiriciclaggio e normativa IVASS, previsti dalle disposizioni di legge per gli operatori del settore assicurativo. La formazione specifica del personale riguarda la conoscenza delle caratteristiche tecnico/gestionali dei prodotti intermediati e lo sviluppo di competenze di tipo commerciale per l'attività di vendita, con particolare attenzione al rapporto con la clientela. Relativamente all'annualità 2022, 15 dipendenti non hanno effettuato tale tipo di formazione in quanto non intermediano prodotti assicurativi.

[GRI 404-1]

Ore medie di formazione ai dipendenti per genere		
	2021	2022
Ore totali di formazione	4.535	4.106
- ai dipendenti uomini	1.461	1.277
- ai dipendenti donne	3.073	2.829
Ore medie di formazione per dipendente²⁴	32	29
Ore medie di formazione uomini	34	29
Ore medie di formazione donne	31	29

Ore medie di formazione ai dipendenti per categoria di inquadramento		
	2021	2022
Ore totali di formazione	4.535	4.106
- Dirigenti	33	30
- Quadri	443	363
- Impiegati	4.058	3.713
Ore medie di formazione per dipendente	32	29
Ore medie di formazione dirigenti	33	30
Ore medie di formazione quadri	30	24
Ore medie di formazione impiegati	32	29

Oltre alle ore di formazione obbligatoria riportate nelle tabelle, particolarmente rilevante è stata la formazione erogata per progettualità strategiche di evoluzione delle competenze:

- **Progetto New Generation:** percorso di tirocinio retribuito di 6 mesi frequentato, nel 2022, da 4 persone (950 ore per ogni tirocinante);
- **Formazione in ambito "Sicurezza sul Lavoro"** pari a 312 ore nel 2021 e 322 ore nel 2022 complessive;
- **Formazione Coaching 2022:** percorso rivolto a 5 Colleghi che per ciascuno prevedeva 80 ore di aula e 20 di Project Work, per un totale complessivo di 500 ore.

PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop ha ripreso e rilanciato 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.

Attraverso una campagna di recruitment multicanale sono stati selezionati **4 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.

²⁴ Il numero medio di ore di formazione per dipendente è il risultato del rapporto tra il numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti e il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

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 sono i protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua, alternando formazione in aula e sperimentazione direttamente sul campo. I neo-consulenti, frequentando le Agenzie, hanno avuto modo di toccare con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come il mondo Assicoop.

4.5 Salute e sicurezza

[GRI 403-1, GRI 403-2]

Il rispetto della normativa sulla Sicurezza dei luoghi di lavoro e la tutela della salute delle persone di Assicoop rappresenta una priorità dell'Associazione.

Assicoop Romagna Futura gestisce in modo organico il tema della sicurezza sul luogo di lavoro. In azienda è presente un Dirigente della Sicurezza e un Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP).

All'interno dell'azienda, esiste un sistema di gestione in materia di salute e sicurezza sul lavoro, il quale è gestito da una società esterna specializzata nell'assistenza e nella gestione degli adempimenti normativi legati al D. Lgs. 81/08. Il Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP), a sua volta, è un soggetto esterno che fa parte dell'organico di questa società dedicata. Nelle sedi in gestione diretta è stato individuato un Preposto alla sicurezza e, a seconda delle dimensioni dell'ufficio, uno o più addetti al primo soccorso ed antincendio. Tutte le figure indicate, precedentemente alla nomina della mansione assegnata, hanno effettuato corsi di formazione specifici.

I lavoratori sono regolarmente sottoposti a visite mediche condotte dal medico competente, il quale effettua anche sopralluoghi periodici nei luoghi di lavoro. La società esterna redige periodicamente il **documento di Valutazione dei Rischi (DVR)** e, con frequenza triennale, la Valutazione preliminare dei rischi da stress lavoro correlato, mentre l'RSPP si occupa di svolgere periodicamente, nelle varie sedi, la prova di evacuazione. Una volta all'anno si tiene la "Riunione Periodica di Prevenzione e Protezione" alla quale partecipa il Datore di Lavoro, l'RSPP, l'RLS e il medico competente. Non tutti i lavoratori e i luoghi di lavoro rientrano all'interno della sfera di controllo del datore di lavoro in quanto trattasi di liberi professionisti. In caso di eventi infortunistici avvenuti all'interno dell'ambiente di lavoro viene fatta un'analisi dall'RSPP per valutare eventuali possibilità di miglioramento. Ai lavoratori è stato messo a disposizione sulla Intranet Aziendale l'Organigramma Aziendale per la Sicurezza dove sono indicate tutte le figure coinvolte nell'ambito della sicurezza: Datore di Lavoro, Dirigente, ASPP, RSPP, RLS, Medico Competente, Preposti e Addetti Antincendio e Primo Soccorso.

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; l'aggiornamento di tale indagine è stato avviato nei primi mesi del 2023.

[GRI 403-5]

Nell'ambito della sicurezza sui luoghi di lavoro, nel corso dell'anno 2022, sono stati erogati complessivamente **58 corsi per un totale di 322 ore di formazione**. Rispetto a tali tematiche, 248 sono le ore relative ai corsi frequentati per la prima volta mentre 74 sono le ore relative ai corsi di aggiornamento e rinnovo delle abilitazioni conseguite:

- Corso di aggiornamento per "Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza" della durata di 8 ore in modalità webinar;
- Corso di formazione per la sicurezza "Elementi di primo soccorso" (versione base ed aggiornamento). Al corso "versione base" da 12 ore hanno partecipato 4 dipendenti, alla versione "aggiornamento" da 4 ore hanno partecipato 4 dipendenti. I corsi sono stati effettuati con un docente in presenza;
- Corso di formazione per "Addetti Antincendio" (versione base ed aggiornamento). Alla "versione base" da 4 ore con docente in presenza, comprensiva di prova pratica, hanno partecipato 22 colleghi, mentre alla versione "aggiornamento" da 2 ore hanno partecipato 7 colleghi;
- Corso di "Formazione particolare aggiuntiva per Preposti", della durata di 8 ore in modalità webinar, a cui hanno partecipato 5 colleghi suddivisi in 2 diverse sessioni.

Relativamente ai Colleghi "neo assunti", in collaborazione con la società di formazione, sono stati organizzati i corsi obbligatori per dipendenti "Lavoratori parte generale" e "Informazione generale rischi specifici", della durata di complessive 8 ore in modalità e-learning. Il corso obbligatorio Salute e Sicurezza "Aggiornamento" della durata di 6 ore è stato frequentato da 6 Colleghi. La formazione è obbligatoria e le spese della stessa, oltre agli eventuali costi relativi ai trasferimenti, sono a carico dell'Azienda.

5 Soluzioni innovative per la clientela

5.1 Qualità del servizio

[GRI 3-3]

In riferimento al processo di innovazione organizzativa si è dato seguito al lavoro svolto in collaborazione con le altre Assicoop, che prevedeva l'attivazione di diversi cantieri per massimizzare la dimensione di prossimità nei confronti del cliente e teso a migliorare il servizio al cliente stesso, formulando soluzioni adeguate alle diverse categorie di clienti retail.

Questa modalità operativa riesce a coniugare al meglio il modello distributivo della Compagnia che attraverso gli ecosistemi mette al centro il cliente nei diversi momenti della vita, mettendo a disposizione figure ad alta specializzazione professionale nei diversi ambiti, mantenendo fermi la vocazione al cliente e al territorio, e al tempo stesso rispondendo ad esigenze normative dettate dalla Insurance Distribution Directive (IDD).

Le diverse figure specialistiche, siano esse Family Welfare Specialist, Business Specialist, dedicate al noleggìo a lungo termine o altro, garantiscono un alto livello di servizio con competenze mirate e con la possibilità di supporto tra colleghi mettendo a disposizione la propria professionalità.

5.2 Innovazione del modello di servizio

[GRI 3-3]

Anche a seguito della pandemia, Assicoop Romagna Futura ha registrato una diversa percezione da parte dei clienti dei modelli di servizio attesi.

Si è unita a una nuova e più marcata esigenza di consulenza professionale, la necessità di poter dialogare con il proprio fornitore di consulenza assicurativa o Beyond, sia sotto il profilo della Compagnia che sotto il profilo di Assicoop, e la volontà di poter utilizzare touchpoint online e offline pienamente integrati fra di loro, che possono essere l'agenzia ma anche l'app, l'area riservata o i social media.

In questo ambito il tema della **omnicanalità** lanciato con forza da UnipolSai rappresenta una risposta appropriata che impone a tutti di saper interagire nelle diverse modalità; solo parzialmente la revisione del modello di servizio, attraverso la sempre crescente specializzazione dei dipendenti e collaboratori o la costituzione di un'unità operativa dedicata (denominata agenzia digitale), consente di essere all'altezza delle **esigenze dei clienti** offrendo elevati standard di servizio, come nella tradizione di Assicoop Romagna Futura.

Per questo motivo, Assicoop continua ad **investire nei percorsi formativi** che trasformino le competenze acquisite in un patrimonio personale. Questo processo inizia con i nuovi inserimenti e coinvolge tutte le operazioni, che comprendono l'uso degli strumenti informatici in vari contesti, l'assistenza ai clienti, la gestione delle loro esigenze e la risoluzione dei problemi.

È essenziale che questo processo sia accompagnato da una costante attenzione all'aggiornamento delle informazioni inserite nel sistema. Ciò permette di sviluppare le soluzioni migliori, anche operando a più

mani sul contesto personale, familiare, aziendale dei clienti effettivi o potenziali, sia in ambito assicurativo che beyond, preso atto che esigenze e necessità cambiano con il modificarsi dei contesti personali e sociali.

Tali percorsi si scontrano anche con le normali resistenze al cambiamento tipiche di ognuno, soprattutto in profili di lungo percorso, ad alta professionalità e con esperienze che hanno sempre saputo rispondere alle esigenze dei clienti; in questi casi l'impegno all'affiancamento e alla messa a disposizione di ulteriori supporti è fondamentale.

Oggi Assicoop Romagna Futura utilizza strumenti di monitoraggio dei clienti che utilizzano le diverse modalità di contatto. Per quanto riguarda l'utilizzo della firma elettronica a distanza (F.E.A.), nel 2022 circa il 50% dei clienti ha aderito, generando oltre 92.000 movimentazioni.

Firma Elettronica Avanzata (F.E.A.) – Statistiche 2021-2022		
	2021	2022
Adesione clienti (n.)	33.717	37.625
Adesione clienti (%)	43,9%	50%
Movimentazione F.E.A.	78.187	92.517
Agenzie attivate	15	15
Punti vendita attivati	54	54

Nel biennio 2021-2022 l'obiettivo F.E.A. si è trasformato in Indice Digitale. Tale nuovo parametro tiene in considerazione il parametro F.E.A. ma aggiunge anche le quietanze trasmesse da remoto (le quietanze inviate tramite mail alla clientela che non necessitano di firma), i rinnovi digitali (i rinnovi che possono pagare i clienti tramite Area Riservata) e riesce a meglio rappresentare la reale digitalizzazione dei rapporti con i clienti.

L'indice di digitalizzazione nel corso del 2021 si è assestato al 38% e nel 2022 al 46,9%, dati che superano abbondantemente gli obiettivi stabili e che ci permettono di affermare che quasi un cliente su due è gestito anche digitalmente.

Nel corso del 2022 circa il 2% dei clienti ha effettuato pagamenti online.

Indice digitale		
	2021	2022
Indice digitale	38%	46,9%

Diventa sempre più frequente anche l'utilizzo autonomo da parte dei clienti della preventivazione autonoma, tale necessità trova risposta nell'Agenzia Digitale che si è occupata del ricontatto della clientela che, autonomamente, ha effettuato richieste tramite App e/o Sito Web della Compagnia. Tale attività ha permesso il collocamento di 87 nuovi contratti tramite i canali digitali di Compagnia e di 44 nuovi contratti a sottoscritti grazie al contatto successivo con i collaboratori per approfondire contenuti e possibili soluzioni alternative. Questa nuova modalità ("omnicanalità") necessita di una diversa capacità di servizio e un'attenzione particolare alle diverse esigenze dei clienti e, sebbene al momento i numeri siano ancora relativamente limitati, abbiamo riscontrato che il premio medio dei prodotti venduti tramite

l'intermediazione dell'Agenzia digitale è più elevato rispetto a quello dei prodotti acquistati direttamente dai clienti in autonomia tramite il canale digitale della Compagnia.

Nel corso del 2021, le notifiche generate dall'area riservata della Compagnia e gestite dall'Agenzia digitale sono state 654, che sono diventate 794 nel corso del 2022.

Relativamente all'anno 2022 la gestione delle notifiche e dei contatti, nel 100% dei casi, è avvenuta entro 1 giorno lavorativo, dato molto migliore rispetto all'obiettivo di Compagnia che è pari a 2 giorni.

Agenzia digitale		
	2021	2022
Richieste da APP-Sito Web	654	794
Contatti Multicanalità	-	619
Totale Contatti gestiti da Agenzia Digitale	654	1413

Vendita Omnicanale 2022			
Tipologia Prodotti	Polizze Sottoscritte	APP/Area Riservata	Agenzia Digitale
Totale prodotti collocati	131	89	44
Infortuni	1	2	1
Viaggi	52	43	9
Casa&Servizi	38	8	30
Cane&Gatto	40	36	4

5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia

[GRI 3-3]

Elemento che caratterizza la relazione con la Compagnia è la capacità di Assicoop Romagna Futura di recepire le strategie di distribuzione di UnipolSai adattandole ed adeguandole alla propria struttura e alle esigenze del mercato su cui opera, ricercando, attraverso il perseguimento di queste strategie, la tutela e la cura delle persone e delle aziende del territorio. Una ricerca che fa leva su tre fattori di distintività:

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

Specializzazione della rete di vendita

Nel corso del biennio in osservazione, Assicoop Romagna Futura ha continuato a aderire 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, sono stati 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 lavorano in azienda.

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.

6 Sostegno e collaborazione per il territorio

6.1 Relazione con la comunità

[GRI 3-3, 2-6]

La caratteristica distintiva di Assicoop è l'**ancoraggio territoriale**, la diffusione capillare della rete di distribuzione e la chiarezza delle proposte assicurative. Assicoop Romagna Futura opera, attraverso **54 punti vendita**, nei territori di Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini, in cui ha radicate e solide reti territoriali e da sempre si impegna nella promozione dello sviluppo locale attraverso iniziative sociali, culturali, artistiche e ambientali. Essendo attori attivi nella comunità, Assicoop Romagna Futura ha la sua forza nel rapporto diretto con il territorio, combinando tradizione e innovazione, e mantenendo una stretta vicinanza con i clienti grazie all'esperienza nel fornire servizi nel corso degli anni.

Assicoop Romagna Futura è una realtà imprenditoriale assicurativa che ha sviluppato sempre più intensamente un senso di responsabilità verso la comunità di riferimento. Ciò ha permesso di prendere parte, negli anni, a molteplici iniziative sia interne che esterne per la promozione dello sviluppo locale. Nel corso del 2022 sono state rendicontate **liberalità** per un **valore complessivo di € 49.100**, mentre **l'investimento in attività di sponsorizzazione è stato di € 264.915**; tali importi sono tornati ad essere in media con gli anni precedenti alla pandemia da Covid-19.

[GRI 203-1]

Investimenti nella comunità		
	2021	2022
Totale	263.680 €	314.015 €
Liberalità	65.978 €	49.100 €
Sponsorizzazioni	197.702 €	264.915 €

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; ovviamente parte delle iniziative negli ultimi anni, principalmente in ambito sportivo e culturale, hanno subito rallentamenti o ridimensionamenti a seguito del Covid-19.

Tra queste, rileva 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 convintamente coinvolta nella realizzazione del **Progetto "Prime Center"**, 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 sopprimerli da soli, dalla propria abitazione ai luoghi di cura e viceversa.

Nell'ambito del mondo del volontariato e della promozione sociale, è proseguito il supporto all'"Associazione Sostenitori e Amici della Polizia Stradale (A.S.A.P.S.) - APS" al fine di favorire e rafforzare la

conoscenza e le azioni per la crescita della cultura della sicurezza stradale e la promozione delle politiche di sicurezza e legalità.

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 Diego Fabbri”, il teatro di Forlì, che ospita una rassegna teatrale dedicata al teatro di prosa.

Nell’ambito sportivo la mission è di promuovere le attività sportive fra i giovani e giovanissimi nel territorio della Romagna. In particolare, Assicoop Romagna Futura sponsorizza alcune società sportive in ambito pallavolistico.

Nel corso del 2022, in occasione dei 10 anni dalla costituzione della nuova società, Assicoop Romagna Futura, si è deciso di fare un ulteriore intervento di sostegno al territorio, acquistando e donando **defibrillatori automatici** a buona parte degli **istituti scolastici** delle provincie di Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini.

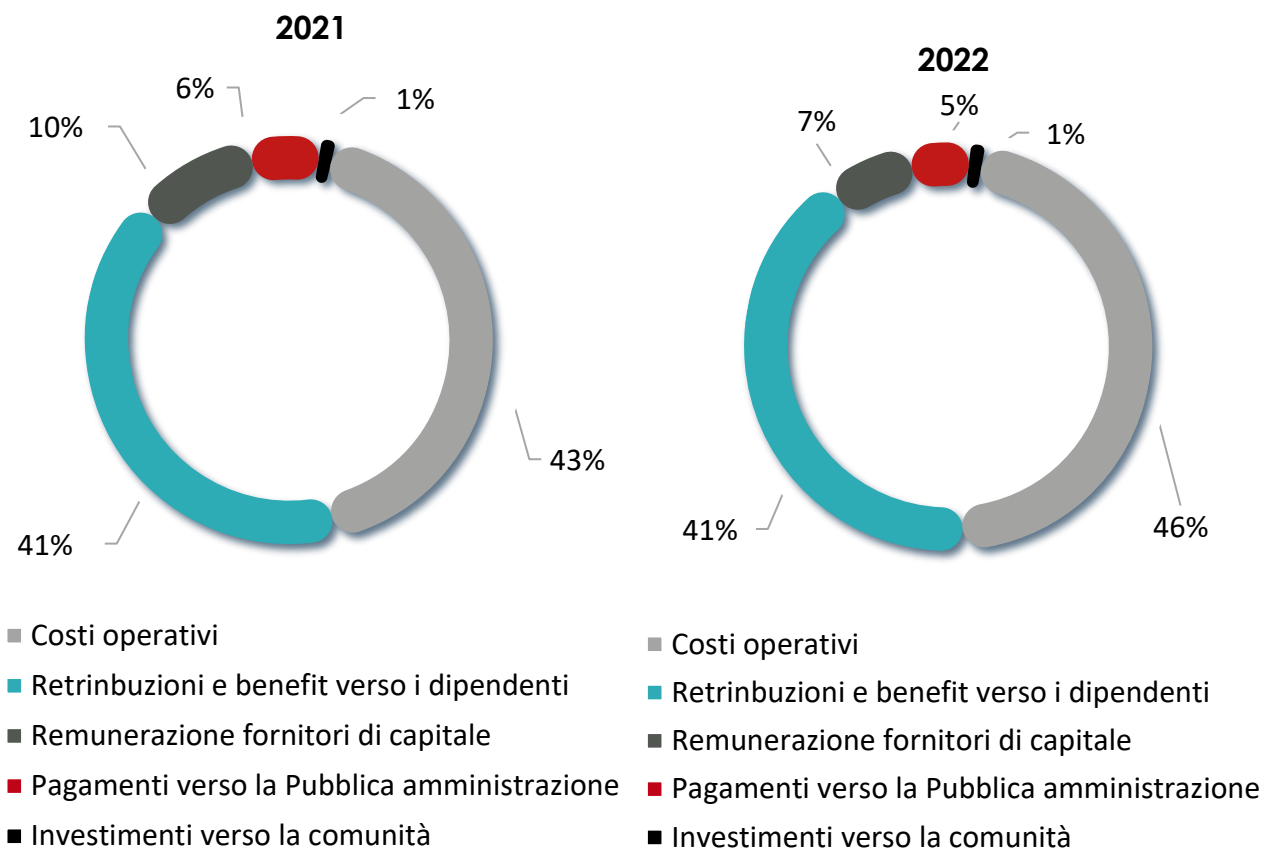
Relativamente alle iniziative a supporto del mondo del lavoro Assicoop Romagna Futura ha contribuito alla realizzazione di percorsi di valorizzazione delle piccole imprese territoriali e delle progettualità tese a riqualificare i modelli operativi nella fase di avvento del Covid-19.

[GRI 201-1]

Assicoop Romagna Futura si impegna inoltre a generare valore per i propri stakeholder. Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata da 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. 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 2022 ammonta a € **18.964.823** (circa 19 mln nel 2021). Di seguito è presentata la disaggregazione dal dato relativo al valore distribuito, che ammonta a € 18.217.632 (circa 18,3 mln nel 2021). Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a € 747.191 (€ 739.394 nel 2021).

Valore economico distribuito



6.2 I partner per la creazione di valore

[GRI 2-6]

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 2022 Assicoop Romagna Futura ha in attivo la collaborazione con **44 maggiori fornitori** che erogano servizi di pulizia, manutenzione e riparazione, forniture di cancelleria e stampanti, utenze, servizi postali e telefonici, apparecchiature elettroniche e impianti tecnologici.

I partner per la creazione di valore		
	2021	2022
Fornitura di utenze	8	7
Servizi di pulizia	4	3
Servizi postali e telefonici	4	3
Locazione e apparecchiature	30	25
Cancelleria, stampanti ed altro	6	6

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono le Organizzazioni Socie, i broker, le coassicuratrici (servizi di intermediazione) e i professionisti per incarichi specifici. Nel corso del 2020 Assicoop Romagna Futura ha collaborato con **55 realtà per i servizi di intermediazione** (broker e coassicuratrici).

7 L'attenzione all'ambiente

7.1 Tutela dell'ambiente

[GRI 3-3]

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.

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.

7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali

Assicoop Romagna Futura, 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 biennio 2021-2022 riguardanti la produzione di alcuni rifiuti specifici come toner e carta e il consumo delle risorse energetiche nel periodo di rendicontazione considerato.

[GRI 301-1]

Principali materiali consumati		
	2021	2022
Totale carta utilizzata	35.490 kg	25.002 kg
- di cui carta riciclata	86%	82%
Toner e cartucce (pezzi acquistati)	108	66
Toner e cartucce (valore dell'acquisto)	5.390 €	5.325 €

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.

[GRI 302-1]

Consumo totale di energia (GJ) ²⁵		
	2021	2022
Totale energia consumata	3.928	4.212
Gas naturale	658	661
Consumo derivante da teleriscaldamento	-	110

²⁵ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Energia elettrica acquistata	1.864	1.950
- di cui da fonti non rinnovabili	1.847	1.824
- di cui da fonti rinnovabili	17	15
Auto aziendali a benzina	7	4
Auto aziendali a gasolio	1.400	1.487

[GRI 302-3]

Intensità energetica		
	2021	2022
Intensità energetica per mq (GJ/mq)	0,67	0,75
Intensità energetica per dipendente (GJ/dip.)	27,47	29,46

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 dal 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, importata e consumata all'interno dell'organizzazione.

[GRI 305-1, 305-2]

Emissioni di Scope 1 e 2 (tCO ₂ eq.) ²⁶		
	2021	2022
Scope 1	142,5	149,3
Scope 2 (location-based)	144,6	141,5

²⁶ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Indice dei contenuti GRI Assicoop Romagna Futura

Dichiarazione d'uso	Assicoop Romagna Futura ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° Gennaio 2022 – 31 Dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

STANDARD GRI	INFORMATIVA	UBICAZIONE/NOTE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Compagine sociale
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Compagine sociale 6.1 Relazione con la comunità 6.2 I partner per la creazione del valore
	2-7 Dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop 4.3 Qualità della vita in azienda
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.2 Le cariche sociali
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 La governance di Assicoop Romagna Futura
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	2.1 La governance di Assicoop Romagna Futura
	2-30 Contratti collettivi	4.2 Valorizzazione dei collaboratori
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione del tema materiale	2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale 3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale 4.2 Valorizzazione dei collaboratori 4.3 Qualità della vita in azienda 4.4 Formazione e sviluppo professionale 5.1 Qualità del servizio 5.2 Innovazione del modello di servizio 5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia 6.1 Relazione con la comunità 7.1 Tutela dell'ambiente

GRI 201: Performance Economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.1 Relazione con la comunità
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	6.1 Relazione con la comunità
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.3 Qualità della vita in azienda
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.5 Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
GRI 404: Formazione ed istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.4 Formazione e sviluppo professionale
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	4.4 Formazione e sviluppo professionale
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.2 Le cariche sociali 4.2 Valorizzazione dei collaboratori

Assicoop Toscana

Bilancio di Sostenibilità

2021-2022



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 2021-2022, 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.

1 Identità e storia

1.1 Compagine sociale

[GRI 2-1]

Assicoop Toscana S.p.A. è una società per azioni a titolarità privata, con sede legale a Siena in Via Zani n.7, e una sede secondaria a Firenze in Via B. Dei, 19. Assicoop Toscana opera principalmente in Italia, ma offre i suoi servizi anche in Finlandia, Francia, Germania e Romania, operando in regime di Libertà di Prestazione di Servizi (LPS).

I soci di Assicoop Toscana rappresentano a livello locale il mondo dell'imprenditoria, dell'artigianato, del commercio, dell'agricoltura, del turismo e dei servizi (Legacoop, CIA, CNA, Confesercenti). Nella compagine sociale sono presenti le Organizzazioni datoriali espressione dei territori di riferimento di Assicoop Toscana, nonché espressione della Legacoop della Toscana (CCCP Srl); UnipolSai Finance S.p.A. è invece una Società finanziaria del Gruppo Unipol, mentre Pegaso Finanziaria Spa rappresenta una Società finanziaria di Legacoop Emilia-Romagna.

Struttura dell'azionariato: quote detenute da ciascun azionista

UnipolSai Finance S.p.A	49,77%
CCCP Srl	19,71%
CONF IMM	2,71%
CNA Siena	2,71%
CIA Firenze Servizi Srl	0,25%
Pegaso Finanziaria S.p.A.	19,91%
CIA Siena	2,71%
CNA Firenze	2,23%

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 agli 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 nel tessuto sociale.

Assicoop Toscana nasce il 1° 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.

Uno sguardo verso gli orizzonti futuri

Assicoop Toscana, attraverso un gruppo di lavoro interno, ha lavorato ad una revisione del modello organizzativo, entrato in vigore a partire dal 2021, puntando sulla specializzazione per Canali distributivi. Tale modello organizzativo consente di migliorare la qualità nel servizio di consulenza ai clienti e, unitamente all’utilizzo di strumenti moderni e innovativi, mette in condizione di rispondere in modo competitivo alle sfide emergenti e con esse ai nuovi bisogni dei clienti.

Obiettivo 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. Nel 2022 sono state svolte 8.076 ore totali di formazione ai dipendenti e collaboratori (8.188 nel 2021), come menzionato nel paragrafo “Formazione e sviluppo professionale” di questo documento. A partire dal 2021 Assicoop Toscana partecipa al percorso denominato New Generation, con il supporto della Compagnia e della società di consulenza SCS Consulting, con l’obiettivo di potenziare e implementare le proprie strutture con giovani neo laureati, inserendoli nelle 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. Nel capitolo “Le persone, la nostra risorsa”, si approfondiranno ulteriormente i risultati ottenuti attraverso il percorso New Generation e l’impatto positivo che ha avuto sulle operazioni aziendali.

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 clienti servizi e strumenti per una efficace relazione basata sull’omnicanalità. 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 ha come modalità di relazione e applicazione di processi commerciali esclusivamente digitali, utilizzando la tecnologia a disposizione grazie alle innovazioni apportate dalla Compagnia.

2 Governance e cariche sociali

2.1 La governance di Assicoop Toscana

La mission di Assicoop è la creazione di valore per tutti i soggetti direttamente coinvolti nelle attività sociali: azionisti/soci, clienti e dipendenti. Tale obiettivo è perseguito attraverso l'offerta di beni, servizi e soluzioni che Assicoop ritiene essere in linea con le esigenze del mercato.

La struttura di governo societario è articolata su un modello organizzativo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- Assemblea degli azionisti/soci, organo che rappresenta l'interesse della generalità della compagine sociale e che ha il compito di prendere le decisioni più rilevanti per la vita della società, nominando il consiglio di amministrazione, approvando il bilancio e modificando lo statuto;
- Consiglio di Amministrazione, che opera per il tramite degli amministratori delegati;
- Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale. Ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi e detiene, entro l'ambito dell'oggetto sociale, tutti i poteri che per legge o per Statuto non siano espressamente riservati all'assemblea e ciò al fine di provvedere all'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

[GRI 2-14, 2-17]

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato da una sessione riunita dei Consigli di Amministrazione delle Assicoop.

Al fine di promuovere le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza relative allo sviluppo sostenibile tra i membri del Consiglio di Amministrazione, a partire dal 2023, i membri del Consiglio di Amministrazione di Assicoop parteciperanno a sessioni di formazione dedicate alle tematiche della sostenibilità e al quadro normativo ESG.

2.2 Le cariche sociali

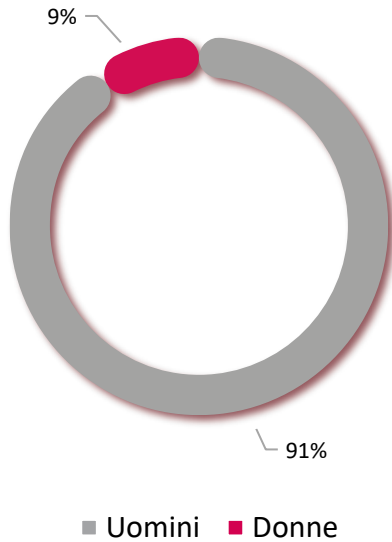
[GRI 2-9, 2-11, 405-1]

Il Consiglio di Amministrazione, noto come CdA, è composto da 11 membri. In conformità allo Statuto, questi membri includono un Presidente, un Vicepresidente e un Amministratore Delegato. Il Presidente, il quale non ricopre incarichi dirigenziali, assume il ruolo di rappresentante legale, il Vicepresidente agisce in sua vece in caso di assenza o impedimento e l'Amministratore Delegato è investito dei poteri di rappresentanza aziendale. Non sono previsti comitati all'interno del Consiglio di Amministrazione. Il Collegio Sindacale svolge un ruolo di vigilanza per garantire il rispetto della legge, dello Statuto sociale e dei principi di corretta amministrazione.

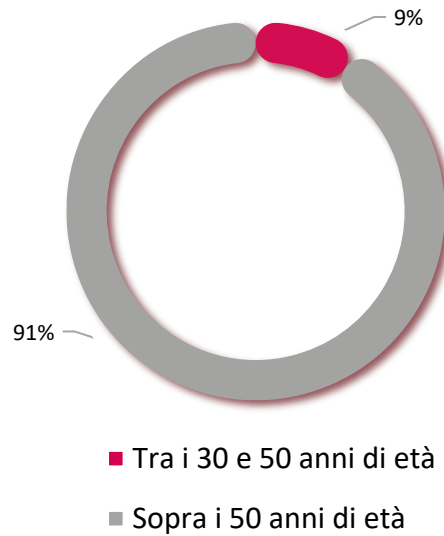
Il mandato dei membri del CdA ha una durata di tre anni. Degli undici membri, tre sono esecutivi e otto sono non esecutivi, e tutti sono indipendenti. Inoltre, dieci membri sono di genere maschile e uno di

genere femminile; in termini di età, uno ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre gli altri dieci hanno un'età superiore ai 50 anni. I membri del CdA agiscono come rappresentanti dei Soci di Assicoop.

Membri del CdA per genere



Membri del CdA per età



La composizione del CdA e del Collegio Sindacale è rappresentata nell'infografica seguente.



[GRI 2-10]

Al termine del mandato del CdA, i soci rappresentanti della società presentano le candidature per i nuovi membri del Consiglio di Amministrazione. Durante l'ultima assemblea, dopo l'approvazione del bilancio, vengono annunciati i nuovi candidati, il nuovo CdA viene nominato, e durante la prima riunione esso elegge il Presidente, il Vicepresidente e l'Amministratore Delegato, assegnando anche incarichi e retribuzioni. La nomina degli amministratori avviene direttamente durante l'Assemblea dei Soci, basandosi sulle proposte dei candidati presentate dai soci.

2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale

[GRI 3-3]

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 Toscana 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.

I valori ed i principi che caratterizzano il Codice Etico possono essere riassunti in:

- Rispetto della legalità
- Condotta etica nei rapporti con le Pubbliche Amministrazioni
- Tutela e valorizzazione delle persone e democrazia d'impresa
- Responsabilità sociale e ambientale
- Affidabilità e trasparenza del settore assicurativo
- Salvaguardia dell'immagine aziendale
- Concorrenza leale e pubblicità corretta
- Tutela dei dati personali
- Trasparenza nei rapporti con le Autorità di Vigilanza e Controllo
- Astensione nel compiere atti portatori di potenziale conflitto di interessi

In coerenza con le proprie politiche aziendali, ravvisando nella correttezza e trasparenza dei valori da perseguire nella conduzione di tutte le attività, Assicoop Toscana ha predisposto 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.

L'Organismo di Vigilanza previsto dal D.lgs. 231/2001 ha il compito di vigilare su:

- L'osservanza del Modello da parte di tutti i soggetti interessati (dipendenti, collaboratori o Organi Sociali);
- L'efficacia e adeguatezza del Modello in relazione alla struttura aziendale ed alla effettiva capacità di prevenire la commissione dei reati;

- L'opportunità di aggiornamento del Modello, laddove si riscontrino esigenze di adeguamento dello stesso in relazione a mutate condizioni aziendali e/o normative, sollecitando a tal fine gli organi competenti.

Il Modello prevede inoltre un sistema disciplinare e sanzionatorio che definisce le sanzioni e le modalità applicative da intraprendere nei confronti dei soggetti (dipendenti o terze parti) responsabili di comportamenti illeciti o di violazione delle norme contenute nei documenti di cui si compone il Modello.

Assicoop Toscana inoltre ha recepito le precise istruzioni impartite dalla Compagnia in merito ai reclami presentati nei confronti dei propri intermediari adottando la procedura di UnipolSai per la raccolta, gestione ed evasione delle lamentele dei Clienti.

Assicoop Toscana ha affidato la gestione dei reclami ricevuti riguardanti il comportamento dei propri intermediari alla struttura di Audit interno, la quale segnala prontamente al collaboratore intermediario il reclamo pervenuto e richiede al medesimo, fornendogli ogni necessario supporto, un dettagliato resoconto sull'occorso; raccoglie eventuale documentazione a sostegno di quanto dichiarato, integrando il resoconto con eventuali annotazioni e ulteriori considerazioni. Se del caso, col preventivo accordo con le strutture Reclami della Compagnia e della Direzione di Assicoop, si rende parte attiva per la composizione bonaria e/o transattiva del reclamo, al fine della completa istruzione della posizione e consentire alla Compagnia di fornire un adeguato riscontro al Reclamante nei termini previsti dal Provvedimento.

Nel corso degli anni si è osservato il seguente andamento:²⁷

Reclami			2021	2022
numero di reclami trattabili	evasi	accolti	1	2
		transatti	3	2
		respinti	11	15
	in istruttoria		1	1
totale reclami ricevuti			16	20

Assicoop si è inoltre dotata di un sistema di controllo interno costituito da regole, procedure e struttura organizzativa volte a monitorare:

- L'efficienza ed efficacia dei processi aziendali;
- L'affidabilità dell'informazione finanziaria;
- Il rispetto di leggi, regolamenti, statuto sociale e procedure interne;
- La salvaguardia del patrimonio aziendale.

²⁷ Fonte "Gestione dei reclami ricevuti - Prospetto ANNUALE" di UnipolSai

3 Performance economica

3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale

[GRI 3-3]

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

Performance economica			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Incassi netti	141.891.794 €	130.866.506 €	-7,77%
Provvigioni attive	15.085.440 €	14.711.830 €	-2,48%
Ricavi vendite/prestazioni	18.909.055 €	18.699.777 €	-1,11%
Totale costi diretti	13.709.009 €	13.286.045 €	-3,09%
Margine lordo	5.200.047 €	5.413.732 €	4,11%
Totale spese generali	2.840.512 €	3.053.606 €	7,50%
Reddito operativo	2.359.535 €	2.360.126 €	0,03%
Risultato d'esercizio	1.143.616 €	1.187.541 €	3,84%

È importante evidenziare che le attività intraprese nel 2021 sia in termini di revisione del modello organizzativo, puntando sulla specializzazione per Canali distributivi, sia nell'efficientamento dell'attività attraverso la rielaborazione dei processi operativi Assicoop Toscana, ha conseguito un significativo miglioramento sia sul Reddito Operativo, che aumenta del 46,8% rispetto al triennio precedente, sia sul risultato d'Esercizio, che aumenta del 94,3% sempre rispetto al triennio precedente.

3.2 Il comparto assicurativo

La raccolta premi complessiva dell'esercizio 2022 nei rami Danni è stata pari ad € 105,2 milioni, in decremento del 5,4% rispetto al precedente esercizio. Tale decremento è in gran parte dovuto a minori incassi Auto per circa 6,0 milioni.

Raccolta premi Assicoop Toscana – Auto/ Rami elementari			
	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Auto	74.201.941 €	68.168.214 €	-8,13%
Rami elementari	36.709.237 €	37.052.610 €	0,94%

La raccolta dei premi Auto è stata pari ad € 68,16 milioni, in decremento del 8,1%, con un avanzamento sul budget del 99,9%.

I minori incassi Auto registrati rispetto al 2021 sono dovuti principalmente alla perdita di circa € 800 mila nel Canale Corporate a seguito dell'aggiudicazione di una gara pubblica, già presente in portafoglio nel 2021, aggiudicata con premi a ribasso rispetto al precedente rinnovo. Per mancato rinnovo di RCA Flotte nel Canale PMI a seguito di proposte di rinnovo in forte aumento per riequilibrio a seguito di elevata

sinistrosità. Si registra una minore raccolta del Canale Altri Accordi Distributivi per circa € 4 milioni, dovuta principalmente alla politica assuntiva sul Comparto CVT, concordata con il Ramo Auto di Compagnia, che ha visto l'esclusione della raccolta di premi CVT in Piemonte e Liguria a seguito della sinistrosità registrata in tali Regioni sulle garanzie a copertura di Eventi Atmosferici. Si registra anche nel 2022 una flessione nel numero pezzi RCA (-3,4%), seppur attenuata rispetto al precedente esercizio, mentre si evidenzia un incremento del premio medio pari all'1,2%.

La raccolta nei rami Elementari si è attestata ad € 37,0 milioni, in incremento dello 0,9% circa, con un raggiungimento del budget al 95,6% nelle persone e al 101,4% nelle aziende.

A partire dal giugno 2022 Assicoop Toscana è stata Agenzia Pilota per l'attività proposta dalla Compagnia circa la possibilità di frazionare mensilmente le polizze Auto e Rami Elementari. Considerata la novità e l'impatto di tale attività rispetto all'esercizio 2021, per consentire un omogeneo confronto della raccolta premi nei due esercizi, gli importi indicati per il Comparto Auto e Rami Elementari sono calcolati in riferimento alla circolare di Compagnia CIR/UNS/IGM/27-2022 valorizzando con il premio annuo di portafoglio in luogo degli incassi, tutte le polizze emesse con frazionamento mensile. Gli importi così conteggiati ammontano per il Comparto Auto a circa € 360.000, per i Rami Elementari Persone a circa € 82.000 e per i Rami Elementari Aziende a circa € 13.800.

COMPARTO	Ramo	2022	2021	Diff.	Var. %	Av. %
AUTO	RCA	28.147.517	30.659.633	-2.512.115	-8,2%	92,1%
	ARD	40.020.697	43.542.309	-3.521.610	-8,1%	106,3%
	Totale	68.168.214	74.201.941	-6.033.725	-8,1%	99,9%
RE PERSONE	Totale	19.358.025	19.518.001	-159.868	-0,8%	95,6%
RE AZIENDE	Totale	15.914.261	15.118.298	795.963	5,3%	101,4%
ALTRI RE	Totale	1.780.324	2.072.937	-292.613	-14,1%	85,9%
TOT. DANNI	Totale	105.220.824	110.911.178	-6.025.679	-5,4%	99,0%

Raccolta premi Assicoop Toscana – Vita

	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Vita	30.980.619 €	28.263.946 €	-8,77%

Nel comparto Vita gli incassi premi 2022 ammontano ad € 28,3 milioni registrando minori incassi rispetto all'esercizio precedente per € 4,6 milioni. Tale riduzione è riconducibile alla minore raccolta sul Comparto Investimento per circa € 6 milioni rispetto al 2021.

Raccolta premi Assicoop Toscana – Nuova Produzione Vita

	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Nuova Produzione Vita	22.062.592 €	16.549.032 €	-24,99%

La nuova produzione Vita ha registrato in termini di premi un volume complessivo di € 16,5 milioni, in decremento del -25% rispetto all'anno precedente. Il decremento della raccolta in volumi ha interessato esclusivamente il comparto Investimento che ha scontato le difficoltà di raccolta riscontrato in tutto il settore Assicurativo e Bancario. Inoltre, i risultati ottenuti rispetto al budget punti assegnato dalla Compagnia, hanno evidenziato alcune problematiche sul Comparto Previdenza dovute ad un ridotto premio medio di raccolta nella parte finale dell'anno e ad una riduzione di versamenti sui FPA nel mese di dicembre rispetto all'esercizio precedente.

Comparto Vita	2022	2021	Var.%	Punti	Av.%
Protezione	252.041	230.489	9,4%	3.103	97,0%
Previdenza	2.289.715	2.217.692	3,2%	26.530	87,4%
Risparmio	1.864.573	1.464.268	27,3%	12.354	96,5%
Investimento	12.142.703	18.242.157	-33,4%	42.620	48,3%

Gli andamenti sopra riportati trasformati in punti in termini di raggiungimento dei relativi budget hanno determinato, secondo le regole assegnate, una contrazione rispetto al precedente esercizio nel rappell vita erogato dalla Compagnia.

Raccolta premi Assicoop Toscana - Retail/corporate

	2021	2022	Variazioni % 2021-2022
Retail	75.448.044 €	70.316.281 €	-6,80 %
Corporate	66.443.753 €	60.550.225 €	-8,87 %

Vendita prodotti bancari standardizzati

Nel 2022 si è migliorata l'attività organizzativa tra Agenzie e Filiali Bper, riducendo le criticità riscontrate nei precedenti esercizi, questo ha consentito di migliorare la produzione Conti Correnti e di migliorare il risultato ottenuto sul budget in punti traguardando il 45,2% rispetto al 11,9% dell'esercizio precedente.

Vendita pezzi noleggio a lungo termine

Nel 2022 l'attività organizzativa e le iniziative commerciali su questo comparto si sono decisamente migliorate ed incrementate. Le attività degli Specialist sono state maggiormente efficaci e l'acquisizione di maggiori competenze ha reso più proattive un maggior numero di risorse. Seppur non sia stato raggiunto l'obiettivo di budget, sono stati sottoscritti 111 contratti per un avanzamento sul budget pari al 63,4% rispetto ai 79 contratti e al 45,1% raggiunto nell'esercizio precedente.

Vendita Telepedaggio

A partire dal marzo 2022 UnipolSai ha lanciato il servizio di Telepedaggio UnipolMove. Assicoop Toscana ha posto in essere una serie di iniziative commerciali che hanno consentito di collocare 4.271 dispositivi traguardando un avanzamento sul budget assegnato pari al 86,2%. Considerato che nel 2022 la Rete Commerciale si è cimentata per la prima volta con tale attività, i risultati ottenuti sono soddisfacenti.

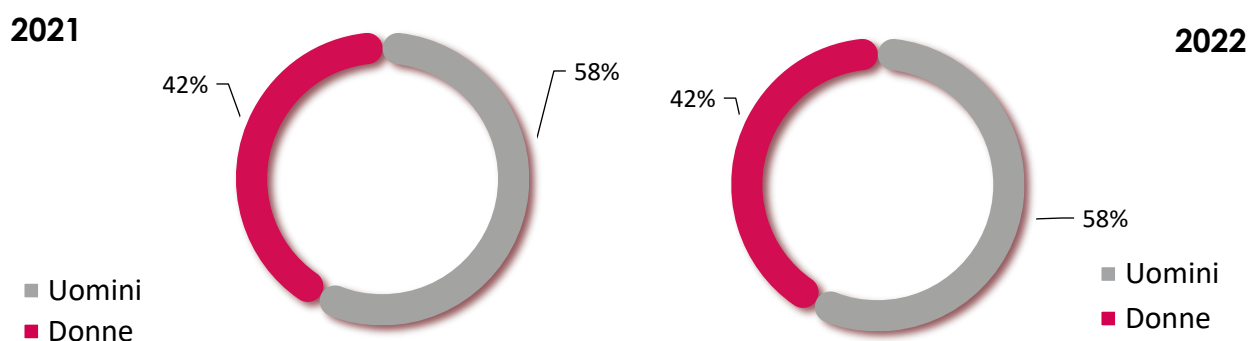
I clienti e il portafoglio

Nel 2022 si è verificata una riduzione dei clienti persone fisiche che a fronte di una consistenza di oltre 80.000 soggetti nel 2019 raggiunge i 71.475 del 2022; resta sostanzialmente invariato il numero di clienti partite IVA che intrattengono rapporti con Assicoop, che si attesta a 9.542 nel 2021 e 9.294 nel 2022.

Tipologia della clientela (persone fisiche) - Scorporazione per classi d'età

	2021	2022
Totale	74.051	71.475
- di cui sotto i 30 anni	1.367	1.700
- di cui tra i 30 e 50 anni	17.524	17.183
- di cui sopra i 50 anni	55.160	52.592

Tipologia della clientela (persone fisiche) – scorporazione per genere



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

Indice di Cross selling

	2021	2022
Indice di Cross selling	1,91	1,91

4 Le persone, la nostra risorsa

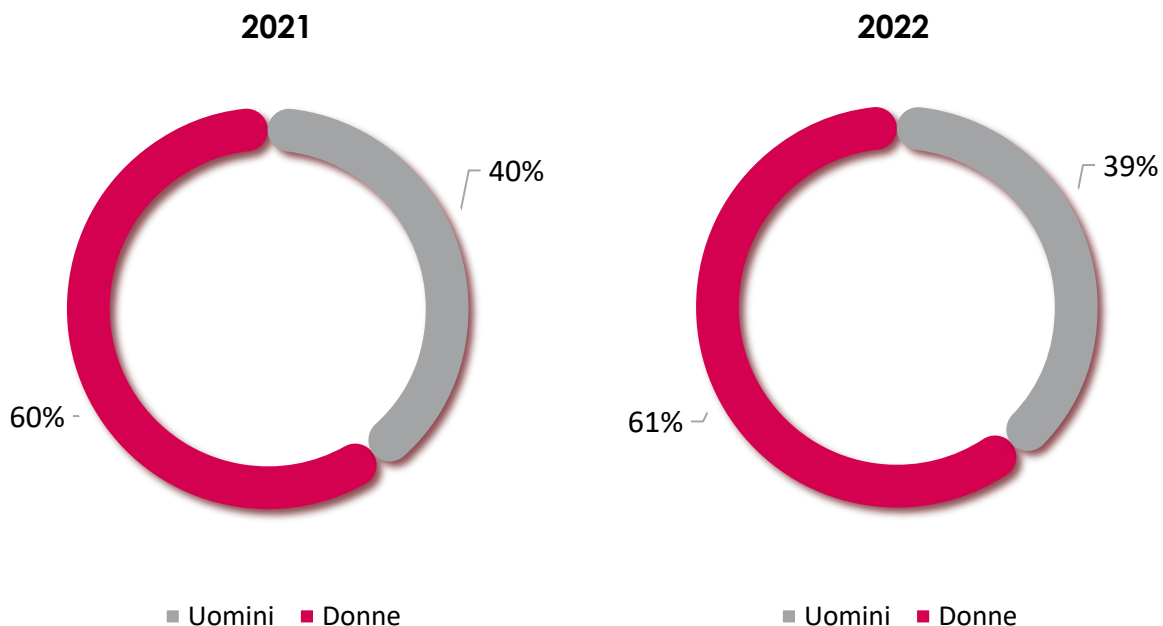
4.1 Le persone di Assicoop

[GRI 2-7, 2-8]

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 2022 le persone impiegate in Assicoop Toscana sono state 245, di cui 148 dipendenti e 97 collaboratori in libera professione.

Le risorse umane di Assicoop Toscana 2021-2022			
	Dipendenti	Collaboratori in libera professione	Totale
2021	146	98	244
2022	148	97	245

Dipendenti di Assicoop Toscana per genere



La figura più comune tra i collaboratori in libera professione è il subagente, il cui rapporto contrattuale con l'azienda è formalizzato attraverso un Mandato di Subagente. In questa categoria rientrano anche i collaboratori dei subagenti. La principale responsabilità del subagente è la raccolta di proposte assicurative nei rami gestiti da UnipolSai Assicurazioni S.p.A. o da altre società affiliate al Gruppo UnipolSai, le quali sono rappresentate dall'Agenzia Assicoop Toscana S.p.A. Questa attività deve essere svolta in piena conformità e nel rispetto delle disposizioni tecniche, amministrative, tariffarie e assuntive stabilite sia dall'Agenzia che da UnipolSai Assicurazioni S.p.A.

4.2 Valorizzazione dei collaboratori

[GRI 2-30, 3-3, 405-1]

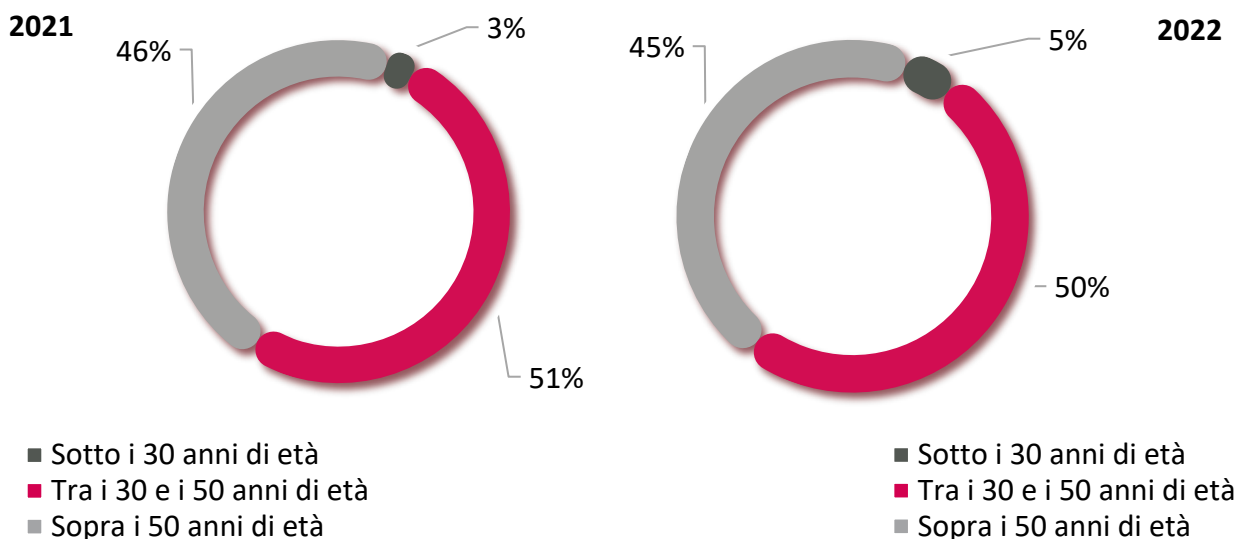
Nella lettura dei dati relativi ai dipendenti suddivisi per inquadramento secondo i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e per genere, nel 2022 l'insieme del personale risulta comporsi di 1 dirigente (1 uomo), 17 quadri (16 uomini) e 130 impiegati (41 uomini e 89 donne). Tutto il personale dipendente e dirigente di Assicoop Toscana è coperto dai rispettivi CCNL. La composizione dei dipendenti quadri non ha riguardato particolari cambiamenti dimensionali avvenuti nel periodo di rendicontazione considerato (2021 – 2022). Quanto alla suddivisione per genere, le donne presenti in azienda rappresentano il 60% del totale dei dipendenti. Nel corso del 2022 i dipendenti appartenenti alle categorie protette²⁸ sono pari a 8 (4 uomini e 4 donne).

Totale dipendenti per inquadramento e genere nel 2021 e 2022

	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	60	86	146
- di cui dirigenti	2	-	2
- di cui quadri	16	-	16
- di cui impiegati	42	86	128
Totale dipendenti 2022	58	90	148
- di cui dirigenti	1	-	1
- di cui quadri	16	1	17
- di cui impiegati	41	89	130

Per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per fasce di età, il 50% di questi (74 persone) ha un'età compresa fra 30 e 50 anni, il 44,6% (66 persone) ha più di 50 anni e il 5,4% (8 persone) ha un'età inferiore ai 30 anni.

Dipendenti di Assicoop Toscana per fasce d'età



²⁸ 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).

4.3 Qualità della vita in azienda

[GRI 3-3]

Un aspetto che risulta di fondamentale importanza per l'organizzazione è una particolare attenzione nei confronti della stabilità occupazionale e l'interesse ad instaurare un rapporto stabile e duraturo con i dipendenti. A riguardo, nel 2022 la quasi totalità dei dipendenti (140) intrattiene un rapporto regolato da contratto a tempo indeterminato. Assicoop Toscana, oltre a prevedere un orario settimanale di 38 ore distribuito su 4,5 giornate lavorative, mette a disposizione attraverso il Contratto Integrativo Aziendale permessi retribuiti al fine di favorire la conciliazione vita-lavoro.

[GRI 2-7]

Totale dipendenti per tipo di contratto e genere nel 2021 e 2022			
	Uomini	Donne	Totale
Totale dipendenti 2021	60	86	146
- di cui a tempo indeterminato	57	81	138
- di cui a tempo determinato	3	5	8
- di cui a tempo pieno	60	71	131
- di cui a tempo parziale	-	15	15
Totale dipendenti 2022	58	90	148
- di cui a tempo indeterminato	56	84	140
- di cui a tempo determinato	2	6	8
- di cui a tempo pieno	58	77	135
- di cui a tempo parziale	-	13	13

Nel 2022 Assicoop Toscana ha assunto 12 nuove persone, di cui 6 di età inferiore a 30 anni e 6 tra 30 anni e 50.

[GRI 401-1]

Dipendenti assunti e cessati per età e genere 2021 e 2022		
	2021	2022
Totale dipendenti assunti	12	12
Sotto i 30 anni	2	6
- di cui uomini	2	1
- di cui donne	-	5
Tra i 30 e 50 anni	8	6
- di cui uomini	2	2
- di cui donne	6	4
Sopra i 50 anni	2	-
- di cui uomini	2	-
- di cui donne	-	-
Totale dipendenti cessati	5	9
Sotto i 30 anni	-	3
- di cui uomini	-	2
- di cui donne	-	1

Tra i 30 e 50 anni	1	1
- di cui uomini	-	1
- di cui donne	1	-
Sopra i 50 anni	4	5
- di cui uomini	2	1
- di cui donne	2	4

Un altro aspetto rilevante in termini di stabilità legata alla gestione del personale è rappresentato dal tasso di turnover che si attesta al 4,8% nel 2021 e al 2% nel 2022 non influenzando quindi la continuità produttiva e la stabilità organizzativa.

Turnover dei dipendenti per età e genere 2021 e 2022²⁹

	2021	2022
Tasso di assunzione per genere	8,2%	8,1%
- uomini	10%	5,2%
- donne	7%	10%
Tasso di cessazioni per genere	3,4%	6,1%
- uomini	3,3%	6,9%
- donne	3,5%	5,6%
Tasso di turnover per genere	4,8%	2%
- uomini	6,7%	-1,7%
- donne	3,5%	4,4%
Tasso di assunzione per fasce d'età	8,2%	8,1%
- sotto i 30 anni di età	40%	75%
- tra i 30 e 50 anni di età	10,8%	8,1%
- sopra i 50 anni di età	3%	-
Tasso di cessazioni per fasce d'età	3,4%	6,1%
- sotto i 30 anni di età	-	37,5%
- tra i 30 e 50 anni di età	1,4%	1,4%
- sopra i 50 anni di età	6%	7,6%
Tasso di turnover per fasce d'età	4,8%	2%
- sotto i 30 anni di età	40%	37,5%
- tra i 30 e 50 anni di età	9,5%	6,8%
- sopra i 50 anni di età	-3%	-7,6%

Inoltre, in data 1° gennaio 2021, è stato siglato fra le parti il nuovo Contratto Integrativo Aziendale che ha previsto le seguenti implementazioni a favore del personale dipendente:

- **Miglioramento delle componenti economiche:** aumento del valore giornaliero del Buono Pasto e sottoscrizione di Polizza TCM di Gruppo che tutela i dipendenti in caso di premorienza riconoscendo agli eredi la garanzia di un capitale.

²⁹ Le percentuali del tasso di assunzione e cessazione riportate all'interno della tabella sono il risultato del rapporto con il numero totale di dipendenti suddivisi per genere e fasce d'età al 31 dicembre. Le percentuali del tasso di turnover sono il risultato del rapporto tra la somma dei dipendenti entrati e usciti con il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

- **Miglioramento del Premio Variabile** con l'inserimento nel Premio Commerciale dei Rappel Vita, Rappel Banca e Rappel ed Incentivi Straordinari.
- **Miglioramento delle componenti organizzative:** lavoro straordinario e Banca Ore, 10 minuti aggiuntivi successivi alla tollerabilità in ingresso.

4.4 Formazione e sviluppo professionale

[GRI 3-3, 404-2]

Nel corso di entrambi gli esercizi è proseguita un'intensa attività formativa che ha coinvolto la quasi totalità dei dipendenti e dei collaboratori in libera professione della società. Assicoop Toscana ha predisposto programmi formativi tecnici e commerciali, condivisi con i responsabili interni e con la Direzione di Compagnia, individuando le carenze formative dei vari soggetti e attuando corsi volti ad implementare e rafforzare le loro competenze (corsi Vita, Corso Banco "Make the Difference", Impresa, Albergo e Servizi, Commercio). Le persone iscritte nel Registro Unico degli Intermediari Assicurativi nelle sezioni A ed E hanno provveduto ad assolvere alle 30 ore di formazione annue obbligatorie, svolgendo i corsi previsti in aula e in Formazione a Distanza (FAD). Le ore di formazione ai fini IVASS svolte nel 2022 sono state pari a 4.607 per i dipendenti e 3.469 per i collaboratori, per un totale di 8.076 ore (rispettivamente 4.518 e 3.670 per un totale di 8.188 ore nel 2021).

[GRI 404-1]

Ore medie di formazione ai dipendenti per genere		
	2021	2022
Ore totali di formazione	4.518	4.607
- ai dipendenti uomini	1.862	1.827
- ai dipendenti donne	2.656	2.780
Ore medie di formazione per dipendente³⁰	31	31
Ore medie di formazione uomini	31	32
Ore medie di formazione donne	31	31

Ore medie di formazione ai dipendenti per categoria di inquadramento		
	2021	2022
Ore totali di formazione	4.518	4.607
- Dirigenti	30	30
- Quadri	501	529
- Impiegati	3.987	4.048
Ore medie di formazione per dipendente	31	31
Ore medie di formazione dirigenti	15	30
Ore medie di formazione quadri	31	31
Ore medie di formazione impiegati	31	31

³⁰ Il numero medio di ore di formazione per dipendente è il risultato del rapporto tra il numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti e il numero totale di dipendenti al 31 dicembre.

Come avvenuto nel corso del 2021, è proseguita l'attività di formazione per le 3 delle 5 risorse della sede di Firenze Via Benedetto Dei, dell'Ufficio Amministrazione, Contabilità, Bilancio e Controllo di Gestione Economico. Tale percorso ha previsto l'erogazione di formazione in ambito contabile e fiscale e, in condivisione con la Responsabile della Funzione, ha contribuito alla definizione e alla programmazione delle attività e dei controlli contabili. L'intervento formativo, condotto da consulenti esterni, si è svolto da maggio 2022 fino alla redazione del bilancio di esercizio.

PROGETTO CHANGE MANAGEMENT

Nel 2022 è proseguito il progetto denominato "Change Management" che si prefigge l'obiettivo di aiutare la struttura a cambiare i propri comportamenti, adeguandoli a quelli richiesti dalle procedure e dai processi di Assicoop Toscana e a migliorare sia l'uniformità nella metodologia di lavoro che la proposizione commerciale. Tale progetto costituisce una sorta di "percorso formativo permanente" che supporta dipendenti e collaboratori nell'adozione dei sistemi di innovazione e nell'implementazione dei processi commerciali omnicanale, attraverso 5 risorse interne dedicate all'affiancamento dei nostri dipendenti e collaboratori con l'obiettivo di migliorare la competenza sull'utilizzo delle nuove tecnologie accrescendo così la capacità di gestire relazioni omnicanale (Mail, Google Meet, WhatsApp Web, App di Compagnia).

In accordo con la Compagnia UnipolSai, particolare rilevanza in ambito formativo tecnico e commerciale hanno avuto i corsi specialistici per la famiglia (Family Welfare Specialist) e per le piccole e medie imprese (Business Specialist), migliorando così le conoscenze sui prodotti per allinearsi ai cambiamenti del mercato. Tali attività formative hanno interessato in particolare i lavoratori dipendenti addetti ai Front Office e alla relazione con i clienti e alcuni liberi professionisti dei punti vendita diretti e in appalto.

Inoltre, Assicoop Toscana nel corso del 2022 ha svolto in collaborazione con UnipolSai alcune giornate formative sul Welfare aziendale e sul comparto Protezione e Salute coinvolgendo anche la Direzione di UniSalute.

Infine, sono stati effettuati corsi di Tecniche di Vendita e Comunicazione (metodo Aspic) esplorando anche la fase comportamentale nella vendita (Previdenza Comportamentale). Sono stati implementati strumenti per facilitare il monitoraggio e lo sviluppo delle attività lavorative e organizzati corsi specifici per aumentare la conoscenza su strumenti di Google Suite come Calendar, Drive, Meet e Chat.

PROGETTO NEW GENERATION

Assicoop Toscana ha consolidato il progetto New Generation, che investe su giovani di talento per rinnovare e integrare 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 nel 2022 i primi 6 neo-consulenti assicurativi, che hanno intrapreso un percorso di on-boarding per supportare il loro ingresso all'interno delle filiali e del contesto organizzativo Assicoop. Il percorso di apprendimento prevede un learning journey strutturato e multi-metodo che permette ai consulenti di approfondire e specializzarsi rispetto alle tematiche che riguardano il settore assicurativo. L'attività prevede giornate di Team Building e di sessioni formative dedicate all'approccio digitale e commerciale e approfondimenti tecnici che consentono di integrarsi nel mondo assicurativo apportando un "nuovo" approccio omnicanale alla clientela.

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 sono protagonisti, caratterizzata da una serie di spazi e momenti che permettono il confronto e la contaminazione continua.

Il percorso di on-boarding prevede sei mesi di stage in cui consulenti partecipano ad un'attività che comprende 4 Team Building, 17 giornate formative di cui 4 in presenza e le restanti in videoconferenza e circa 60 ore di formazione ai fini dell'iscrizione IVASS, oltre ad un'attività giornaliera di affiancamento sul territorio da parte del personale di Assicoop che gli permette di affrontare le varie tematiche organizzative dell'Azienda. Questo percorso permette di approfondire la conoscenza reciproca tra consulenti, di mettere alla prova le competenze relazionali, di cimentarsi attivamente su alcune sfide digitali, tecniche e commerciali, toccando con mano il valore della collaborazione e il senso profondo di operare in un'organizzazione unica come quella rappresentata dal mondo Assicoop.

4.5 Salute e sicurezza

[GRI 403-1]

Il rispetto della normativa sulla Sicurezza dei luoghi di lavoro e la tutela della salute delle persone rappresenta una priorità per Assicoop Toscana.

All'interno dell'azienda, esiste un sistema di gestione in materia di salute e sicurezza sul lavoro, il quale è gestito da una società esterna specializzata nell'assistenza e nella gestione degli adempimenti normativi legati al D. Lgs. 81/08. Il Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP), a sua volta, è un soggetto esterno che fa parte dell'organico di questa società dedicata. Sul territorio, sono stati designati preposti e figure addette alle emergenze, inclusi primo soccorso e antincendio.

I lavoratori sono regolarmente sottoposti a visite mediche condotte dal medico competente, il quale effettua anche sopralluoghi periodici nei luoghi di lavoro. La società esterna redige periodicamente il documento di Valutazione dei Rischi (DVR), il documento di Valutazione del Rischio Incendio (VRI), il Documento Valutazione dei Rischi da esposizione a vibrazione meccanica e la Valutazione preliminare dei rischi da stress lavoro correlato, mentre l'RSPP si occupa di svolgere periodicamente, nelle varie sedi, la prova di evacuazione. Una volta all'anno si tiene la "Riunione Periodica di Prevenzione e Protezione" alla quale partecipa il Datore di Lavoro, l'RSPP, l'RLS, il medico competente e l'ASPP. Non tutti i lavoratori e i luoghi di lavoro rientrano all'interno della sfera di controllo del datore di lavoro in quanto trattasi di liberi professionisti.

[GRI 403-2]

I possibili pericoli sul lavoro sono individuati nel DVR redatto in adempimento del D. lgs. 81/08. Periodicamente vengono svolti dei sopralluoghi dall'RSPP congiuntamente con l'RLS per valutare le condizioni degli ambienti di lavoro e segnalare eventuali criticità riscontrate. In caso di eventi infortunistici avvenuti all'interno dell'ambiente di lavoro viene fatta un'analisi dall'RSPP per valutare eventuali possibilità di miglioramento. Ai lavoratori è stato messo a disposizione sulla Intranet Aziendale l'Organigramma Aziendale per la Sicurezza dove sono indicate tutte le figure coinvolte nell'ambito della sicurezza: Datore di Lavoro, Dirigente, ASPP, RSPP, RLS, Medico Competente, Preposti e Addetti Antincendio e Primo Soccorso.

[GRI 403-5]

Anche la gestione della formazione sulla salute e sicurezza sul lavoro è condivisa con la società esterna che eroga l'assistenza e la gestione degli adempimenti normativi legati al D. Lgs. 81/08, mentre il coordinamento delle attività è affidato all'ASPP. La formazione per "lavoratori a rischio basso" viene erogata al momento dell'assunzione per i lavoratori dipendenti e l'aggiornamento viene fatto con cadenza periodica. La formazione specifica è invece rivolta a tutte le altre figure presenti nell'organigramma aziendale per la sicurezza e viene erogata in base a quanto disposto dal D. Lgs. 81/08.

5 Soluzioni innovative per la clientela

5.1 Qualità del servizio

[GRI 3-3]

Assicoop Toscana ha innovato il suo modello organizzativo con l'intento di mantenere il cliente al centro, adeguando la sua organizzazione per rispondere alle nuove esigenze della clientela che si modificano con i cambiamenti sociali in atto. Pur mantenendo una struttura radicata e presente sul territorio, si è impegnata nell'introduzione e utilizzo di strumenti e di processi innovativi per fornire i propri servizi di consulenza in omnicanalità per quella clientela che predilige nuove modalità di relazione attraverso i canali digitali.

L'**omnicanalità** rappresenta un'ulteriore evoluzione del modello distributivo in linea con il Piano Strategico **"Opening a New Ways"** di Unipol: **centralità della Rete Agenziale** potenziata dal **contributo dei canali digitali** e lo sviluppo di una **Customer Experience distintiva su tutti i touch point**. **In questo modo il Cliente risulta al centro, in un sistema interconnesso tra tutti i punti di contatto**. Vi è, quindi, un trasferimento di dati tra i diversi canali e strategie di contenuto coerenti. In questo modo il **Cliente può interagire con una molteplicità di opzioni, ma anche vivere la medesima esperienza su tutti i touchpoint senza interruzioni di percorso**. Per il Cliente è possibile iniziare un'attività su un canale e proseguirla su un altro, senza dover ricominciare da capo.

Assicoop Toscana ha attuato e attua un percorso di specializzazione dei consulenti assicurativi che consenta loro di rispondere alle nuove esigenze delle Famiglie e delle Imprese del nostro territorio.

5.2 Innovazione del modello di servizio

[GRI 3-3]

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.

Firma Elettronica Avanzata (F.E.A.) – Statistiche 2021-2022

	2021	2022
Adesione clienti (n.)	48.625	53.138
Adesione clienti (%)	61,6%	69,7%
Movimentazione F.E.A.	84.268	98.772
Agenzie attivate	21	22
Punti vendita attivati	56	56

Gli obiettivi Digital hanno avuto, oltre ad un forte sviluppo, anche un grande impatto all'interno delle attività commerciali quotidiane. Inoltre, si pongono come elemento virtuoso di sviluppo di strumenti e supporti che diano la possibilità di impattare positivamente in termini di sostenibilità (eliminazione carta, snellezza delle procedure e dei tempi, diminuzione mobilità urbana, ecc.).

Nel contesto dell'evoluzione verso una maggiore digitalizzazione e un servizio clienti avanzato, Assicoop Toscana risponde alle nuove esigenze dei clienti attraverso:

- **Indice digitale:** il monitoraggio dell'indice Digitale ha sostituito quello della sola voce F.E.A. da inizio 2021. L'indice digitale, da un lato, rappresenta in maniera più globale la vera digitalizzazione del portafoglio comprendendo tutte le polizze trattate e/o perfezionate tramite canali digitali (F.E.A., incassi da APP/Area Riservata, Quietanze da remoto), dall'altro, offre diversi spunti per un'analisi più approfondita del fenomeno digitale. A dicembre 2022 l'indice digitale era pari al 55,7%: più di una polizza ogni due era trattata digitalmente.
- **Richieste Clienti da app:** trattasi di richieste di contatto tramite la nuova funzionalità presente su APP/Area Riservata. Nel 2022 abbiamo ricevuto in totale 1.095 richieste che sono state gestite al 99,5% in meno di 1 giorno lavorativo di media.
- **Multicanalità preventivi:** nuovi preventivi R.C. Auto resi consultabili ed acquistabili in autonomia tramite APP/Area Riservata.
- **Contattabilità:** nel 2022 il numero di clienti attivi con almeno un dato di contatto (cellulare e/o mail) e Privacy aggiornata risulta essere pari all'81,3%.

Una importante novità introdotta da UnipolSai ad inizio 2022 che ha avuto fin da subito un forte impatto all'interno dell'attività commerciale è la **vendita Omnicanale** dei prodotti Pet, Viaggi e, da agosto, Abitazione. La novità del processo è la totale autonomia del Cliente in fase di consultazione delle garanzie del prodotto, definizione di un preventivo fino all'acquisto e il pagamento della polizza.

Nel 2022 un totale di 1.198 Clienti ha prodotto una quotazione, il 19% ha acquistato un contratto (in autonomia o avvalendosi poi di un punto vendita) producendo 225 polizze che rappresentano il 11,5% delle vendite dell'intera rete commerciale dei prodotti in perimetro. La vendita Omnicanale ha permesso dunque di avere una nuova esperienza di acquisto da parte dei clienti, un importante bacino di preventivazione da gestire da parte dei punti vendita ma soprattutto ha mostrato una forte attrattività per una nuova fascia di Clienti.

Il percorso di innovazione del modello di servizio si è particolarmente concentrato sull'utilizzo di strumenti tecnologici predisposti dalla Compagnia UnipolSai e sviluppati internamente ad Assicoop

Toscana al fine di promuovere relazioni Omnicanale. I principali obiettivi perseguiti dalla società mediante l'innovazione digitale sono:

- Evoluzione della qualità della relazione con i Clienti;
- Efficientamento dei processi commerciali e gestionali interni;
- Riduzione degli impatti ambientali.

La Compagnia UnipolSai ha individuato specifici KPI in grado di misurare la capacità di innovare il modello di servizio. Assicoop Toscana in questi due anni ha raggiunto gli obiettivi assegnati dimostrando l'attenzione particolare e l'impegno dedicato a questo tema.

INDICATORE	Obiettivo 2022	Al 31/12
Indice Digitale	52,0%	55,7%
Preventivi in Multicanalità	40,5%	56,4%
Contattabilità	82,2%	81,3%
Richieste clienti in MC	< 2 gg	0,99 gg

Il raggiungimento degli obiettivi circa l'Indice Digitale, i Preventivi in Multicanalità, la Contattabilità mostrano i risultati raggiunti in merito alla dematerializzazione dei contratti e delle comunicazioni alla clientela e alla capacità di interazione omnicanale con i clienti.

In tema di efficientamento dei processi sono stati realizzati una serie di strumenti applicativi per l'automazione e l'efficientamento delle attività. Nello specifico sono stati effettuati interventi a supporto dell'Ufficio Amministrazione, dell'Ufficio Back Office Centrale e della Rete Commerciale. In particolare, su quest'ultima sono stati resi disponibili strumenti dedicati alla gestione delle campagne di vendita e alle azioni commerciali.

La società ha inoltre costituito l'Agenzia Digitale attraverso l'apertura di un codice agenziale dedicato, concretizzando un progetto sperimentale durato tre anni. La struttura è dedicata alla continua innovazione del modello di servizio con lo scopo di incrementare la proposizione verso i clienti che desiderano relazionarsi prevalentemente attraverso canali digitali intercettando fra questi la clientela più giovane e quella più orientata ad una modalità di relazione a distanza.

5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia

[GRI 3-3]

Elemento che caratterizza la relazione con la Compagnia è la capacità di Assicoop Toscana di recepire le strategie di distribuzione di UnipolSai adattandole ed adeguandole alla propria struttura e alle esigenze del mercato su cui opera, ricercando, attraverso il perseguimento di queste strategie, la tutela e la cura delle persone e delle aziende del territorio. Una ricerca che fa leva su tre fattori di distintività:

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

Specializzazione della rete di vendita

Nel corso del biennio in osservazione, Assicoop Toscana ha continuato ad aderire ai processi di specializzazione della rete di vendita previsti dalla Compagnia con l'obiettivo di adeguare e migliorare le competenze delle risorse attive in Agenzia, attraverso percorsi formativi in grado di fornire livelli di specializzazione ben identificabili.

A tal proposito, oltre a dare continuità ai corsi di formazione precedentemente avviati, si sono intrapresi nuovi percorsi formativi per incrementare le figure professionali specificatamente dedicate a seguire le due macrocategorie di clientela:

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

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 lavorano in azienda.

6 Sostegno e collaborazione per il territorio

6.1 Relazione con la comunità

[GRI 3-3, 2-6]

La caratteristica distintiva di Assicoop Toscana è l'ancoraggio territoriale, la diffusione capillare della rete di distribuzione e la chiarezza delle proposte assicurative. Assicoop Toscana opera nei territori di Firenze, Grosseto e Siena, in cui ha radicate e solide reti territoriali e da sempre si impegna nella promozione dello sviluppo locale attraverso iniziative sociali, culturali, artistiche e ambientali. Essendo attori attivi nella comunità, Assicoop Toscana ha la sua forza nel rapporto diretto con il territorio, combinando tradizione e innovazione, e mantenendo una stretta vicinanza con i clienti grazie all'esperienza nel fornire servizi nel corso degli anni.

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, nella valorizzazione e nella promozione della tradizione e del territorio, fino alla realizzazione di specifiche iniziative atte a sensibilizzare le comunità su temi ad alto impatto ed interesse sociale. Nel 2022 sono state rendicontate liberalità e sponsorizzazioni per un valore complessivo di € 128.412.

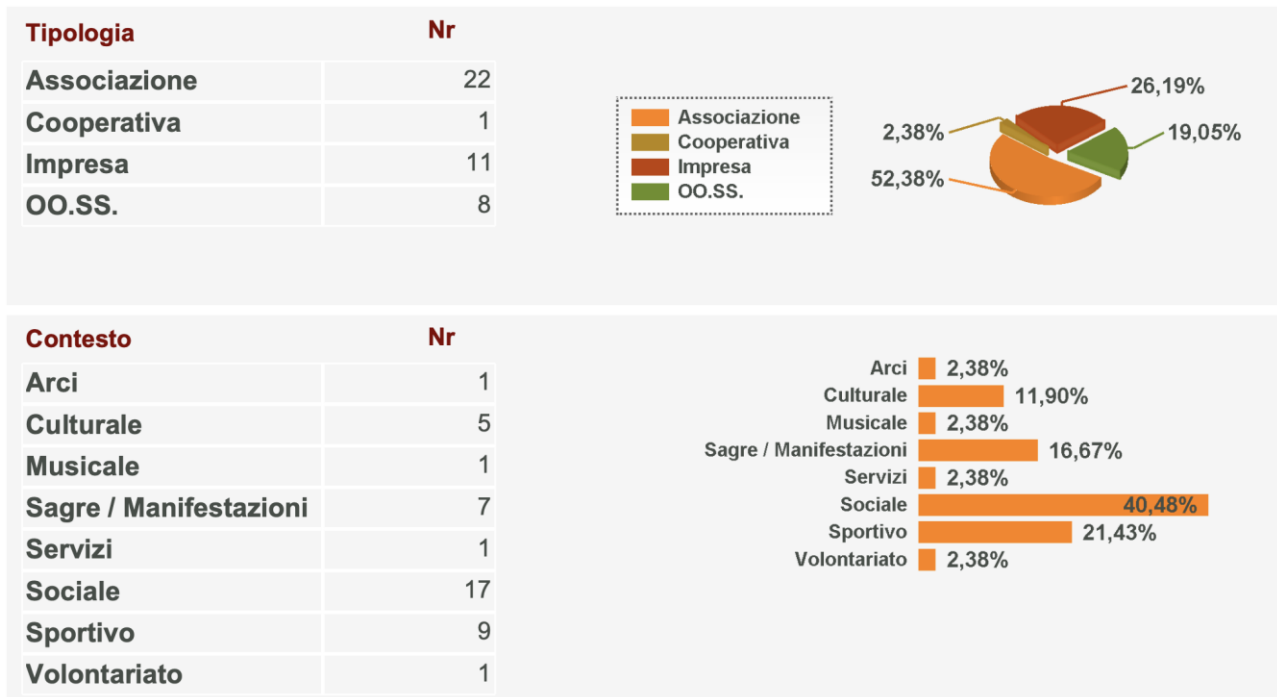
[GRI 203-1]

Investimenti nella comunità		
	2021	2022
Totale	34.799 €	128.412 €
Liberalità	907 €	1.483 €
Sponsorizzazioni	33.892 €	126.929 €

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

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

I destinatari delle sponsorizzazioni riguardano Associazioni, Cooperative, Imprese e OO.SS., di seguito un riepilogo per numero di sponsorizzazioni avvenute nel 2022 e gli ambiti in cui sono state promosse:

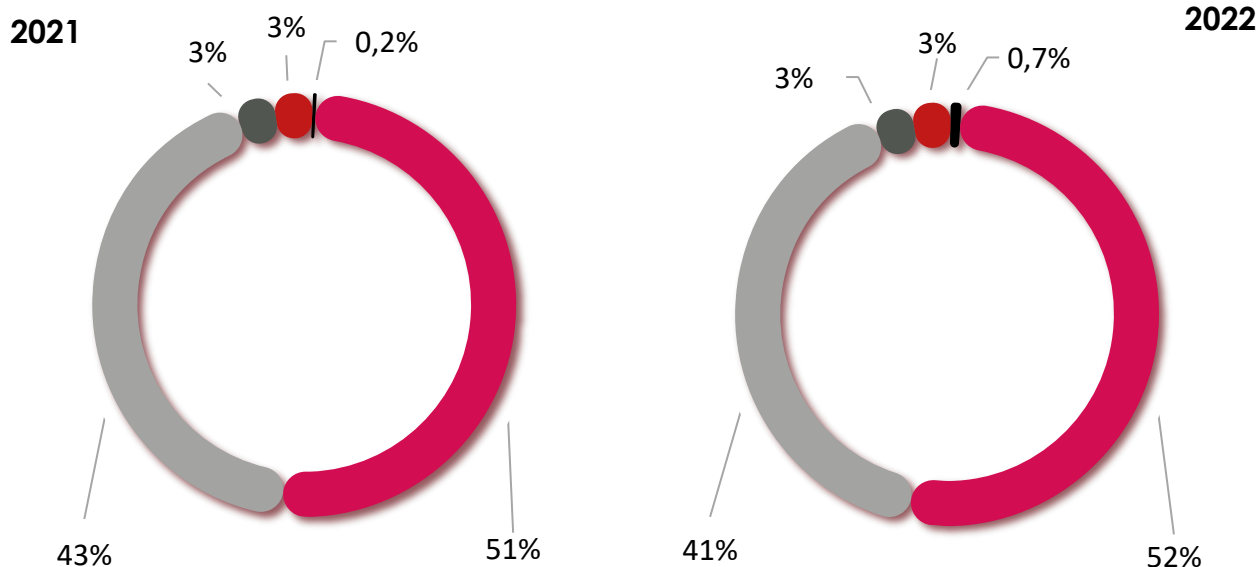


[GRI 201-1]

Assicoop Toscana si impegna inoltre a generare valore per i propri stakeholder. Il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto è una metodologia che permette di quantificare la ricchezza che viene creata da 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. 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 2022 ammonta a € 18.991.409 (circa 19,3 mln nel 2021). Di seguito è presentata la disaggregazione dal dato relativo al Valore distribuito, che ammonta a € 17.785.218 (circa 17,9 mln nel 2021). Ne deriva che la quota trattenuta da Assicoop è pari a € 1.206.191 (circa 1,3 mln nel 2021).

Valore economico distribuito



- Costi operativi
- Retribuzioni e benefit verso i dipendenti
- Remunerazione fornitori di capitale
- Pagamenti verso la Pubblica Amministrazione
- Investimenti verso la comunità

6.2 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 2022, Assicoop Toscana ha in attivo la collaborazione con 39 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		
	2021	2022
Fornitura di utenze	13	13
Servizi di pulizia	6	6
Servizi postali e telefonici	12	11
Locazione e apparecchiature	4	4
Cancelleria, stampanti ed altro	8	5

Accanto ai fornitori, altri stakeholder di primaria importanza per il successo di Assicoop sono le Organizzazioni Socie, i broker, le coassicuratrici (servizi di intermediazione) e i professionisti per incarichi specifici. In aggiunta, Assicoop Toscana ha stabilito un rapporto di business per la distribuzione di servizi assicurativi complementari attraverso reti indirette di Findomestic Banca che hanno nel loro core business prodotti primari o strumentali.

7 L'attenzione all'ambiente

7.1 Tutela dell'ambiente

[GRI 3-3]

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.

Nel 2022 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.

DASHBOARD INTERNA DI SOSTENIBILITÀ

Assicoop Toscana ha costruito, grazie al crescente utilizzo della F.E.A. (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 F.E.A. e F.E.A./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 F.E.A. uguale o superiore al 41%; Gialla in caso di F.E.A. tra il 30% e il 41% e Rossa in caso di F.E.A. inferiore al 30%;
- Giorni Lavorativi: computa il totale di giorni lavorativi derivanti dalla somma del tempo/lavoro recuperato tramite il processo F.E.A.. Il calcolo è frutto di una stima valutata in 3 minuti di tempo/lavoro per ciascuna operazione F.E.A.. 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 di carta (1 risma = 500 fogli) non utilizzate grazie all'utilizzo della F.E.A.. 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.

- CO₂ (Kg eq.): rappresenta il totale di chilogrammi di CO₂eq. non prodotta grazie all'utilizzo del processo F.E.A.. La produzione di CO₂eq., 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 CO₂eq. prodotta;
 - Produzione di toner: la fabbricazione di 1 cartuccia di toner corrisponde a 4,8 kg di CO₂eq. prodotta;
 - Produzione di Kilowatt: per produrre 1 Kilowatt occorrono 0,4332 kg di CO₂eq.
- Alberi: l'indicatore evidenzia il numero di alberi che idealmente "recuperiamo" attraverso la mancata produzione di CO₂eq. dovuta all'adozione del processo F.E.A.. Ogni nuovo albero piantato è in grado di assorbire l'equivalente di 25 kg di CO₂eq. per anno.

Assicoop Toscana, grazie a tale processo di misurazione, monitoraggio e sensibilizzazione ha notevolmente ridotto nel corso del tempo l'utilizzo di carta, toner ed emissioni di CO₂eq.

7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali

Considerato che Assicoop Toscana opera nell'ambito di attività commerciali, finanziarie ed amministrative, gli impatti ambientali diretti più significativi riguardano il consumo di energia elettrica per l'illuminazione ed il riscaldamento degli uffici ed il consumo dei materiali nell'ambito delle attività d'ufficio.

[GRI 301-1]

Principali materiali consumati		
	2021	2022
Totale carta utilizzata	26.369 kg	23.732 kg
- di cui carta riciclata	99%	100%
Toner e cartucce (pezzi acquistati)	17	4
Toner e cartucce (valore dell'acquisto)	€ 1.195	€ 693

La variazione nel consumo di carta tra il 2022 e il 2021 è principalmente attribuibile a un singolo acquisto di 150 risme di carta destinate a un Punto Vendita situato in una zona a traffico limitato. Questo acquisto è stato pianificato per coprire un periodo di due anni, poiché il trasporto in tale zona rappresenta una sfida logistica.

[GRI 302-1]

Consumo totale di energia (GJ)³¹		
	2021	2022
Totale energia consumata	3.858	3.462
Gas naturale	1.075	943
Energia elettrica acquistata	1.841	1.490
- di cui da fonti non rinnovabili	1.841	1.490
- di cui da fonti rinnovabili	-	-
Auto aziendali a benzina	43	43
Auto aziendali a gasolio	898	986

I dati relativi al consumo di energia nell'anno 2022 sono caratterizzati da una riduzione rispetto all'anno precedente. Si osserva infatti che nel 2022 il consumo di energia è sceso del 10,2% rispetto al 2021.

[GRI 302-3]

Intensità energetica		
	2021	2022
Intensità energetica per mq (GJ/mq)	0,50	0,46
Intensità energetica per dipendente (GJ/dip.)	26,42	23,39

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, importata e consumata all'interno dell'organizzazione.

[GRI 305-1, 305-2]

Emissioni di Scope 1 e 2 (tCO₂eq.)³²		
	2021	2022
Scope 1	141,31	141,19
Scope 2 (location-based)	142,79	108,14

³¹ Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

³² Fonti dei fattori di conversione "Linee guida sull'applicazione in banca degli standards GRI (Global Reporting Initiative) in materia ambientale" pubblicata da ABI Lab a dicembre 2022 per i dati 2022 e dicembre 2021 per i dati 2021.

Indice dei contenuti GRI Assicoop Toscana

Dichiarazione d'uso	Assicoop Toscana ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° Gennaio 2022 – 31 Dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.	
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021	
STANDARD GRI	INFORMATIVA	UBICAZIONE/NOTE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Compagnie sociale
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Compagnie sociale 6.1 Relazione con la comunità 6.2 I partner per la creazione del valore
	2-7 Dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop 4.3 Qualità della vita in azienda
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4.1 Le persone di Assicoop
	2-9 Struttura e composizione della governance	2.2 Le cariche sociali
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	2.2 Le cariche sociali
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 La governance di Assicoop Toscana
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	2.1 La governance di Assicoop Toscana
GRI 3: Temi Materiali 2021	2-30 Contratti collettivi	4.2 Valorizzazione dei collaboratori
	3-3 Gestione del tema materiale	2.3 Integrità e rigore nella condotta aziendale 3.1 Tutela della solidità e redditività aziendale 4.2 Valorizzazione dei collaboratori 4.3 Qualità della vita in azienda 4.4 Formazione e sviluppo professionale 5.1 Qualità del servizio 5.2 Innovazione del modello di servizio 5.3 Relazione della rete distributiva con la Compagnia 6.1 Relazione con la comunità 7.1 Tutela dell'ambiente

GRI 201: Performance Economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6.1 Relazione con la comunità
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	6.1 Relazione con la comunità
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	302-3 Intensità energetica	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	7.2 I consumi di energia e gli impatti ambientali
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4.3 Qualità della vita in azienda
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.5 Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.5 Salute e sicurezza
GRI 404: Formazione ed istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4.4 Formazione e sviluppo professionale
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	4.4 Formazione e sviluppo professionale
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.2 Le cariche sociali 4.2 Valorizzazione dei collaboratori

