



Vittoria
Assicurazioni

2020

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020

Dichiarazione Non Finanziaria Consolidata
ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016

INDICE

	PREMESSA	02
	IL GRUPPO VITTORIA	03
	LETTERA DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO	04
	NOTA METODOLOGICA	06
	I NOSTRI STAKEHOLDER	10
1.	UNA STORIA DI VALORI	
	LA NOSTRA STORIA	20
	LA NOSTRA IDENTITÀ E I NOSTRI VALORI	23
	GLI HIGHLIGHTS DI GRUPPO	25
	LA NOSTRA STRATEGIA	26
2.	DAI PRINCIPI AI FATTI: LA NOSTRA GOVERNANCE	
	LA GOVERNANCE RESPONSABILE	32
	IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI	36
	MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE D.Lgs. 231/2001	38
	ANTIRICICLAGGIO E ANTICORRUZIONE	38
	I RAPPORTI CON LE AUTORITÀ DI VIGILANZA	39
3.	SOLIDI, STABILI E RESPONSABILI	
	SOLIDITÀ ECONOMICA E STABILITÀ FINANZIARIA	42
	LE POLITICHE DI INVESTIMENTO	47
4.	LA PERSONA AL CENTRO	
	RISORSE UMANE	50
	CLIENTI	70
	AGENTI E INTERMEDIARI	85
	PARTNER COMMERCIALI E PROFESSIONALI	90
	TERRITORIO E COLLETTIVITÀ	93
5.	SOSTENIBILI PER SCELTA	
	L'ATTENZIONE AGLI IMPATTI AMBIENTALI	100
	PERIMETRO D'IMPATTO DELLE TEMATICHE RILEVANTI	108
	TABELLA DEGLI INDICATORI GRI	109
	RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE	117

PREMESSA

Vittoria Assicurazioni S.p.A. fa parte dell'omonimo Gruppo assicurativo iscritto al n. 008 dell'Albo dei Gruppi assicurativi tenuto dall'Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni (di seguito IVASS) ed è soggetta ad attività di direzione e coordinamento della Capogruppo Yafa S.p.A., quale ultima controllante italiana.

Il Gruppo Vittoria Assicurazioni opera in tutti i rami assicurativi e fonda la propria attività su una lunga esperienza in campo assicurativo, maturata dal 1921 ad oggi, per la tutela delle persone, della famiglia e delle aziende, sull'intero territorio na-

zionale attraverso una capillare organizzazione commerciale con oltre 400 Agenzie.

Il Gruppo opera anche nell'ambito del settore immobiliare, attraverso le sue controllate che detengono asset destinati alla vendita e alla locazione, sia ad uso residenziale che terziario.

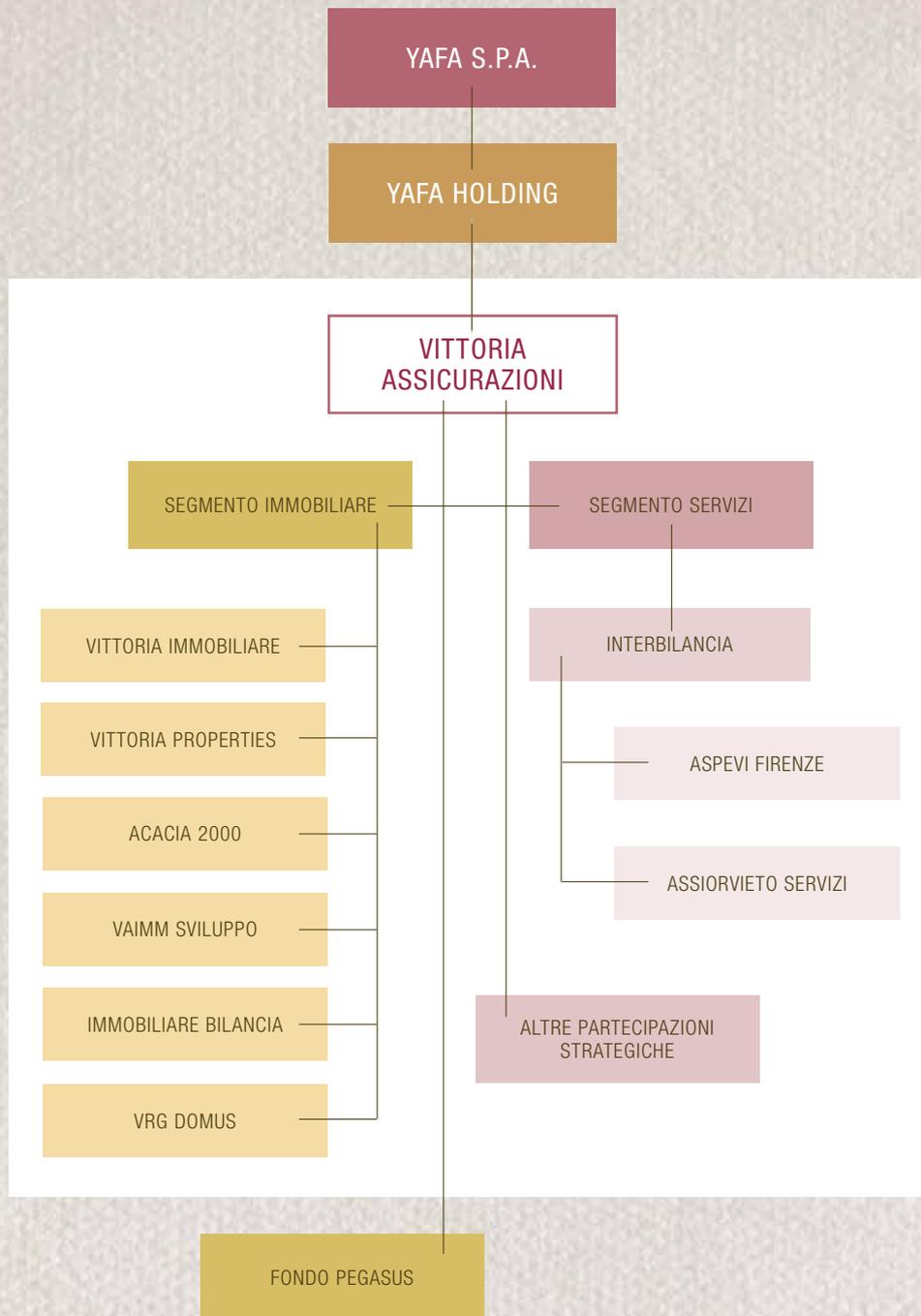
Vittoria Assicurazioni è stata quotata alla Borsa Valori di Milano dal 1988 sino alla data del 28 settembre 2018, data in cui Borsa Italiana ha disposto la revoca della quotazione delle azioni ordinarie dal mercato telematico azionario.

Nonostante il venir meno della quotazione e dei conseguenti obblighi di governance imposti dalla normativa, Vittoria Assicurazioni S.p.A. si prefigge di mantenere un elevato livello di governo societario e, a tale scopo, ha mantenuto tutti i presidi volti a garantire trasparenza, correttezza nei rapporti con gli Stakeholders.

Si precisa che, nel seguito di questo documento, la definizione di Gruppo è riferita a Vittoria Assicurazioni S.p.A. e alle sue società consolidate.



IL GRUPPO VITTORIA



L'area evidenziata identifica le società in scope della presente relazione

LETTERA DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

Il 2021 sarà un anno significativo per Vittoria Assicurazioni che celebrerà il suo centenario. Una tappa importante, che insegna a guardare al domani senza trascurare i valori fondanti che fino a oggi hanno guidato il percorso aziendale di Vittoria e che potrete ritrovare nella quarta edizione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Vittoria: la sostenibilità è parte integrante del nostro modo di essere impresa e ci guida nel trovare soluzioni all'avanguardia capaci di migliorare il servizio ai nostri clienti semplificando i processi amministrativi e riducendo l'impatto ambientale delle nostre attività.

La consapevolezza che il perseguimento dell'oggetto sociale debba tendere ad un

orizzonte più ampio, dove alla creazione di valore economico si affianchi per quanto possibile la creazione di valore etico e sociale ci ha portato, nel 2020, ad aderire alla proposta del nostro Presidente Emerito di partecipare alla costituzione della "Fondazione Carlo Acutis – Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale", in ricordo del giovane Beato Carlo Acutis. L'ente si propone di supportare la ricerca scientifica di particolare interesse sociale, la tutela, promozione e valorizzazione delle cose d'interesse artistico e storico, la promozione della cultura e dell'arte, nonché l'assistenza sociale e socio-sanitaria e la beneficenza.

Come tutte le realtà imprenditoriali, ci siamo trovati a dover

affrontare repentinamente una situazione emergenziale. Grazie alle oculate decisioni manageriali e alla solida struttura organizzativa, siamo riusciti a salvaguardare la salute dei nostri dipendenti e della rete distributiva garantendo, al contempo, la continuità operativa di tutte le aree aziendali.

Il nostro impegno non si è dunque arrestato di fronte alle nuove sfide poste dal Covid-19 ma, al contrario, si è intensificato, come potrete leggere nel seguito di questo documento in cui descriviamo in modo trasparente la strategia adottata, le iniziative promosse e i risultati raggiunti dal Gruppo, oltre che le modalità di gestione della nostra organizzazione, partendo dal presupposto che alla base c'è sempre il continuo ascolto e



la profonda analisi delle esigenze dei nostri stakeholder. Analisi che ha confermato l'importanza di 12 temi materiali ritenuti necessari per la comprensione dell'attività d'impresa nell'ambito della sostenibilità e strettamente connessi agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dettati dall'agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Nella nostra lunga storia non abbiamo mai cambiato le fondamenta del nostro modo di lavorare perché crediamo profondamente nei valori che da sempre ci contraddistinguono. Vogliamo sviluppare rapporti di fiducia costanti, forti e duraturi operando per la tutela delle persone, delle famiglie e delle aziende, grazie all'impegno di persone altamente specializzate e una capillare rete di Agen-

zie competenti e professionali.

Forti del nostro passato, siamo quindi pronti ad investire sul futuro: quest'anno rafforzeremo il nostro impegno nella ricerca di innovazione e di tecnologie all'avanguardia che consentano l'evoluzione del comparto assicurativo.

Proseguiremo il nostro percorso di investimento nella formazione con percorsi dedicati a tutte le risorse della filiera distributiva e ai nostri dipendenti, ai quali garantiamo programmi volti a valorizzare le singole attitudini e favorire la crescita umana e professionale, in un ambiente di lavoro sicuro e stimolante.

Infine, continueremo a porre grande attenzione al benessere delle nostre persone, in tutte le sue accezioni.

Da questo contesto contiamo di trarre la giusta motivazione per dare il meglio di noi e superare le sfide che ci pone il periodo che stiamo vivendo.

I numeri e i grafici inseriti in questo documento rispecchiano le azioni che abbiamo svolto e sono il frutto del nostro impegno alla coerenza e alla serietà nel nostro lavoro che non vuole essere solamente riconducibile a quantità economiche, ma che ambisce a migliorare la qualità della vita delle persone con cui ci relazioniamo.

Andrea Acutis

PRESIDENTE



Cesare Caldarelli

AMMINISTRATORE DELEGATO



NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta la quarta Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario (di seguito anche “DNF” o “Bilancio di Sostenibilità”) delle società appartenenti al gruppo costituito da Vittoria Assicurazioni S.p.A. e dalle sue controllate (di seguito anche “Gruppo Vittoria” o “Gruppo”), ai sensi del D.Lgs. n.254 del 30 dicembre 2016 (di seguito anche il “Decreto” o “D.Lgs. 254/16”) in attuazione della Direttiva 2014/95/UE. Il documento fa riferimento all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 (periodo compreso dal 1° gennaio al 31 dicembre). La DNF, redatta nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività del Gruppo, del suo

andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dalla stessa prodotta, copre i temi previsti dagli Art. 3 e 4 del Decreto, che sono rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell’impresa e delle aspettative degli stakeholder, come illustrato nella matrice di materialità aggiornata nel corso del 2019, contenuta nel presente documento. Inoltre, come previsto dall’Art.5 del D.Lgs. 254/16 il presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario prevista dalla normativa. Considerato il contesto operativo, l’area geografica, la tipologia di servizi

offerti, le categorie di personale impiegato e le tipologie di forniture del Gruppo Vittoria, il tema del rispetto dei diritti umani non viene considerato materiale, in quanto non espone la società a rischi significativi. Si segnala infatti che il Gruppo Vittoria opera in base ad un Codice Etico volto a riconoscere e rispettare la dignità personale, la sfera privata ed i diritti della personalità di qualsiasi individuo. In base a tale codice si promuove una condotta eticamente corretta, responsabile ed equa per tutti coloro che operano a vario titolo con il Gruppo. Nel corso del 2020 non sono state segnalate violazioni al codice. Inoltre, si segnala che a seguito dell’analisi di rilevanza dei temi



previsti dall'Articolo 3 del Decreto Legislativo 254/2016 le seguenti tematiche non sono state ritenute significative ai fini della rappresentazione all'interno della presente DNF: consumi idrici ed emissioni di altri inquinanti oltre ai gas ad effetto serra. La presente DNF è stata redatta in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance - Core". Per quanto riguarda lo Standard specifico GRI 403 (Salute e sicurezza sul lavoro) è stata adottata la più recente versione del 2018. Inoltre, questo documento ha preso come riferimen-

to anche gli "Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario" (2017/C 215/01) emessi dalla Commissione europea in data 26 giugno 2017. Per i prossimi reporting, il Gruppo valuterà di integrare le proprie analisi - e di conseguenza la propria disclosure - rispetto all'impatto generato e subito dal Gruppo in ambito Climate Change, anche sulla base dell'evoluzione della normativa in materia, con particolare riferimento alle indicazioni della Commissione Europea (Comunicazione 2019/C 209/01 "Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario: Integrazione concernente la

comunicazione di informazioni relative al clima").

Il perimetro dei dati economici risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato 2020 del Gruppo Vittoria, mentre il perimetro dei dati e delle informazioni sociali risulta essere composto dalla Capogruppo e dalle società figlie consolidate integralmente al 31 dicembre 2020.

Per i dati ambientali si segnala che il perimetro di rendicontazione include la sede Vittoria Assicurazioni S.p.A. e, ove possibile, delle altre sedi ad uso strumentale. Eventuali eccezioni al perimetro di rendicontazione sono opportunamente



indicate all'interno del presente documento. Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo, è stato effettuato il confronto con i dati relativi all'anno 2019 e la periodicità di questa pubblicazione è impostata secondo una frequenza annuale, ai sensi delle disposizioni del D.Lgs. 254/16. Inoltre, al fine di garantire una corretta rappresentazione delle performance e l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate. Il Gruppo Vittoria ha previsto un percorso di miglioramento continuo su alcuni degli aspetti di sostenibilità, al fine di aderire sempre più a quanto previsto dalle best practice di settore. A partire dal 2018, il Gruppo ha affinato il processo volto a regolamentare i principi guida, l'architettura organizzativa e i flussi alla base del processo di produzione della DNF e del processo di analisi delle esigenze dei vari stakeholder. Il Gruppo ha proseguito la promozione e la diffusione di documenti "paperless" ed ha

effettuato una mappatura più generale dei rischi operativi includendo anche i rischi legati ad aspetti ambientali e sociali. La funzione di Risk Management, nell'ambito del sistema di gestione dei rischi operativi, ha definito e identificato degli indicatori e dei valori obiettivo. Tali rischi, catalogati da Vittoria Assicurazioni adottando la classificazione EBA, ricomprendono anche i rischi sociali e ambientali.

Il Gruppo, tenendo in considerazione le principali novità normative e la crescente attenzione del mercato in ambito di Finanza Sostenibile, prevede nel corso dell'analisi di materialità 2021, di sottoporre alla valutazione degli stakeholder e del Top Management questo nuovo aspetto, al fine di identificare le reali aspettative ed esigenze informative.

Nel corso del 2021 il Gruppo prevede di portare avanti campagne di marketing e attività mirate al coinvolgimento dei clienti, per rispondere in modo ottimale alle loro richieste nello sviluppo di nuovi prodotti e ser-

vizi, garantendo così una sempre maggiore centralità di tali stakeholder.

Il Gruppo ha intrapreso un percorso per sviluppare nuove forme di lavoro agile in una sempre maggior flessibilità delle modalità di lavoro dei propri dipendenti, grazie anche alle iniziative intraprese per fronteggiare l'attuale pandemia.

Il presente documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Vittoria Assicurazioni S.p.A. il 18 marzo 2021 e, secondo quanto previsto dal D.Lgs. 254/2016, sottoposto a giudizio di conformità da parte della società di revisione Deloitte & Touche S.p.A.. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della società di revisione", riportata in calce al documento. La Dichiarazione è pubblicata nel sito istituzionale della Società nella sezione Investor Relations\Bilancio di Sostenibilità. Richieste di informazioni relative alla DNF possono essere inviate al seguente indirizzo: IR@vittoriaassicurazioni.it

TEMI MATERIALI E SDGs

In linea con il lavoro svolto negli anni precedenti, Vittoria Assicurazioni ha confermato le tematiche di sostenibilità rilevanti per il Gruppo e per i suoi Stakeholder. Il processo di analisi adottato individua gli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l'organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli Stakeholder. Il perimetro

di rendicontazione è lo stesso del bilancio consolidato, a cui si rimanda per approfondimenti. In coerenza con il GRI – Global Reporting Initiative per la redazione del Bilancio di Sostenibilità 2020, i temi ritenuti materiali dal Gruppo e dagli Stakeholder sono stati rappresentati in una matrice di materialità che riflette il trend identificato negli anni precedenti, attraverso un processo articolato in quattro fasi:

1. Individuazione degli stakeholder;

2. Attività di benchmark con i principali competitor del settore di riferimento;

3. Valutazione di nuovi temi rispetto agli anni precedenti;

4. Analisi delle tematiche di sostenibilità più rilevanti attraverso una ricerca di materialità interna ed esterna.

Per il Bilancio di Sostenibilità 2020 viene confermata la matrice di materialità del precedente esercizio, che riflette i valori e le iniziative promosse da Vittoria in ambito sociale, ambientale ed economico.

ANIA

Vittoria Assicurazioni aderisce ad Ania (Associazione Nazionale fra le imprese assicuratrici) partecipando attivamente ai suoi lavori.

Tra gli organi direttivi di Ania figurano il dott. Carlo Acutis, come presidente del Collegio Dei Proviviri, il nostro Amministratore Delegato, come membro del Consiglio Direttivo e del Comitato Esecutivo e un membro del nostro management, come Presidente del Collegio Sindacale.

Dal 2018 la società partecipa all'iniziativa triennale "Progetto ANIA Dichiarazioni non Finanziarie DNF" che si propone di fornire al mercato un'ampia panoramica sull'informativa contenuta nelle Dichiarazioni non Finanziarie del settore assicurativo

Il progetto realizzato dall'ANIA in collaborazione con Deloitte e Frontis Governance adotta un perimetro di analisi di 12 bilanci complessivi, di cui 9 relativi ad imprese italiane, tra cui Vittoria Assicurazioni, e 3 straniere.

L'evidenza di questa analisi si propone principalmente di:

- ▲ produrre un'analisi di benchmark delle Dichiarazioni di carattere non finanziario nel settore assicurativo, sia italiano che europeo;
- ▲ individuare modelli di good practice;
- ▲ consentire un confronto proattivo con stakeholder interessati e Autorità di Vigilanza;
- ▲ avere un ruolo primario in ambito comunitario nella proposta di definizione di un "modello di riferimento" per la DNF del settore assicurativo.

I NOSTRI STAKEHOLDER

La Compagnia vanta una fitta rete di relazioni con l'ambiente sia interno sia esterno, che grazie ad un processo di analisi sono state categorizzate te-

nendo in considerazione il loro coinvolgimento all'interno del business e dell'organizzazione. Quest'analisi ha permesso di costruire un perimetro ben deli-

neato dell'influenza che ciascuno stakeholder esercita sulle nostre attività aziendali e delle sue specifiche esigenze legate al nostro rapporto.

Attenzione nei confronti dei nostri stakeholder

Vittoria mantiene un dialogo

costante e trasparente con i suoi stakeholder: questo permette di comprendere priorità e aspettative e integrarle nell'attività dell'azienda.

Il rapporto con i diversi stakeholder si concretizza con

azioni basate sui valori chiave del Gruppo, che ne definiscono il modo di essere e di fare: le persone, l'impegno, l'etica, l'integrità, la visione a lungo termine e l'innovazione.

DIPENDENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Pari opportunità ▲ Remunerazione equa ▲ Apprendimento permanente ▲ Conciliazione tra lavoro e famiglia ▲ Benessere
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Sviluppo di prodotti competitivi ▲ Consulenza personale ▲ Eccellenza nel servizio ▲ Preservare la riservatezza dei dati personali
AZIONISTI E INVESTITORI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Ritorno dell'investimento ▲ Gestione prudente del rischio ▲ Trasparenza delle informazioni ▲ Strategia a lungo termine
AGENTI E INTERMEDIARI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Sostegno continuo per il loro sviluppo professionale e la loro formazione ▲ Fiducia e sicurezza ▲ Equità nel riconoscimento provigionale
PARTNER E FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Obiettività e imparzialità nella selezione e nel reclutamento ▲ Trasparenza nella gestione ▲ Parità di trattamento
TERRITORIO E COLLETTIVITÀ	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Cooperazione proattiva con gli enti pubblici e con Onlus territoriali e nazionali ▲ Tutela dell'ambiente ▲ Rapporti di cooperazione con le amministrazioni fiscali



Canali di comunicazione, partecipazione e dialogo

Vittoria ha identificato sei gruppi di interesse in base all'impatto che l'attività ha su di loro e alla rilevanza di ciascuno di essi per l'azienda.

DIPENDENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Intranet ▲ Bacheche ▲ Rappresentanti dei lavoratori ▲ Canale Reclami
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Web ▲ Social network ▲ Servizio clienti ▲ Sondaggi di soddisfazione
AZIONISTI E INVESTITORI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Sito web aziendale ▲ Assemblea generale degli azionisti ▲ Ufficio Investor Relations
AGENTI E INTERMEDIARI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Portale interno ▲ Sessioni di formazione ▲ Canale Reclami ▲ App aziendale
PARTNER E FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Incontri annuali ▲ Canale Reclami
TERRITORIO E COLLETTIVITÀ	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Sito web aziendale ▲ Social network ▲ Media

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

Grazie al lavoro svolto durante l'anno precedente, che ha permesso di individuare 27 tematiche rilevanti per il Gruppo e per gli stakeholder, per il 2020 Vittoria Assicurazioni conferma la matrice di materialità del 2019, in quanto rappresentazione fedele della situazione che ca-

ratterizza il settore assicurativo in cui la Compagnia opera e dei valori alla base delle iniziative messe in atto da Vittoria sul piano sociale, ambientale ed economico. Tali tematiche, dall'analisi svolta, risultano fortemente connesse con gli Obiettivi di Sviluppo Sosteni-

bile (SDGs) definiti all'interno dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. I risultati consolidati hanno portato allo sviluppo della matrice sottostante condivisa e approvata dal Comitato Strategie:



L'Agenda globale per lo sviluppo sostenibile è entrata in vigore il 1° gennaio 2016 e gli Stati delle Nazioni Unite hanno prefissato il 2030 come anno entro il quale gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) devono essere raggiunti, costituendo in tal modo un nuovo parame-

tro di riferimento in termini di sostenibilità. Il Gruppo di cui Vittoria Assicurazioni fa parte intende contribuire in modo significativo e positivo al soddisfacimento delle esigenze del presente senza compromettere in alcun modo la possibilità di soddisfare i bisogni delle gene-

razioni future, ritenendo che il settore assicurativo sia consapevole della sua responsabilità nei confronti della società e dell'ambiente, come generatore di innovazione e sviluppo tecnologico e come motore di crescita economica e dell'occupazione.



LA NOSTRA MATERIALITÀ

Come anche confermato dall'analisi di materialità eseguita, la maggior parte degli obiettivi quotidiani ha un forte legame con alcuni Obiettivi di

Sviluppo Sostenibile. Le tematiche evidenziate, rilevanti sia per il Gruppo sia per gli Stakeholder, hanno portato ad individuare 10 obiettivi che sono

raggiunti attraverso le iniziative del nostro Gruppo, a supporto del nostro voler contribuire con impatti positivi a livello globale.

I NOSTRI TEMI MATERIALI	1 SALUTE E BENESSERE	4 QUALITÀ DEL LAVORO	5 GENDER EQUITY	8 AZIONE CLIMATICA	9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	11 COMUNITÀ ECONOMICHE LOCALI	12 CONSUMI RESPONSABILI	13 LUTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	16 PAZIENZA, AZIONE E ATTIVITÀ ONLINE	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
SOLIDITÀ FINANZIARIA				●						
ETICA ED INTEGRITÀ DI BUSINESS				●						
CENTRALITÀ DEL CLIENTE							●			
PERFORMANCE ECONOMICO FINANZIARIA				●						
RISK MANAGEMENT									●	
GOVERNANCE E COMPLIANCE									●	
ANTICORRUZIONE									●	
COLLABORAZIONI COMMERCIALI							●			●
BENESSERE ED EQUILIBRIO VITA LAVORO E SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	●									
DIGITALIZZAZIONE ED INNOVAZIONE					●					
VALORIZZAZIONE E CRESCITA		●	●							
IMPATTI AMBIENTALI								●		



3 SALUTE E BENESSERE



IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ

Il benessere e la salute dei dipendenti sono fondamentali per la Compagnia. Per questo, Vittoria Assicurazioni mette a loro disposizione forme di assistenza sanitaria integrativa, servizi e spazi che hanno l'obiettivo di migliorare l'ambiente di lavoro.

AZIONI: migliorare il benessere dei dipendenti, evitare lo stress lavoro-correlato e garantire la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro costituiscono da sempre una priorità del Gruppo, concretamente attivo nel periodo della pandemia, tramite la somministrazione gratuita dei test sierologici, vaccini antinfluenzali, corsi a distanza per il benessere psico-fisico.

4 QUALITÀ DI ISTRUZIONE



UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ EQUA E INCLUSIVA. OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI

Il supporto attivo per la crescita del capitale umano e la formazione continua è per Vittoria una scelta strategica per crescere tutti insieme.

AZIONI: Vittoria è da sempre impegnata nella formazione tecnica e professionale dei propri dipendenti e della propria rete agenziale; come membro attivo di ANIA, Vittoria sostiene numerose iniziative di comunicazione e formazione sul territorio.

5 PARITÀ DI GENERE



RAGGIUNGERE LA PARITÀ DI GENERE

Vittoria si impegna per la tutela e il rispetto dei diritti delle persone in un ambiente di lavoro sicuro e privo di alcun tipo di discriminazione.

Azioni: assicuriamo la dovuta attenzione alle pari opportunità in attività di empowerment, comunicazione, formazione, sviluppo della leadership e ricerca di una maggiore conciliazione tra vita lavorativa e vita privata.

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE. UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI

Cresciamo e facciamo crescere: ecco il senso dello sviluppo sostenibile. Vittoria ha dato da sempre un contributo attivo per lo sviluppo economico del settore, raggiungendo livelli elevati di produttività attraverso l'occupazione stabile di quasi 600 persone.

Azioni: nel 2020 abbiamo maturato un utile netto di 107,6 milioni di euro e abbiamo distribuito un valore economico pari a 449,9 milioni di euro.





9 IMPRESE INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



COSTRUIRE UNA STRUTTURA RESILIENTE E PROMUOVERE L'INNOVAZIONE E UN'INDUSTRIALIZZAZIONE EQUA, RESPONSABILE E SOSTENIBILE

La nostra sede utilizza un impianto fotovoltaico che cerca di compensare l'energia consumata con quella prodotta, ricerchiamo da sempre tecnologie pulite e sostenibili. Inoltre, il processo di digitalizzazione dei documenti relativi alle polizze e ai sinistri e la firma grafometrica, ci ha consentito di ridurre gli impatti negativi sull'ambiente.

Azioni: vogliamo percorrere la strada dell'innovazione di prodotto attraverso investimenti in soluzioni tecnologiche all'avanguardia, per questo Vittoria ha creato un Incubatore Insurtech, dedicato alla Open Innovation, per favorire la circolazione di idee e la crescita di nuovi modelli di business.

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



RENDERE LE CITTÀ E GLI INSEDIAMENTI UMANI INCLUSIVI, SICURI, DURaturi E SOSTENIBILI

Vittoria Assicurazioni si impegna nella salvaguardia, recupero del patrimonio storico, artistico e architettonico e riqualificazione delle aree urbane. La Compagnia, attraverso la quotidiana attività di business, contribuisce al contenimento degli impatti ambientali.

Azioni: il Gruppo ha avuto un ruolo attivo e concreto nel progetto di riqualificazione urbana dell'area Portello di Milano, dove sorge un complesso residenziale costituito da 8 edifici, i cui nomi rendono omaggio al glorioso passato, ricordando un'auto storica dell'Alfa Romeo.

12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E CONSUMO

Facciamo in modo che le persone abbiano tutte le informazioni rilevanti sull'acquisto dei nostri prodotti e servizi; gestiamo con tempestività, correttezza e trasparenza ogni reclamo; forniamo assistenza di qualità nella gestione dei sinistri.

AZIONI: ci impegniamo per offrire alla clientela la migliore Customer experience a partire dal primo contatto.

13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO



ADOTTARE MISURE URGENTI PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO E LE SUE CONSEGUENZE

Vittoria lotta i cambiamenti climatici, ponendo costantemente attenzione agli impatti ambientali e alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio. Consapevoli che la responsabilità della salvaguardia dell'ambiente spetta a ogni singolo individuo, siamo in prima linea nella promozione di comportamenti consapevoli.

Azioni: investimenti che hanno consentito di ridurre i consumi cartacei perseguiti grazie alla digitalizzazione delle operazioni, una politica viaggi che invita i dipendenti ad utilizzare treni e mezzi pubblici, riducendo in tal modo le emissioni climalteranti in atmosfera e, dal 2020 il progetto Vittoria Bike, con il quale sono forniti gratuitamente ai dipendenti monopattini elettrici a zero impatto ambientale.

16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE



PROMUOVERE SOCIETÀ PACIFICHE E PIÙ INCLUSIVE PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE. OFFRIRE L'ACCESSO ALLA GIUSTIZIA PER TUTTI E CREARE ORGANISMI EFFICACI, RESPONSABILI E INCLUSIVI A TUTTI I LIVELLI

Rispetto della legalità e massima trasparenza sono i valori che caratterizzano il lavoro all'interno della società.

Azioni: attuiamo tutte le misure di prevenzione della corruzione e pianifichiamo azioni volte a identificare, valutare e prevenire eventuali condotte illecite. Efficacia, responsabilità e trasparenza dell'operato, attraverso la continua collaborazione con le istituzioni di settore nella definizione di proposte, atti, iniziative e di provvedimenti normativi.

17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



RAFFORZARE GLI OBIETTIVI E COLLABORARE CON PARTNER VALIDI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Collaboriamo con partner che condividono gli stessi obiettivi per promuovere in modo efficace lo sviluppo sostenibile a livello nazionale.

Azioni: Vittoria Assicurazioni è partner ufficiale del Touring Club Italiano, un'associazione no profit che opera sul nostro territorio con l'obiettivo di promuovere e valorizzare il turismo, la cultura e l'ambiente, condividendo con il Gruppo l'amore per il nostro Paese.







UNA STORIA
DI VALORI

LA NOSTRA STORIA

2020	Partecipa alla costituzione della "Fondazione Carlo Acutis – ONLUS"
2019	Costituzione di un incubatore in ambito Insurtech, dedicato alla Open Innovation
2018	Le azioni della Società vengono revocate dalla quotazione dal 28 settembre 2018
2017	Redige il primo Bilancio di Sostenibilità
2015	Avvia un progetto sulla rete di vendita per la diffusione di modelli Agenziali più in linea con le esigenze del mercato e dei Clienti: l'"Agenzia Snella"
2013	Supera l'ambizioso obiettivo di 400 Agenzie su tutto il territorio italiano
2012	Supera i 1.000 milioni di Euro di premi e accresce ulteriormente il numero di Agenzie sul territorio, arrivando a 100 nuove Agenzie in 3 anni
2011	Si insedia nella nuova sede di proprietà in occasione del 90° anniversario dalla fondazione
2009	Introduce un importante programma poliennale di sviluppo della propria rete distributiva
2001	Avvia un progetto di riqualificazione urbanistico e architettonico dell'area Portello a Milano
1998	Supera il traguardo di 1000 miliardi di Lire di premi
1988	Viene quotata alla Borsa Valori di Milano
1968	Prende l'attuale ragione sociale "Vittoria Assicurazioni S.p.A."
1936	Cambia denominazione in "La Vittoria. Compagnia di Assicurazioni Generali"
1921	Nasce a Cremona la "Italian Excess Insurance Company"

Ecco alcuni dati relativi al periodo marzo-dicembre 2020 delle iniziative in favore degli Stakeholder più sensibili agli effetti della pandemia.

404

Kit DPI di primo accesso distribuiti

100%

Dipendenti forniti di Laptop

65%

Dipendenti forniti di cellulare aziendale

470

Vaccini antinfluenzali somministrati gratuitamente a dipendenti e familiari

65.000

Mascherine distribuite nel 2020

100%

Riunioni Consiliari ed endoconsiliari a distanza

354

Test sierologici forniti gratuitamente

COVID-19

Come tutte le realtà imprenditoriali, ci siamo trovati a dover affrontare repentinamente una situazione emergenziale. Grazie alle oculate decisioni manageriali e alla solida struttura organizzativa, siamo riusciti a salvaguardare la salute dei nostri dipendenti e della rete distributiva (sia primaria che secondaria), garantendo la continuità operativa di tutti i reparti.

Dall'avvento della pandemia, infatti, abbiamo iniziato un processo di adozione capillare del cosiddetto Lavoro Agile, che ha permesso a tutte le risorse

di lavorare da remoto. Un cambiamento che, seppur radicale, è stato effettuato in modo lineare perché, già in era pre-Covid, la Compagnia si affidava regolarmente a strumenti tecnologicamente avanzati e di cooperazione all'avanguardia.

Il profilo innovativo della Compagnia e gli investimenti effettuati si sono mostrati essenziali anche per le nostre reti distributive. Le agenzie di Vittoria Assicurazioni, infatti, avevano già a disposizione un'ampia gamma di strumenti informatici mobili, che ha concesso loro di gestire il rapporto con il cliente interamente da remoto e quindi

in totale sicurezza. Un accesso alla tecnologia che è risultato ancor più performante grazie all'intervento della Compagnia anche in ambito formativo.

Il nostro impegno non si è dunque arrestato di fronte alle nuove sfide poste dal Covid-19 ma, al contrario, si è intensificato, e in quel periodo abbiamo anche attivato un importante piano di azione economica a favore degli intermediari, con una specifica sezione interamente riservata agli intermediari di sez. E; una reale testimonianza della profonda vicinanza della Compagnia alla propria rete di vendita.

Per i dipendenti sono state garantite condizioni di estrema sicurezza sul lavoro. Sono state tempestivamente comunicate le regole di comportamento al personale, in base all'evolversi della situazione nazionale e dei vari DPCM emessi ed è stato inoltre immediatamente aggiornato il "Documento Valutazione Rischi". In Sede è stato istituito un presidio fisso per sanificare gli spazi comuni e di maggior contatto come maniglie, pulsanti etc. ed è stato installato negli ascensori un sistema di purificazione e sanificazione

dell'aria della cabina; presso le reception e all'interno di tutte le sale riunioni sono stati installati plexiglass divisorii al fine di garantire maggior sicurezza alle persone.

Per la rete agenziale, Vittoria Assicurazioni è intervenuta con provvedimenti quali la sospensione delle rivalse e dell'incasso delle partite non assicurative, l'anticipo della liquidazione delle incentivazioni maturate e la concessione di ulteriori agevolazioni per la produzione dei rami elementari.

La Compagnia ha agevolato i propri clienti attraverso la sospensione di azioni giudiziarie di recupero premi e franchigie, la rateizzazione mensile del premio, la possibilità di rinnovo con estensione della copertura a 14 mesi, possibilità di pagare i premi in scadenza tramite APP e web, la copertura del rischio "epidemia" per polizze sanitarie, due mesi di copertura gratuita per gli Assicurati operanti nel settore turistico, alberghiero e della ristorazione.



LA NOSTRA IDENTITÀ E I NOSTRI VALORI

L'attività di assicuratore ha un rilevante impatto sociale.

È una attività sociale perché attiene alla vita dell'uomo in quanto membro di una famiglia e partecipa di una comunità.

Attiene alla vita dell'uomo perché riguarda il suo progetto di vita, il mantenimento del suo reddito, il tenore di vita della sua famiglia, la tutela del suo patrimonio, la sua pensione.

Attiene alla comunità perché le assicurazioni nascono dalle mutue, è la mutualità, cioè la tendenza ad associarsi promossa dalla necessità di una reciproca garanzia di tutela e di

assistenza, il fondamento della assicurazione.

È solo grazie alla comunità degli assicurati che diventa possibile per una assicurazione poter fare fronte agli impegni assunti.

Ma soprattutto l'assicurazione è socialmente rilevante perché interviene quando lo stato di bisogno è effettivo, cioè è concreto, è accertato, in altre parole, si è verificato un evento dannoso: è avvenuto un sinistro.

In caso di danno catastrofale, evento non più così raro, facendo riferimento agli eventi atmosferici estremi a cui ci stia-

mo ormai abituando, è proprio l'assicurazione che farà la differenza, per quella famiglia, per quella azienda, tra la continuità o il fallimento.

Uno dei valori più importanti per Vittoria è la fedeltà.

La Fedeltà si può intendere come scelta che si rinnova.

In questo senso la Fedeltà va intesa come sentimento, dei nostri clienti e dei nostri partner, nei nostri confronti, risultante dalla valutazione positiva dei fatti e delle circostanze tale

per cui loro possano confidare nella nostra capacità di tenere fede ai nostri impegni.

Fedeltà dunque, in questo caso, è intesa come: fiducia accordata e volontà di rinnovare un impegno liberamente assunto.

Ma fedeltà può significare anche: verità, conformità all'originale, corrispondenza alla realtà.

Quindi la Fedeltà è anche sino-

nimo di lealtà: quella componente del carattere per cui si sceglie di obbedire a particolari valori di serietà, correttezza, sincerità, in ogni circostanza, mantenendo le promesse iniziali e comportandosi secondo un codice prestabilito.

Noi in Vittoria ne siamo consapevoli e agiamo di conseguenza, grazie a persone che ci mettono passione, ricercano continuamente l'innovazione e si impegnano, ogni giorno, per fare ogni cosa un po' meglio del giorno precedente.

Mission statement

L'assicurazione ha un valore sociale: è una cosa seria.
Perseguire l'eccellenza è nostra volontà.

Vision statement

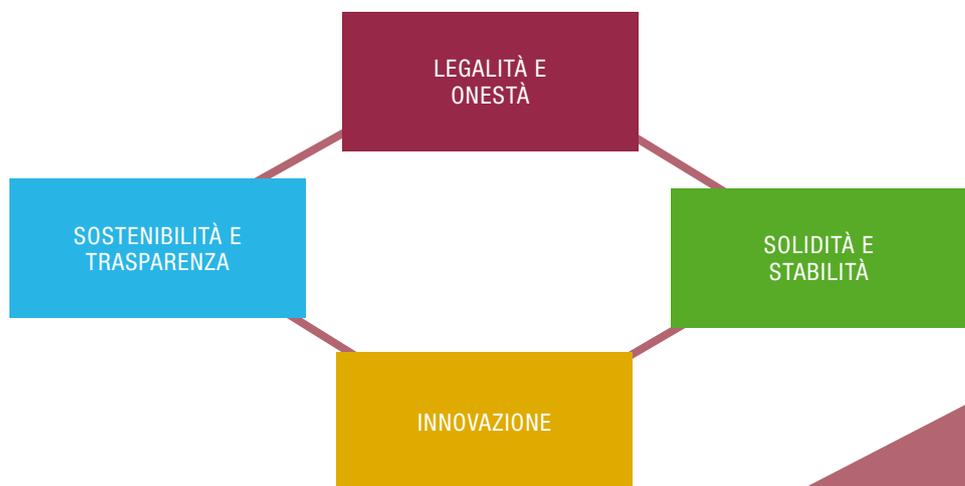
Soddisfiamo le aspettative dei nostri clienti.
Sviluppiamo rapporti di fiducia costanti, forti e duraturi

La nostra visione parla di soddisfazione, intesa come appagamento di una aspettativa: noi soddisfiamo le aspettative dei nostri clienti e dei nostri partner e sviluppiamo con loro rapporti

di fiducia costanti e duraturi.

Siamo una compagnia orgogliosamente italiana, sul mercato da quasi 100 anni (il centenario cadrà nel 2021) e conosciamo bene il valore della presenza sul

territorio, siamo presenti in tutte le principali piazze Italiane con la nostra rete di oltre 2000 distributori tra agenti e subagenti.



Il nostro Codice Etico: ancora più forza ai nostri valori

Il nostro Codice Etico è una carta di principi che definisce le linee guida per una gestione aziendale sostenibile e rispettosa di tutti gli stakeholder, una sintesi dei valori etici e di responsabilità in cui ci riconosciamo. Con il codice etico intendiamo esplicitare e riaffermare il complesso di principi e di regole comportamentali a tutti i soggetti con i quali intratteniamo quotidiani rapporti, siano essi amministratori, componenti degli organi sociali, dipendenti, agenti, consulenti, azionisti, clienti, fornitori, pubbliche amministrazioni, altri soggetti terzi o la società civile in genere.

Tale documento è reso pubblico agli Stakeholder tramite la pubblicazione sul sito di Vittoria Assicurazioni.

GLI HIGHLIGHTS DI GRUPPO



449,9

Valore economico distribuito

793.294

Risarcimenti pagati

557

Dipendenti

2.079.292

Clienti

194,1

Solvency II ratio

60,7%

Documenti sottoscritti digitalmente dai clienti

472

Agenzie

9.051

Ore di formazione erogate

25.835

Risme di carta risparmiate in un anno

LA NOSTRA STRATEGIA

Definite le linee strategiche di Mission, Vision e Value proposition nel 2019, nel 2020 è stato sviluppato un progetto funzionale al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo della Compagnia: sviluppo dei pro-

dotti RE e riequilibrio della loro incidenza sul portafoglio complessivo, senza che ciò implichi una diminuzione in valore assoluto dei premi del comparto auto, che continua a costituire un settore di interesse per i no-

stri Clienti. Il programma avviato nel 2020, di cui sono attesi i primi risultati effettivi nel corso del 2021, si articola in un piano d'azione basato su tre asset principali:



▲ la nostra rete distributiva, che sarà rafforzata sia attraverso un efficientamento dei processi amministrativi, per migliorare di conseguenza le performance commerciali, sia tramite l'ampliamento della forza vendita;

▲ i nostri Clienti, che vogliamo fidelizzare sempre di più, anche attraverso:

- investimenti in tecnologia applicata all'innovazione di prodotto e di processo;
- la revisione del "customer journey", ovvero il percorso che porta il cliente a scegliere il nostro prodotto, con l'o-

biettivo di migliorare l'esperienza complessiva;

- la realizzazione di una campagna di comunicazione per la condivisione e la diffusione dei valori e della mission che ci rappresentano;
- la revisione completa e integrata della nostra presenza nel mondo digital con una ristrutturazione dei vari canali;

▲ la revisione dell'assetto organizzativo interno, funzionale a creare una struttura fortemente focalizzata ed interfunzionale capace di operare rapidamente.

Nel perseguire la nostra strategia, potremo contare sui seguenti fattori distintivi:

- ▲ innovazione dei processi di vendita e postvendita;
- ▲ relazioni stabili e durature con i nostri partner;
- ▲ capacità di soddisfare le aspettative dei Clienti.

E dovremo affrontare le seguenti sfide:

- ▲ innovazione dell'offerta per fronteggiare la concorrenza;
- ▲ intensificare i momenti di contatto con i Clienti;
- ▲ diffusione del brand.

Reputazione del marchio

Nel corso dell'anno si è lavorato per implementare la strategia di

comunicazione rivolta al mercato e ai nostri Clienti. Il progetto si concretizzerà nel 2021 con la prima campagna pubblicitaria di Vittoria, dopo 100 anni di storia, per aumentare la "Brand Awa-

reness", passaggio necessario e imprescindibile per generare clienti potenziali per le nostre agenzie.

Nuove quote di mercato

L'asset principale su cui Vittoria può contare è il rapporto stabile e duraturo con la propria rete agenziale, connotata da elevata professionalità e competenza. In questo contesto, sono partiti una serie di progetti dedicati proprio alla rete:

- ▲ **Progetto RE:** introduce modalità per aumentare la produttività del canale agenziale operando su due fronti: da un lato, liberando tempo produttivo, intervenendo sui processi di quietanzamento, gestione cassa e autorizzazioni e efficientando la procedura di gestione degli incassi, dall'altro aumentando il numero e il tasso di chiusura delle trattative;
- ▲ **Dimensionamento della rete**

Modifica del mix di portafoglio

Il nostro progetto di modifica del mix di portafoglio non può prescindere dai nostri Clienti, che insieme a noi hanno un ruolo fondamentale nella realizzazione di questo ecosistema. Proprio perché vogliamo costruire rapporti di fiducia, costanti, forti e duraturi, i Clienti sono il punto cardine attorno a cui ruotano tutte le iniziative del progetto.

Abbiamo consolidato il sistema di fidelizzazione per essere più incisivi nella retention, stiamo modificando il modello di vendita, orientandoci sulla vendita

agenzia: l'acquisizione da reti esterne è una leva molto efficace per garantire nuova produzione, in questo senso si è lavorato per favorire l'introduzione di modelli di compenso più attrattivi oltre che di percorsi di carriera e di guadagno motivanti, concreti, raggiungibili e meritocratici;

- ▲ **Agenti Leggeri:** un progetto per reclutare forza vendita sul mercato offrendo opportunità ai subagenti di diventare agenti monomandatari della Compagnia con nuovo modello organizzativo, definito "leggero", che si pone l'obiettivo di risolvere il problema dei costi indotti dalle attività amministrative e burocratiche tipiche delle agenzie tradizionali;
- ▲ **Canale Affinity:** la relazione con il Cliente finale non è gesti-

ta da un intermediario della Compagnia (Agente, Banca, Broker) ma da altri operatori economici come ad esempio gruppi, convenzioni, sistemi di Welfare e GDO. Vittoria approccerà a questo mercato con l'obiettivo di raggiungere nuovi segmenti di mercato altrimenti preclusi alla rete delle agenzie.

Il nuovo approccio alla vendita e il nuovo modello organizzativo si concretizzano anche nel nuovo accordo economico che si basa su coerenza assoluta tra obiettivi strategici della Compagnia, target di crescita assegnati alle agenzie e il sistema di incentivazione, che è stato completamente rivisto per finalizzarlo a premiare lo sviluppo degli incassi RE con un meccanismo a leva che premia il superamento degli obiettivi.

di soluzioni personalizzate possibili, grazie al nuovo sistema di emissione Vittoria con Te, per offrire ai nostri Clienti un insieme di garanzie più completo e basato su un modello di consulenza che tratta in maniera olistica il Cliente e ne investiga tutte le aree di bisogno, identificandone le priorità.

Vittoria con te svolge un ruolo chiave come abilitatore per l'offerta di combinazioni di garanzie, anche relative a oggetti assicurati diversi, grazie alla sua struttura caratteristica modulare a cartella.

Stiamo adottando strumenti di pagamento inerziale con frazionamenti mensili, per adeguarci

alla modalità prevalente adottata da altri settori, che trova il favore del pubblico.

Abbiamo pianificato l'ulteriore sviluppo dell'attuale catalogo RE necessario per rispondere alla domanda nascente dalle nuove linee di business e per attrarre tutti quei Clienti che non trovano una risposta ai loro bisogni assicurativi nei prodotti del catalogo odierno.

I nuovi prodotti si caratterizzano tutti per l'associazione della componente di servizio a quella tradizionale di assicurazione: sono soluzioni integrate e innovative derivanti dagli studi effettuati nel nostro laboratorio tecnologico Vittoria hub.



Fidelizzazione del cliente

Un elemento distintivo e differenziante che rende la proposta di Vittoria all'avanguardia nel

settore assicurativo è il nuovo programma VIVA che premia i Clienti ogni qualvolta vengono portate a termine le missioni per la loro protezione con dei punti che si tramutano in effettivi sconti da utilizzare in occasione

delle sottoscrizioni di polizze.

Inoltre, offre l'accesso ad un innovativo circuito di servizi legati alla sfera del benessere della persona avvalendosi della gamma di un ricco network di partner convenzionati.

NPS – Net Promoter Score

Conoscere la soddisfazione dei Clienti è un importante obiettivo per Vittoria Assicurazioni.

Nel corso del 2020 è proseguita l'attività di rilevazione del valore di NPS nei vari touch point considerati strategici per la relazione tra Clienti e Vittoria Assicurazioni.

I questionari erogati hanno avuto due obiettivi:

- ▲ Valutare la fedeltà nella relazione Cliente-Vittoria Assicurazioni grazie alla metrica di NPS;
- ▲ Identificare i punti di debolezza nell'intera customer experience al fine di attuare azioni correttive.

I risultati raccolti continuano a confermare la percezione positiva che i Clienti hanno nei confronti di Vittoria Assicurazioni.



Vittoria Hub

In Vittoria Assicurazioni abbiamo sempre creduto che l'innovazione sia una delle principali forze trainanti per l'evoluzione dell'intero comparto assicurativo. Al fine di guidare la trasformazione digitale e trarne i benefici da essa derivanti, abbiamo lanciato sul mercato Vittoria hub, il primo incubatore insurtech in Italia basato sull'Open Innovation.

L'innovazione che intendiamo apportare all'intero settore si concretizza nella realizzazione

di un'assicurazione basata su un Ecosistema Insurtech, ovvero un insieme armonizzato e ben orchestrato di servizi e tecnologie capace di offrire ai clienti sistemi di prevenzione, assistenza e pronto intervento, rimedio e monitoraggio, accessibili in ogni momento e senza barriere. Un concetto che nasce e si sviluppa per colmare una mancanza del mercato che, ad oggi, è in grado di offrire singoli servizi senza però integrarli fra loro in un'unica soluzione.

Un cambiamento di paradigma,

che permette all'assicurato di ricevere, oltre ad un'offerta completa, esperienze rilevanti.

In questo scenario, non vanno però dimenticate le tecnologie oggi a disposizione, che consentono di sviluppare soluzioni evolute e di trasformare profondamente le polizze come tradizionalmente intese.

Anche se di recente formazione, l'hub ha già dovuto affrontare alcune sfide impreviste, come ad esempio l'avvento del COVID che, comunque, non ha scoraggiato i fondatori, che hanno



Insurtech.
Together we grow.

NOVEMBRE 2019	Apertura prima call for ideas
FEBBRAIO 2020	Chiusura prima call: totale 141 candidate
MARZO 2020	Valutazione 141 startup da cui è stata fatta una selezione di 15 startup. Webinar di presentazione alle 15 startup
MAGGIO/LUGLIO 2020	Comitato tecnico per ammissione di 11 startup e a seguire CDA di approvazione; raccolta documentazione da startup
LUGLIO/NOVEMBRE 2020	Percorso on line prima fase: Incubazione
NOVEMBRE 2020	Ad un anno dalla costituzione si è tenuto il primo Investor Day
GENNAIO 2021	CDA Vhub per approvazione startup che proseguono il percorso con la seconda fase: Adozione

lavorato duramente e da remoto per far progredire il progetto.

Dopo attenta selezione effettuata dal Team Vhub, 10 startup sono entrate nella prima fase di Incubazione del programma VIA².

Il Programma VIA² (VIA Square) di Vittoria hub è il percorso di affiancamento alle Startup strutturato in 3 fasi:

1. Incubazione - dall'idea a un prototipo con caratteristiche minime ed essenziali per capire la prima risposta e il gradimento del cliente: durata: 3 mesi;

2. Adozione - dal prototipo ad un prodotto perfezionato per convalidare l'apprezzamento del mercato e la fattibilità tecnica: durata 3 mesi;

3. Accelerazione - dal prodotto alla commercializzazione e diffusione sul mercato: durata 4 mesi.

L'accesso ad ogni fase è soggetto ad una graduatoria di merito redatta da parte del CTS (Comitato Tecnico di Selezione) di Vittoria, che si basa su criteri imparziali di unicità, innovazione e sostenibilità dei modelli raggiunti e dimostrati da ciascuna startup ad ogni fase di avanza-

mento.

L'incubatore Vhub, è il luogo in cui la contaminazione culturale è assicurata dalle startup provenienti da settori diversi, la convergenza di discipline si concretizza nella costruzione di nuovi modelli di business e il trasferimento della conoscenza viene favorito rendendo accessibili a tutte le startup tutti i dati e tutti i servizi prodotti da ciascuna.

La fase di Incubazione, si è conclusa il 26 novembre 2020 con il primo Investor Day, dove le 10 startup si sono presentate ai potenziali investitori.





**DAI PRINCÌPI
AI FATTI:
LA NOSTRA
GOVERNANCE**



LA GOVERNANCE RESPONSABILE

Una struttura stabile, garanzia di una gestione trasparente e responsabile

Negli anni, Vittoria Assicurazioni ha mostrato una continuità nell'adozione di un modello di governance tradizionale, il quale è caratterizzato dall'affidamento dell'attività amministrativa e di controllo a due organi nominati dall'Assemblea:

- ▲ Il Collegio sindacale, a cui è affidata l'attività di controllo;
- ▲ Il Consiglio di Amministrazione, a cui è affidata l'attività amministrativa. Quest'organo è investito da diverse responsabilità: garantisce che vengano raggiunti gli scopi sociali, è responsabile dell'andamento delle strategie di business della Società e delle società controllate.

Inoltre, ad esso è conferita la definizione del processo per la rilevazione, la valutazione attuale e prospettica, il monitoraggio, la gestione e la segnalazione dei rischi, con la facoltà di emanare disposizioni nei confronti delle controllate della Società in materia di governo societario e di controllo e gestione dei rischi. Al 31 dicembre 2020, in linea con lo Statuto Sociale, tale organo risulta essere composto da 12 Amministratori, di cui 6 indipendenti.

Invece, il controllo contabile del bilancio civilistico e consolidato di Vittoria Assicurazioni è affi-

dato a una società di revisione esterna, attualmente Deloitte & Touche S.p.A., in carica fino all'approvazione del bilancio 2020.

In conformità allo Statuto sociale della Compagnia, il Consiglio di Amministrazione ha costituito al proprio interno dei Comitati Consiliari, considerando la normativa di settore e l'operatività della Società e del Gruppo. In particolare, tali Comitati supportano il Consiglio nella definizione di linee guida del sistema di governance, delle strategie di sviluppo ed investimento, nonché dei sistemi di supervisione di controllo interno. Di seguito, le principali attività.

COMITATO CONTROLLO E RISCHI

Il Comitato Controllo e Rischi ha la funzione di supportare, attraverso un'ideale attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relativamente alla determinazione delle linee guida e alla verifica dell'adeguatezza del sistema di controllo interno e gestione dei rischi, esaminando, in ottica di monitoraggio, la relativa documentazione.

COMITATO NOMINE E REMUNERAZIONI

Tale Comitato svolge un ruolo di consulenza nel processo di nomina dei Consiglieri e per il conferimento di cariche sociali, per le nomine concernenti il vertice aziendale, per la valutazione dei requisiti di idoneità alle cariche sociali e per il processo di autovalutazione del Consiglio.

In merito alle remunerazioni, il Comitato ricopre funzioni consultive e istruttorie sia per determinare i compensi degli amministratori investiti di particolari cariche, sia per definire le politiche di remunerazione e di fidelizzazione relative al personale rilevante (risk takers).

COMITATO STRATEGIE

Il Comitato Strategie supporta il Consiglio e la Direzione nella definizione degli obiettivi e delle strategie aziendali, valutando l'evoluzione del mercato, nonché le opportunità di sviluppo della Società; inoltre, il Comitato ha il compito di supportare il Consiglio di Amministrazione nella definizione dei piani strategici pluriennali, nello sviluppo di Key Performance Indicators e nel monitoraggio degli stessi, nonché sulle tematiche legate alla sostenibilità.

COMITATO FINANZA

Il Comitato Finanza, attraverso attività istruttoria e propositiva, supporta il Consiglio di Amministrazione nel determinare le politiche e le strategie di investimento, nel definire la propensione al rischio e la gestione del capitale, e nello stabilire politiche di investimento e relativa supervisione.

COMITATO IMMOBILIARE

La funzione del Comitato Immobiliare è quella di monitorare l'andamento degli investimenti immobiliari del Gruppo, definendo le strategie di sviluppo del comparto, nonché di valutare soluzioni di investimento immobiliare che vengono proposte dai responsabili operativi.

COMITATO PARTI CORRELATE

Il Comitato Parti Correlate ha il compito di esaminare preventivamente le operazioni con parti correlate che vengono sottoposte dalle competenti strutture aziendali e formulare pareri sul compimento delle stesse, verificandone la correttezza formale e sostanziale.

COMPOSIZIONE DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO E DEI SUOI COMITATI

La Società è rappresentata dal Presidente del Consiglio di Amministrazione, dai Vice Presidenti, dagli Amministratori Delegati e dai Direttori Generali. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione, non avendo alcun ruolo esecutivo e gestionale, coordina le attività del Consiglio, di cui presiede le riunioni. Il Consiglio di Amministrazione ha conferito i più ampi poteri gestionali ed esecutivi al Signor Cesare Caldarelli, l'Amministratore Delegato, il quale definisce le modalità ed i limiti del loro esercizio. Inoltre, l'Amministratore Delegato garantisce che siano raggiunti gli obiettivi definiti dal Consiglio; cura l'esecuzione delle decisioni del Consiglio e la gestione degli affari sociali con l'Alta Dirigenza; garantisce la direzione, il controllo ed il coordinamento delle società del Gruppo. L'Amministratore Delegato, su decisione del Consiglio, svolge il ruolo di Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

COMPETENZE ETEROGENEE E DIVERSIFICATE AL FINE DI ASSICURARE UN DIBATTITO PRODUTTIVO COMPETENZE DELL'ORGANO AMMINISTRATIVO

Secondo la politica adottata dal Consiglio di Amministrazione, gli amministratori e le altre figure chiave della Società devono essere in possesso di determinati requisiti in termini di onorabilità, professionalità ed indipendenza. In tal modo, la Compagnia mira ad ottenere una composizione eterogenea, con membri che posseggono competenze in varie materie al fine di favorire un dibattito produttivo, che consenta di eseguire adeguatamente i compiti stabiliti con l'obiettivo di creare valore per gli azionisti nel medio-lungo periodo e di rafforzare il processo decisionale grazie alle differenti prospettive dei singoli membri. Tuttavia, tale eterogeneità non pregiudica l'esistenza di un idoneo bilanciamento tra le diverse categorie di amministratori garantendo una formazione dei Comitati conforme alla normativa di settore. Pertanto, in virtù di tali criteri, si ripone il massimo impegno nel voler favorire la diversità di esperienza, conoscenza e competenza senza che possa esercitarsi alcun tipo di discriminazione su qualsiasi caratteristica personale che non attenga al ruolo che svolgono i candidati.

LE PRINCIPALI NOVITÀ IN MATERIA DI GOVERNANCE

Durante l'esercizio 2020, il Consiglio di Amministrazione ha approvato delle modifiche in materia di governance di seguito illustrate.

// Consiglio di Amministrazione: nomina e composizione

		Indipendenza		Comitato					
		Esec.	Indip.	Controllo e Rischi	Nomine remunerazioni	Parti correlate	Finanza	Immobiliare	Strategie
Carlo ACUTIS	Presidente Emerito						X	X	X
Andrea ACUTIS	Presidente						P	P	P
Adriana ACUTIS	Vice Presidente						X	X	X
Cesare CALDARELLI	Amministratore Delegato	X					X	X	X
Massimo ANONARELLI	Consigliere		X	P					
Luciano GOBBI	Consigliere		X	X	X	X	X		X
Giorgio MARSIAJ	Consigliere		X						
Maria Antonella MASSARI	Consigliere		X	X	P	P			
Urs MINDER	Consigliere		X						
Marzia MORENA	Consigliere		X					X	
Luca PAVERI FONTANA	Consigliere				X		X	X	X
Giuseppe SPADAFORA	Consigliere						X	X	X

P = Presidente del Comitato.



La tabella che segue indica la distribuzione degli Organi di Governo per fascia di età e genere

% individui presenti negli organi di governo per fascia d'età e genere				
Anno	2020		2019	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Genere				
< 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
30-50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%
>50 anni	75,0%	25,0%	75,0%	16,7%

Negli Organi di Governo non sono presenti altri indicatori di diversità, come gruppi minoritari o vulnerabili (es. categorie protette).

Nuove modalità di svolgimento delle riunioni

Per necessità dettate dall'emergenza sanitaria, le riunioni consiliari e le Assemblee si sono tenute regolarmente nel rispetto delle normative emanate. In particolare, tutti i partecipanti hanno avuto la possibilità di seguire le discussioni, di intervenire e

ricevere i documenti. Pertanto, con l'obiettivo di agevolarne lo svolgimento, lo Statuto Sociale è stato modificato come segue:

▲ le riunioni consiliari potranno anche svolgersi per teleconferenza o videoconferenza. In tali casi le riunioni vengono indette senza l'indicazione del luogo dell'adunanza ed è stata eliminata la previsione della necessaria com-

presenza del Presidente e del Segretario nel medesimo luogo;

▲ per le Assemblee, è stato previsto che l'esercizio del diritto di intervento e del diritto di voto da parte degli aventi diritto possa svolgersi con mezzi di comunicazione, anche a distanza.

Aggiornamento MOP

Il Modello Organizzativo Privacy è un documento che descrive l'organizzazione aziendale in merito alla gestione e al trattamento dei dati personali. Il MOP viene applicato a tutto il perso-

nale di Vittoria, indipendentemente dalla tipologia del rapporto di lavoro o collaborazione, e alle terze parti che, nell'ambito delle rispettive mansioni ed incarichi professionali, svolgono per conto di Vittoria attività di trattamento di dati personali.

A tal proposito, la Compagnia conformemente alla normativa

GDPR, nel corso del 2020 ha definito all'interno del Modello Organizzativo Privacy i profili organizzativi della gestione dei dati personali per recepire le novità apportate dalla normativa in tema di accountability, di privacy by design e privacy by default.



IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI

La Compagnia adotta un sistema di governance che assicura, coerentemente con i requisiti normativi e regolamentari di settore, una gestione sana e prudente, flettendo la redditività dell'impresa verso una conscia assunzione dei rischi, caratterizzata da un'operatività corretta e trasparente. Il sistema di governo societario si fonda su due pilastri fondamentali: i) il sistema di gestione dei rischi e ii) il sistema di controllo interno. Queste due fondamenta, in continuo miglioramento, garantiscono il rispetto degli impegni nei confronti degli assicurati, dei beneficiari e delle controparti, perseguendo la tutela del patrimonio e degli obiettivi strategici di lungo periodo. Tale sistema di governance regola le modalità attraverso cui Vittoria Assicurazioni è governata e controllata. Il piano strategico viene approvato dal Consiglio di Amministrazione,

il quale stabilisce gli obiettivi sulla base della situazione macroeconomica e del mercato. Tuttavia, in aggiunta all'approvazione del piano strategico, il Consiglio di Amministrazione si occupa delle seguenti attività:

- ▲ approvazione delle specifiche politiche di indirizzo per definire le Linee Guida del complessivo sistema di controllo interno e di gestione dei rischi disponendo la propensione al rischio ed i livelli di tolleranza della società; inoltre, assicura che tutti i livelli aziendali adottino rigorosamente le direttive assicurando, sia una capillare diffusione delle politiche di indirizzo dallo stesso emanate, sia l'implementazione e il mantenimento di un idoneo sistema di disposizioni organizzative e operative;
- ▲ emanazione delle Linee Guida e disposizioni in materia di governo societario nei con-

fronti delle proprie società controllate;

- ▲ verifica dell'adeguatezza del sistema di gestione dei rischi e del sistema di controllo interno rispetto alle caratteristiche della società e al profilo di rischio attuale e prospettico, nonché la sua efficacia.

Il sistema di gestione dei rischi e il sistema di controllo interno si fondano su un modello organizzativo composto da tre linee di difesa supportato dall'attività congiunta di diversi attori. Tali sistemi presidiano tutti i rischi derivanti dalle tipiche attività di business della Compagnia, oltre alla prevenzione e il trattamento dei potenziali rischi di natura ambientale e sociale cui la Compagnia è esposta, nonché i potenziali impatti ambientali, sociali e sui diritti umani derivanti dalle proprie attività.

L'impegno finalizzato ad evitare di essere fonte di rischi di natura sociale e ambientale

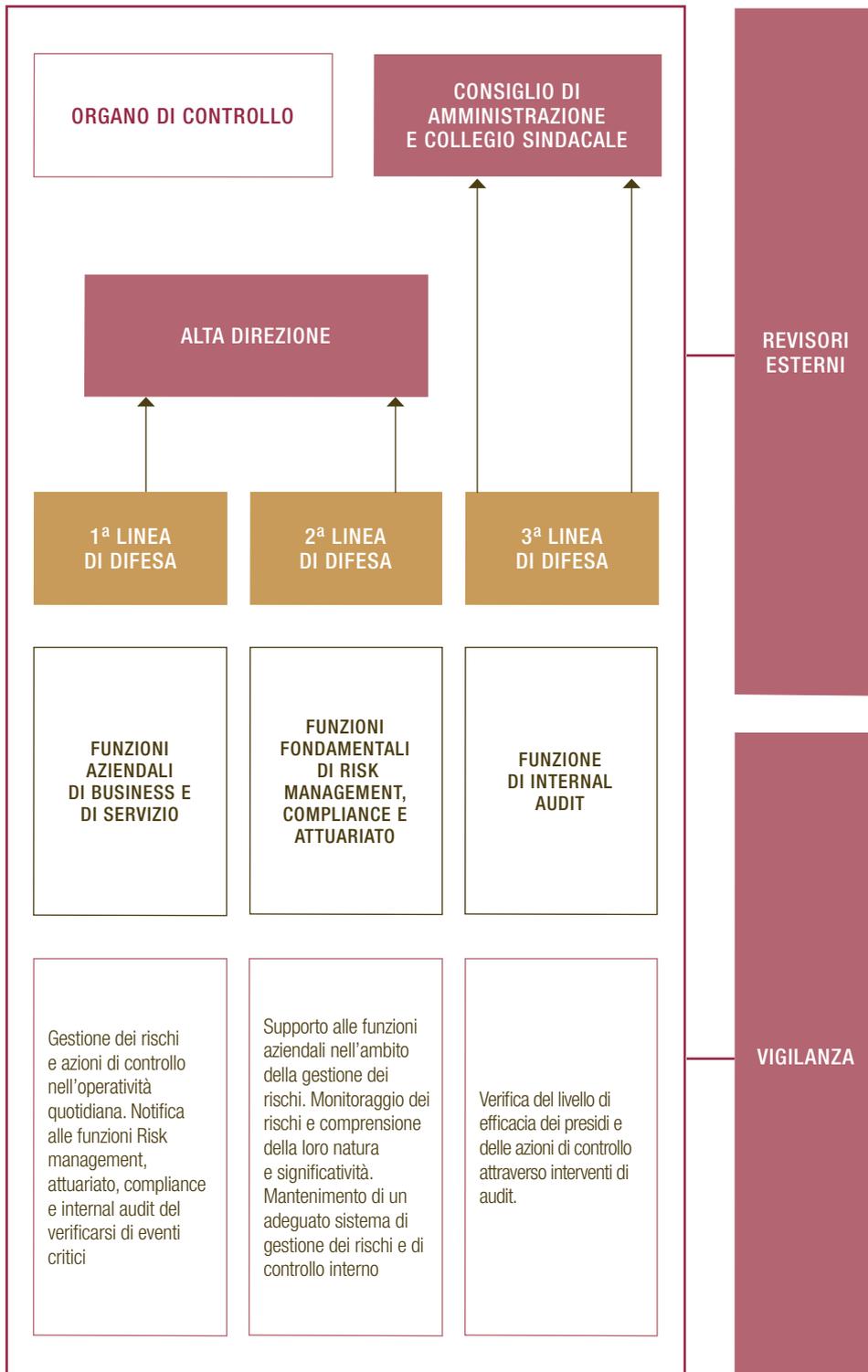
I rischi di natura sociale possono essere ricondotti a tre macro-categorie principali:

- ▲ i rischi per la salute;
- ▲ i rischi per la sicurezza;
- ▲ i rischi per l'integrità psicologica e morale degli individui.

Le prassi e le pratiche adottate dalla Compagnia, che vanno oltre l'obbligo di legge, perseguono la tutela e il benessere dei propri dipendenti e collaboratori, la correttezza e trasparenza verso i consumatori

e, più in generale, le corrette pratiche di business.

I rischi di natura ambientale sono originati da eventi naturali e da attività aziendali (i.e. origine antropica) che possono impattare negativamente sulle persone, gli animali e l'ecosistema. La Compagnia persegue pratiche ambientali finalizzate alla conservazione delle risorse naturali riducendo l'impatto ambientale sia diretto sia indiretto.





ANTICORRUZIONE E ANTIRICICLAGGIO

Modello di organizzazione e gestione D. lgs 231/2001

Il Modello di Organizzazione e Gestione dei rischi (MOG), predisposto ai sensi del D.lgs. 231/2001, funge da presidio sulla prevenzione dei reati connessi alla corruzione e al riciclaggio e descrive le procedure interne predisposte per contrastare e mitigare i rischi di commissione di reati corruttivi. Il MOG fa parte del sistema di governo societario e di gestione dei rischi e, oltre alla funzione principale appena descritta, rivolge una particolare attenzione ai rischi attinenti alla salute, alla sicurezza e all'ambiente. Durante il 2020, la parte generale e speciale del MOG sono state aggiornate per recepire degli interventi normativi che

hanno avuto degli impatti notevoli sul D. Lgs. 231/2001. In particolare, nella parte generale sono state aggiunte le nuove tipologie di reati, le nuove modalità di nomina e composizione dell'Organo di Vigilanza ed il nuovo sistema incentivante; mentre, nella parte speciale sono stati inseriti dei capitoli in merito ai reati tributari, di contrabbando, societari e penali. A tal proposito, poiché gli aggiornamenti sono stati rilasciati a dicembre 2020, durante i prossimi mesi seguirà la formazione in materia di reati di corruzione e, in generale, di prevenzione dei reati da esso previsti.

La struttura del Modello di Organizzazione e Gestione include: la descrizione della normativa di riferimento; la descrizione dei reati compresi nell'ambito del D.Lgs.231/2001. In particolare, il Modello di Organizzazione e Gestione, considerando l'attività svolta dalla società che

lo applica, identifica: le aree e i processi sensibili rispetto alle diverse tipologie di reati; l'identificazione dell'organismo di Vigilanza (composto da un presidente esterno, un sindaco effettivo e i responsabili delle funzioni di Internal Audit, Compliance, Risk Management, Legale e Antiriciclaggio), delle sue funzioni e poteri dell'attività di reporting nei confronti degli Organi societari e dei suoi obblighi di informazione e la verifica sull'adeguatezza del Modello; le modalità di informazione e diffusione del Modello Di Organizzazione e Gestione a tutti i soggetti con i quali le società del Gruppo Vittoria intrattengono rapporti ed in particolar modo verso dipendenti, agenti, società controllate e collaboratori esterni; l'identificazione di un sistema sanzionatorio.

Il MOG è diffuso a tutti i dipendenti e alla rete Agenziale

Il Modello di Organizzazione e Gestione di Vittoria Assicurazioni viene adottato dalle società intermediarie dei servizi assicurativi, mentre le Società Immobiliari controllate ne posseggono uno autonomo, maggiormente rispondente alle

proprie peculiarità. Come ogni società che si è dotata di un MOG, anche Vittoria Assicurazioni ha istituito un Organismo di Vigilanza che ha il compito di monitorarne l'osservanza, curarne il costante aggiornamento e informare il Consiglio di Amministrazione della società. Il gruppo Vittoria è da sempre impegnato nella lotta contro il riciclaggio di denaro e il finanziamento del terrorismo grazie all'istituzione di un'apposita Funzione Antiriciclaggio. Quest'ultima adempie gli ob-

blighi previsti dalla normativa, quali l'adeguata verifica della clientela e la segnalazione di operazioni "sospette", individuate in base ad indici di anomalia previsti dalle autorità di vigilanza finanziaria. Nonostante all'interno del Gruppo Vittoria Assicurazioni sia la sola società soggetta alla disciplina antiriciclaggio, anche tutte le società immobiliari ne monitorano i rischi nell'ambito dei singoli MOG predisposti da ciascuna società.

RAPPORTI CON LE AUTORITÀ DI VIGILANZA

Alla base dei nostri rapporti con le Autorità di Vigilanza ci sono confronto e dialogo continui. Il rispetto delle normative, lo spirito di collaborazione, oltre che riscontri completi, chiari e tem-

pestivi relativamente a richieste inviate dall'Autorità, hanno portato ad un decremento delle sanzioni costante nel tempo. L'orientamento alla correttezza e trasparenza della nostra

rete liquidativa, uniti alla professionalità e disponibilità della nostra rete Agenziale, ci hanno consentito di risultare una delle Compagnie con il minor numero di sanzioni del mercato.

Migliaia di Euro

Sanzioni*		
	2020	2019
Numero sanzioni IVASS	0	3
Importo sanzioni IVASS	0	4,7
Numero di azioni legali legate a pratiche anticoncorrenziali e anti-trust	2*	2
Numero sanzioni COVIP, Garante Privacy, AGCM e CONSOB	0	1

*Sanzioni: si riferiscono a cause in corso da anni precedenti

Whistleblowing

A partire dal 2018, il Modello Organizzativo di Gestione ha recepito l'istituto del Whistleblowing, una procedura orga-

nizzativa ad hoc per le segnalazioni di reati o irregolarità di cui gli stakeholder della Compagnia siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro.

In merito a questa procedura, non sono state rilevate segnalazioni nel corso dell'esercizio 2020.





**SOLIDI, STABILI E
RESPONSABILI**



SOLIDITÀ ECONOMICA E STABILITÀ FINANZIARIA

107,6 MLN

Utile netto

84,3%

Combined Ratio Conservato

1.415,4 MLN

Raccolta assicurativa

572,9 MLN

Valore economico generato

Fonte: Bilancio Consolidato 2020

Andamento del Gruppo Vittoria

L'esercizio 2020 si chiude con utile netto di Gruppo pari a 107,6 milioni di euro, in aumento del 40% rispetto al risultato dell'esercizio 2019 (79,2 milioni di euro).

Grazie alle continue azioni volte al consolidamento e allo svi-

luppo del portafoglio esistente, la raccolta premi registra un decremento complessivo del 2,4%. I premi complessivi contabilizzati al 31 dicembre 2020 ammontano a 1.415,4 milioni di euro (1.450,2 milioni di euro al 31 dicembre 2019) con un incremento nei Rami Danni dello 0,03 % e un decremento nei Rami Vita del 15,4%. Il settore immobiliare, sebbene ancora in negativo, presenta un miglio-

ramento rispetto all'esercizio precedente, con un risultato netto negativo di 1.630 migliaia di euro (risultato netto negativo di 3.361 migliaia di euro al 31 dicembre 2019). Il risultato del settore servizi, evidenzia una perdita, al lordo delle imposte e delle interessenze di terzi, pari a 344 migliaia di euro, contro un utile di 104 migliaia di euro al 31 dicembre 2019.

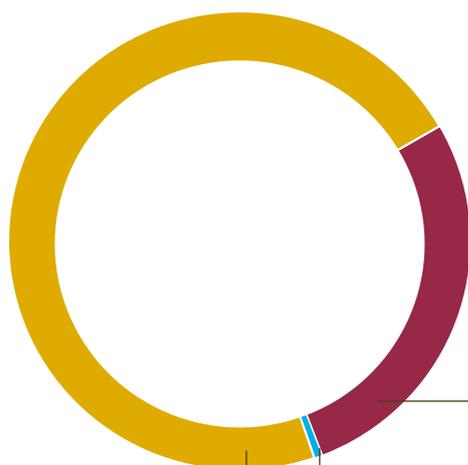
Importi in milioni di Euro

Principali indicatori economici e patrimoniali

	2020	2019	Variaz. %
Raccolta Assicurativa Diretta Danni	1.221,3	1.220,9	0%
Raccolta Assicurativa Diretta Vita	194,1	229,3	(15,4)%
RACCOLTA ASSICURATIVA DIRETTA	1.415,4	1.450,2	(2,4)%
Oneri relativi ai Sinistri Danni lavoro Diretto	704,9	814,9	(13,5)%
Oneri relativi ai Sinistri Vita lavoro Diretto	208,5	247,0	(15,6)%
ONERI RELATIVI AI SINISTRI LAVORO DIRETTO	913,4	1.061,9	(14,0)%
Risultato derivante da strumenti finanziari e investimenti immobiliari	44,2	44,6	(0,9)%
Spese di gestione	325,2	302,3	7,6%
Risultato Consolidato	107,6	79,2	35,9%
Investimenti e disponibilità	4.529,0	4.143,3	9,3%
Riserve Tecniche	3.291,1	3.160,0	4,1%
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	765,7	659,6	16,1%

Utile netto
di 107,6
milioni
di Euro

Premi Danni



I premi Danni al 31 dicembre 2020 ammontano a 1.221,3 milioni di euro. Il combined ratio ed il rapporto sinistri a premi conservati dei Rami danni si attestano rispettivamente al 84,3% e al 58,0% (principi contabili italiani).

I corrispondenti ratio, al 31 dicembre 2019 erano pari rispettivamente a 89,7% e al 65,1%.

877,4 MLN Rami Auto

Rami Elementari 336,3 MLN

7,6 MLN Rami Speciali

€ 0,47

Proposta di dividendo

17,2%

ROE

765,7 MLN

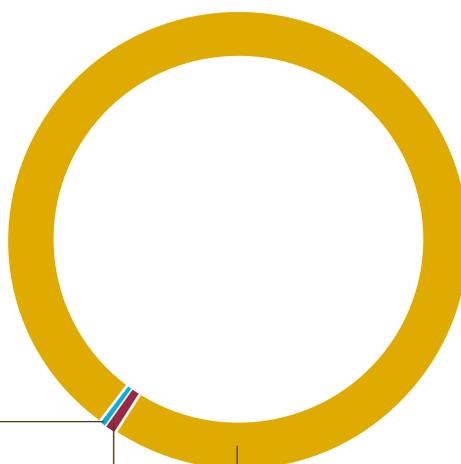
Patrimonio netto di Gruppo

Fonte: Bilancio Consolidato 2020

I premi Vita al 31 dicembre 2020 ammontano a 194,1 milioni di euro, di cui premi ricorrenti 67,9 milioni e premi unici 126,1 milioni di euro.

L'ammontare dei sinistri, di capitali e rendite maturate nonché dei riscatti di competenza, al netto dei costi di liquidazione, è pari a 113,7 milioni di euro.

Premi Vita



V Assicurazioni di capitalizzazione 0,1 MLN

IV Assicurazioni malattia 1,2 MLN

192,8 MLN I Assicurazioni sulla durata della vita umana

Cresciamo e facciamo crescere: il segreto dello sviluppo sostenibile

Il valore economico diretto generato e distribuito

La ricchezza che produce il nostro Gruppo concorre alla crescita economica del contesto sociale in cui opera: il Valore Generato è equamente distribuito nei confronti dei nostri stakeholder, che direttamente

o indirettamente hanno partecipato alla creazione di valore, e questo costituisce uno dei fondamenti della sostenibilità nel tempo della performance economica. Il valore economico generato dal Gruppo Vittoria

Valori in milioni di Euro

Prospetto del valore aggiunto			
	2020	2019	Variaz.%
VOCI DI BILANCIO			
Premi netti	1.370,3	1.381,4	(0,8)%
Prestazioni assicurative di competenza	(878,7)	(985,1)	(10,8)%
Proventi e Oneri derivanti da strumenti finanziari e investimenti immobiliari	61,6	57,8	6,6%
Altri ricavi e oneri	19,7	28,1	(29,9)%
VALORE ECONOMICO GENERATO	572,9	482,2	18,8%
VALORE DISTRIBUITO	449,9	389,9	15,4%
VALORE TRATTENUTO DALL'AZIENDA	123,0	92,3	33,6%

Fonte: Bilancio consolidato 2020 Gruppo Vittoria

Nel 2020
abbiamo
distribuito
449,9 milioni
di euro
all'esterno
del Gruppo

è pari a 551,2 milioni di euro ed esprime il valore della ricchezza prodotta nell'esercizio 2020. I ricavi di vendita sono stati identificati con i premi netti, che ammontano a 1.370,3 milioni di euro. Dopo aver coperto i costi legati al business, principalmente identificati nei costi legati al pagamento di sinistri pari a 900,4 milioni di euro, la ricchezza generata è stata distribuita tra i soggetti che hanno contribuito a generarla. In parte, dunque, viene esternalizzata (valore distribuito),

mentre la restante parte viene trattenuta dal Gruppo Vittoria, sotto forma di incrementi del Patrimonio netto, accantonamenti, ammortamenti di beni materiali e immateriali.

Vittoria Assicurazioni si impegna a rispettare pienamente le leggi e le prassi fiscali applicabili; essa riduce il livello di rischio fiscale derivante dalle sue attività applicando la massima diligenza in tutti i processi che possono rilevare in termini di rispetto dei suoi obblighi fiscali.

Per ogni ulteriore approfondimento sulla politica fiscale si rimanda al Bilancio Consolidato del Gruppo.

Grazie ai nostri risultati abbiamo versato all'erario negli ultimi due anni quasi 80 milioni di euro, contribuendo a sostenere la nostra economia e il nostro sistema nazionale, in termini di salute, sicurezza, cultura, infrastrutture e servizi a vantaggio del nostro Paese.

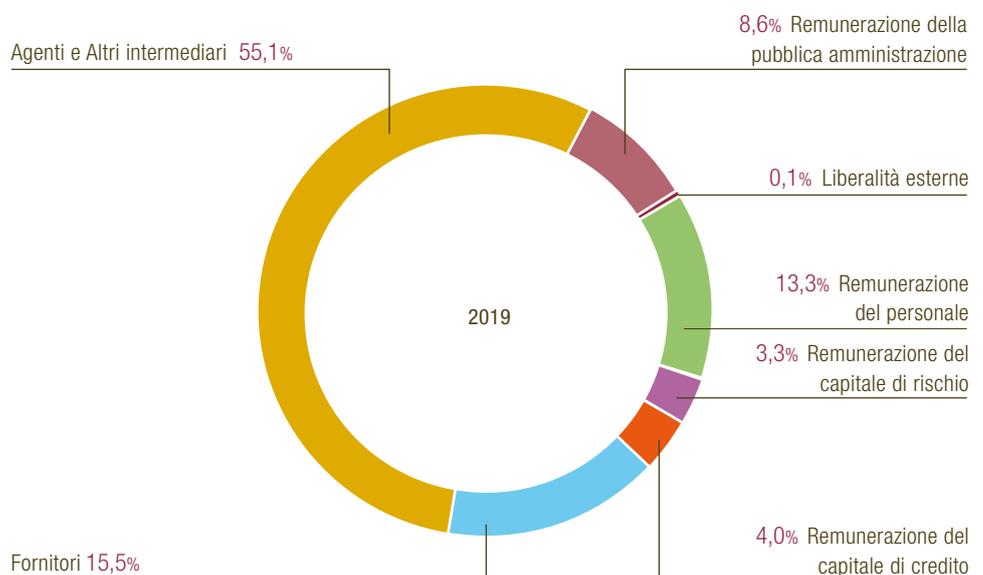
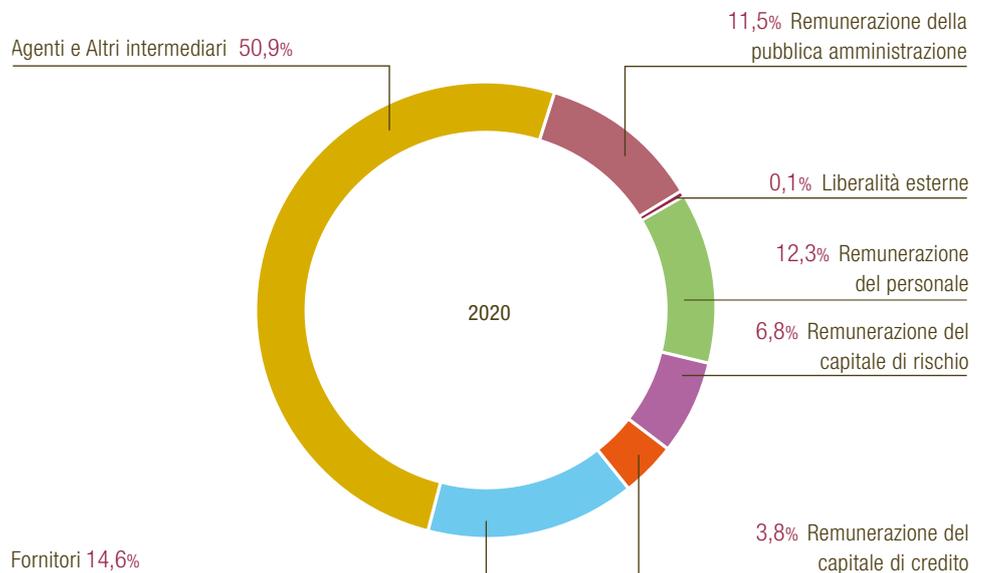
Valori in milioni di Euro

Valore Distribuito				
	2020	%	2019	%
Remunerazione del personale	55,5	12,3	52,0	13,4
Agenti e Altri intermediari	229,1	50,9	215,0	55,1
Fornitori	65,5	14,6	60,5	15,5
Remunerazione del capitale di credito	17,1	3,8	15,6	4,0
Remunerazione del capitale di rischio	30,4	6,8	12,9	3,3
Remunerazione della pubblica amministrazione	51,8	11,5	33,7	8,6
Liberalità esterne	0,5	0,1	0,2	0,1
Totale	449,9	100%	389,9	100%

Nel 2020 siamo stati vicini ai nostri assicurati erogando risarcimenti per 793.3 milioni di Euro

Valore Distribuito esternamente al Gruppo Vittoria nel 2020 è pari a 449,9 milioni di euro così suddiviso:

Valore Distribuito



LE POLITICHE DI INVESTIMENTO

Le politiche di investimento consentono di perseguire gli obiettivi di rischio-rendimento connessi a ciascuna tipologia di attività, al fine di far fronte agli impegni contrattuali assunti nei confronti degli assicurati. A tal scopo la gestione degli attivi mira innanzitutto a garantire, oltre ad un adeguato margine di utile, la solidità patrimoniale della Compagnia. La gestione integrata delle attività e delle passività (ALM) e il contenimento del rischio di liquidità e del rischio di concentrazione sono elementi cardine della strategia di gestione degli investimenti. Tale strategia, che viene identificata nell'ambito di un processo di investimento che ten-

de ad assicurare una corretta suddivisione dei compiti tra le diverse funzioni e organi aziendali, parte dalla definizione di un Asset Allocation Strategica (SAA) di medio/lungo periodo. Nell'effettuare la gestione degli investimenti, inoltre, la Compagnia tiene conto delle caratteristiche di ogni portafoglio, con particolare riferimento ai diversi profili delle passività assicurative, mantenendo l'obiettivo di ottenere flussi di cassa futuri adeguati in relazione agli impegni presi in coerenza con le management action. Vittoria Assicurazioni ha intrapreso un'attività di mappatura degli investimenti, con l'obiettivo di individuare i rischi di sosteni-

bilità ad essi collegati, da integrare successivamente nei propri processi decisionali di investimento. In particolare, ha deciso di adottare un approccio sostenibile all'investimento, integrando alcuni fattori ambientali e sociali nel proprio processo decisionale di selezione e gestione degli investimenti, al fine di garantire che i vari fattori relativi a rischio e rendimento, sia a livello finanziario che non finanziario, vengano presi in considerazione generando performance sostenibili e di lungo periodo. Il portafoglio verrà, nel suo complesso ed in un orizzonte di tempo definito, progressivamente adeguato ai criteri di sostenibilità individuati.

La funzione Investor relations

La funzione di Investor Relations è focalizzata sulle attività di comunicazione e informa-

zione finanziaria tra l'azienda e gli attuali azionisti e obbligazionisti. Valorizzando le attività di business, le strategie e le prospettive future, consente di individuare il corretto valore generato dall'azienda. Per quanto

riguarda il titolo obbligazionario subordinato, emesso nel luglio del 2018, fornisce con cadenza semestrale (sui mercati di quotazione) l'informativa relativa ai bilanci ufficiali della Compagnia.



La solidità patrimoniale come principale obiettivo della gestione degli investimenti, una garanzia per gli assicurati





LA PERSONA
AL CENTRO

Responsabili perché al centro di relazioni consapevoli



RISORSE UMANE

Vittoria si propone di condividere i propri valori con tutti i collaboratori



SENSO DI APPARTENENZA	Si utilizza l'espressione "appartenere" per indicare l'adesione alle idee di una collettività di cui ci si sente parte integrante
MOTIVAZIONE	Se vuoi costruire una nave, risveglia negli uomini la nostalgia del mare lontano e sconfinato, appena si sarà risvegliata in loro questa sete si metteranno subito al lavoro per costruire la nave. Antoine De Saint-Exupery
PROFESSIONALITÀ	La professionalità sta nel sapere come farlo, quando farlo, e nel farlo! Frank Tyger
INNOVAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO	Non esistono cose fatte bene, esistono cose fatte e poi cose fatte meglio.
SERIETÀ	Sono le nostre responsabilità, non noi stessi, che dobbiamo prendere con serietà. Peter Ustinov

La Direzione Personale si propone di dare ampio spazio e risalto alle iniziative legate alla Mission, alla Vision e ai Valori della Compagnia anche attraverso il portale di comunicazio-

ne interna Vittoria People.

Il progetto di dare sempre maggiore importanza alla comunicazione chiara e trasparente rivolta ai propri dipendenti prosegue:

Vittoria People si propone, infatti, di essere sempre di più un luogo di condivisione, oltre che un luogo di discussione e confronto.

Le nostre persone

Da sempre il punto focale per la crescita e lo sviluppo del Gruppo, le persone e la loro formazione professionale costituiscono per Vittoria Assicurazioni l'investimento determinante nei processi di produzione del valore. Per valorizzarle al meglio, la Compagnia continua a porre al centro della strategia merito, professionalità e correttezza, valori che nel periodo storico che stiamo vivendo hanno acquisito maggiore attenzione.

L'attenzione alla crescita e alla formazione è stata centrale anche durante il periodo di lockdown, durante il quale il Gruppo, dopo aver messo in tempi brevissimi tutto il personale in condizione di lavorare in modalità agile, ha continuato le attività di training con innovative modalità a distanza.

I nostri dipendenti sono 557, il 97,8% dei quali è assunto con contratto a tempo indeterminato.

Si precisa che vengono ricomprese:

Nel Nord: Liguria, Val D'Aosta, Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto, Emilia Romagna;

Nel Centro: Toscana, Marche, Umbria, Lazio;

Nel Sud e Isole: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campagna, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia.

Numero dipendenti per genere e tipologia di contratto (determinato - indeterminato) al 31 dicembre

Anno	2020			2019		
	Indeterminato	Determinato	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Uomini	394	8	402	400	1	401
Donne	151	4	155	149	2	151
Totale dipendenti	545	12	557	549	3	552

A seguito di un affinamento nel processo di raccolta ed esposizione dei dati, il totale organico del 2019 non è confrontabile con il dato del 2020, che è stato soggetto ad un aggiornamento di alcuni criteri di allocazione interna.

Numero dipendenti per tipologia di contratto (determinato - indeterminato) e aree geografiche al 31 dicembre

Anno	2020			2019		
	Indeterminato	Determinato	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Nord	473	8	481	476	2	478
Centro	49	4	53	50	1	51
Sud	23	0	23	23	0	23
Totale dipendenti	545	12	557	549	3	552

Totale dipendenti per genere e tipo di contratto (full-time - part-time) al 31 dicembre

Anno	2020			2019		
	Orario full-time	Orario part-time	TOTALE	Orario full-time	Orario part-time	TOTALE
Uomini	402	0	402	401	0	401
Donne	134	21	155	126	25	151
Totale dipendenti	536	21	557	527	25	552



Il “Lavoro Agile”

A causa del Covid nel 2020 Vittoria ha sperimentato in maniera repentina il lavoro da remoto. Quello che è nato come risposta a uno stato di necessità, si è presto trasformato in un progetto: “Back to the Workplace”.

“Back to the Workplace” risponde all’esigenza di capire se e come evolvere verso un metodo di lavoro basato su un cambio culturale, fatto di strumenti e modalità ad hoc come quello del lavoro agile.

Questo percorso formativo inerente il lavoro agile ha coinvolto in una sperimentazione ben 38 funzioni aziendali, per un totale di 198 persone tra Responsabili e Collaboratori.

Obiettivo del percorso è imparare ad utilizzare metodi e strumenti che permettano di gestire il lavoro in un modo nuovo, mantenendo e incrementando l’efficacia e la produttività di ciascuna funzione attraverso la condivisione di un approccio manageriale basato sulla definizione di obiettivi, la responsabilizzazione sui risultati e la valutazione delle performance.

Questa sperimentazione fornirà a Vittoria gli elementi per valutare l’introduzione in futuro del lavoro agile.

557

Dipendenti del Gruppo Vittoria

97,8%

Dipendenti del Gruppo Vittoria con contratto a tempo indeterminato

Numero dipendenti entranti e tasso per Genere - Fascia d'età - Aree geografiche

ANNO 2020

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	Turnover entranti
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne		
Genere							Totale	Totale
Nord	5	2	9	2	1	3	22	4,6%
Centro	1	1	1	1	0	0	4	7,5%
Sud Italia e Isole	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
TOTALE DIPENDENTI	6	3	10	3	1	3	26	4,7%
TASSO	35,3%	37,5%	4,4%	2,9%	0,6%	6,7%	4,7%	

ANNO 2019

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	Turnover entranti
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne		
Genere							Totale	Totale
Nord	5	3	14	3	2	0	27	5,6%
Centro	1	0	0	5	0	0	6	11,8%
Sud Italia e Isole	0	0	1	0	0	0	1	4,3%
TOTALE DIPENDENTI	6	3	15	8	2	0	34	6,2%
TASSO	31,6%	60,0%	6,5%	7,4%	1,3%	0,0%		

*Le persone
al centro:
la loro
crescita è il
nostro valore*

Numero dipendenti uscenti e tasso per Genere - Fascia d'età - Aree geografiche

ANNO 2020

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	Turnover uscenti
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne		
Genere							Totale	Totale
Nord	0	1	3	0	12	3	19	4,0%
Centro	0	0	0	2	1	2	5	9,4%
Sud Italia e Isole	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
TOTALE DIPENDENTI	0	1	3	2	13	5	24	4,3%
TASSO	0,0%	12,5%	1,3%	2,0%	8,1%	11,1%	4,3%	

ANNO 2019

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	Turnover uscenti
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne		
Genere							Totale	Totale
Nord	2	0	6	5	13	7	33	6,9%
Centro	1	3	2	2	1	0	9	17,6%
Sud Italia e Isole	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
TOTALE DIPENDENTI	3	3	8	7	14	7	42	7,6%
TASSO	15,8%	60,0%	3,4%	6,5%	9,3%	18,4%		

100%

Dipendenti coperti da Contratti Collettivi di Categoria

Le relazioni sindacali

Il Gruppo, sin dalle origini, ha improntato relazioni sindacali volte a favorire la massima collaborazione tra Azienda e Rappresentanze sindacali, nell'ottica di coniugare fattivamente le esigenze aziendali e le aspettative dei lavoratori.

Massima attenzione è stata prestata nel tempo a offrire le migliori condizioni economiche e di lavoro in modo da favorire il benessere personale e professionale di tutti i collaboratori.

Nel corso del 2020, dall'insorgere dell'emergenza Coronavirus, l'Azienda e le Rappresentanze sindacali aziendali hanno collaborato fattivamente al fine di recepire la normativa nazionale e regionale e definire delle linee guida aziendali con l'o-

biiettivo di mettere in sicurezza i lavoratori e prevenire il rischio di diffusione del contagio da Covid-19.

A tal proposito, coerentemente con il protocollo nazionale d'intesa tra governo e parti sociali, è stato istituito un Comitato di Controllo, cui partecipano oltre all'azienda e alle rappresentanze sindacali aziendali anche i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza. Il Comitato si è riunito periodicamente e sono stati definiti due protocolli di prevenzione del rischio da Covid-19, ultimo dei quali siglato il 27 maggio 2020, volto a recepire quanto definito a livello nazionale dal protocollo d'intesa del 24 aprile 2020.

Nell'ambito del Contratto Inte-

grativo Aziendale, nel corso del 2020 è stato inoltre sottoscritto un accordo che ha esteso di sei mesi la finestra di accesso al Fondo di Solidarietà Inter-settoriale, fermo restando il numero massimo di 35 aderenti, con l'obiettivo di rispondere alle richieste di pre-pensionamento formulate dai dipendenti durante gli anni precedenti.

Infine, nel corso del 2020 sono stati conclusi i lavori della Commissione RCA, istituita dal Contratto Integrativo Aziendale siglato nel 2019, a seguito dei quali è stato istituito un servizio di consulenza assicurativa a disposizione dei dipendenti.

Offriamo percorsi di crescita che favoriscono il benessere personale e lo sviluppo professionale



La
formazione
continua, una
scelta strategica
per crescere
tutti.
Insieme



La formazione del personale

La formazione in Vittoria è da sempre considerata uno strumento strategico in quanto permette ai dipendenti e all'organizzazione di essere sempre adeguati e ricettivi rispetto alle innovazioni e ai cambiamenti del mondo esterno, sempre più mutevole e competitivo.

Il Gruppo crede fortemente nell'importanza della formazione e nel 2020, durante i mesi più duri della pandemia, ha deciso di erogare con continuità i corsi previsti, con modalità e-learning e webinar.

Durante i mesi in cui la quasi totalità della popolazione aziendale è stata costretta a periodi di lavoro a distanza, la formazione è stata fondamentale nel

supportare i dipendenti:

- ▲ fornendo loro conoscenze, competenze fondamentali e background necessari a interfacciarsi con consapevolezza alla nuova modalità lavorativa;
- ▲ intensificando l'offerta di corsi e iniziative mirate a salvaguardare e promuovere il benessere dei dipendenti nei momenti di difficoltà.

Abbiamo deciso di raccogliere la sfida del lavoro da casa, trasformandola in un'occasione per diffondere, attraverso la formazione, strumenti e metodologie di lavoro innovative.

Gli obiettivi principali del piano formativo per il 2020 sono sta-

ti quelli di fornire ai dipendenti le conoscenze e le competenze necessarie per lavorare in modo sempre più efficace, efficiente e 'smart' e di investire nella promozione del benessere dei dipendenti a 360°.

Annualmente, vengono erogati corsi in materia normativa, tecnica, informatica, linguistica e relativi alle competenze trasversali.

Il piano di formazione, predisposto per tutti i dipendenti del Gruppo Vittoria, ha previsto:

- ▲ percorsi formativi nati dalle specifiche esigenze della popolazione aziendale e mirati a soddisfare le esigenze di target specifici;

9.051
Ore di formazione
inclusi dirigenti

16
Ore medie di formazione
per dipendente

35
Corsi esterni offerti

72

Corsi interni offerti

89,4%

Dipendenti coinvolti nella formazione

- ▲ formazione tradizionale, erogata sia in aula che con modalità a distanza, con e-learning e webinar;
- ▲ percorsi di formazione a iscrizione volontaria;
- ▲ interventi mirati per accelerare l'acquisizione di competenze;
- ▲ nuove modalità formative con ricorso alla "gamification" per garantire un maggiore engagement e una maggiore efficacia dell'intervento formativo;
- ▲ la possibilità per i dipendenti di richiedere l'iscrizione a corsi esterni per esigenze formative non presenti nel piano formativo aziendale.

Anche nel 2020, abbiamo preso parte all'iniziativa "Osservatori Digital Innovation", in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano.

Ore medie di formazione per inquadramento e genere

Anno	2020			2019		
	Uomini	Donne	Media totale	Uomini	Donne	Media totale
Impiegati	13	18	15	17	20	18
Funzionari-quadri	15	29	17	14	31	17
Dirigenti	27	39	29	23	43	26
MEDIA ORE FORMAZIONE	14	21	16	16	23	18

Ore medie di formazione = Numero ore di formazione fornite / Numero dipendenti.

Gamification

La Gamification (da "game", cioè gioco) sfrutta le logiche e i meccanismi simili a quelli dei giochi per aumentare il coinvolgimento degli utenti durante la frequenza dei corsi in e-Learning.

Aggiungendo missioni, obiettivi e premi si incentiva la motivazione dei fruitori del corso.

Le azioni degli utenti portano alla formulazione di classifiche, badge e record di punteggi, tutti elementi che spingono la partecipazione e rendendo il momento formativo molto più attivo.

L'obiettivo è quello di creare un ambiente sanamente competitivo, ma allo stesso tempo collaborativo e stimolante.

Diamo
valore alle
persone
puntando
sulla loro
professionalità



I percorsi di sviluppo professionale

Una delle priorità di Vittoria è rappresentata dalla crescita professionale, per questo offriamo ai nostri dipendenti percorsi di crescita, sia collettivi sia individuali, che mirano a favorire il benessere personale e lo sviluppo professionale.

Questi percorsi hanno permes-

so di favorire la crescita interna del nostro organico e la messa in campo di competenze tecniche, valorizzando le nostre persone.

Nel 2020 sono stati coinvolti nei percorsi di sviluppo professionale anche i dipendenti delle altre società del gruppo Vitto-

ria, e, nello specifico, sono stati progettati ed erogati i seguenti percorsi:

- ▲ Percorsi di sviluppo dedicati a giovani talenti;
- ▲ Percorsi Area tecnica;
- ▲ Percorsi di sviluppo di competenze.

PERCORSI DI SVILUPPO DEDICATI A GIOVANI TALENTI

CAMPUS VITTORIA

Promuovere lo sviluppo professionale delle risorse junior presenti in Compagnia, rafforzare l'identità aziendale tra i dipendenti e favorire lo scambio di competenze tra le persone. Lavorare su progetti aziendali concreti.

Partecipanti: 23,
Ore a partecipante: 334
Numero di docenti interni: 38
Progetti aziendali: 11
Docenti esterni: 10
Tutor ex partecipanti: 4

VITTORIA LEAGUE

Il percorso di formazione e sviluppo dedicato ai giovani talenti della generazione Z, che punta a favorire l'interscambio generazionale per sostenere la crescita personale e professionale dei più giovani e lo sviluppo di nuovi approcci e punti di vista da parte delle figure più senior. Questo percorso è stato strutturato per far emergere le conoscenze, le capacità e le caratteristiche personali trasformandole in un valore prezioso per gli obiettivi aziendali, oltre che per la crescita professionale della persona.

Partecipanti: 22
Ore a partecipante: 21
Numero di docenti esterni: 1
Wave: 2
Ore di coaching individuale: 3

PERCORSI AREA TECNICA

INDIVIDUARE
EFFICACEMENTE I PROPRI
COLLABORATORI

L'intervento proposto è stato rivolto al Team degli Ispettori Commerciali con l'obiettivo di ampliare e aggiornare le conoscenze relative alle tematiche di reclutamento e selezione al fine di individuare ancora più efficacemente nuovi potenziali collaboratori da inserire nella Rete Primaria e Secondaria.

Partecipanti:27
Ore a partecipante:12
Numero di docenti esterni: 1
Edizioni: 2

IDD

L'IDD, acronimo di Insurance Distribution Directive, è la normativa emanata dal Parlamento dell'Unione Europea in materia di distribuzione di prodotti assicurativi, in vigore dal 1 ottobre 2018.

Vittoria crede nella tutela del consumatore finale e nell'importanza di informarlo rispetto ai contratti che sottoscrive. Per questo annualmente proponiamo corsi sull'IDD che non si rivolgono solo agli addetti alla vendita diretta.

Partecipanti: 20
Ore a partecipante: 32
Docenti esterni: 1





PERCORSI DI SVILUPPO DI COMPETENZE TRASVERSALI

SELF EMPOWERMENT	<p>Il self empowerment è un processo di acquisizione di auto-consapevolezza e autoefficacia, particolarmente importante nel contesto attuale, caratterizzato da incertezza, complessità crescenti, obiettivi sfidanti ed elevati livelli di stress.</p> <p>Obiettivi: acquisire consapevolezza delle proprie risorse e delle proprie potenzialità;</p> <p>Individuare i comportamenti chiave necessari per una performance di successo.</p>	<p>21 partecipanti 8 ore di formazione a persona 1 docente esterno 1 testimonial 3 edizioni</p>
CORSO DI TEATRO	<p>Il teatro rappresenta un'opportunità per acquisire competenze fondamentali nell'ambito lavorativo all'interno di un contesto diverso dal solito.</p> <p>Obiettivi: potenziare la propria flessibilità e la capacità di adattarsi a contesti differenti;</p> <p>Public speaking;</p> <p>Esprimere sé stessi in un contesto non giudicante.</p>	<p>6 partecipanti 12 ore di formazione a persona 2 docenti esterni</p>
COACHING	<p>Sviluppo delle competenze manageriali.</p> <p>Obiettivi: allenare le proprie competenze manageriali;</p> <p>attivare azioni efficaci per lo sviluppo delle capacità e attitudini di ognuno;</p> <p>stimolare la riflessione sulle proprie risorse per migliorare la propria performance.</p>	<p>Partecipanti:9 Ore di formazione:7,5 Docenti:1</p>

<p>MINDFULNESS</p>	<p>Mindfulness significa consapevolezza. Si tratta di una pratica clinicamente validata, che nasce dal connubio di recenti scoperte in ambito neuro-psicologico e tradizioni millenarie. La mindfulness permette di acquisire maggiore consapevolezza portando la mente al "qui ed ora" e di vivere con pienezza di sensazioni il momento presente.</p> <p>Obiettivi: avvicinarsi alla consapevolezza mindful per il miglioramento del benessere;</p> <p>fornire gli strumenti per gestire gli episodi di stress in azienda e all'esterno;</p> <p>allenare il self control, migliorare la nostra consapevolezza e le nostre relazioni.</p>	<p>29 partecipanti 12,5 ore di formazione a persona 1 docente esterno</p>
--------------------	--	---

<p>AGILE PROJECT MANAGEMENT</p>	<p>Fornire strumenti tecnici per la gestione progettuale attraverso ciò che viene definito "Project Management"</p> <p>La novità dei percorsi 2020 per le aule dedicate al Project Management è stata l'introduzione di 3 docenti interni che si sono distinti nelle passate edizioni non solo per padronanza del metodo di lavoro ma per la volontà di diffonderlo, contribuendo a valorizzare le competenze e le conoscenze del personale di Vittoria.</p> <p>Obiettivi: trasmettere, attraverso metodi innovativi e coinvolgenti, scopo e utilizzo dei più importanti strumenti dell'Agile Project Management;</p> <p>divulgare strumenti e metodi di lavoro;</p> <p>migliorare le capacità di comunicazione e di negoziazione;</p> <p>creare relazioni produttive tra le persone coinvolte.</p>	<p>Partecipanti: 25 Ore di formazione:30 Docenti:3</p>
---------------------------------	---	--



Employer branding

Collaborazioni con Università

Nel corso del 2020 Vittoria ha coltivato la collaborazione con diversi atenei partecipando

alle attività di consulenza nella redazione di un curriculum vitae e simulazione di colloqui di lavoro, sia in lingua italiana sia in lingua inglese. L'obiettivo è promuovere la consapevolezza delle conoscenze finora

maturate dai giovani universitari e l'ambito di applicazione aziendale delle stesse. È inoltre un'occasione utile per mettersi alla prova in un contesto di selezione e facilitare così l'accesso al mondo del lavoro.

Tirocinanti

Dal 2020 abbiamo introdotto in Azienda alcuni tirocini professionalizzanti per giovani neolaureati in Psicologia che

svolgono il praticantato propedeutico all'esame per l'iscrizione all'albo degli Psicologi nella nostra realtà aziendale.

Grazie ai tirocinanti possiamo avvalerci di un contributo in-

novativo rispetto a quelle che sono le ultime scoperte nella letteratura di settore e di applicare paradigmi nuovi e inediti per la nostra Azienda.

Programmi di performance management

L'attenzione che l'Azienda pone alla centralità della persona e alla valorizzazione del proprio personale si concretizza anche nell'attivazione annuale del processo di Valutazione delle Prestazioni. Il processo coinvolge tutta la popolazione aziendale e viene gestito attraverso il sistema gestionale #invittoria.

Le attività dei dipendenti sono valutate sulla base di:

- ▲ obiettivi assegnati nell'anno precedente;
- ▲ attività di competenza;
- ▲ conoscenze correlate al ruolo ricoperto;
- ▲ capacità.

Punto chiave del programma è il colloquio tra Responsabile e Collaboratori, che rappresenta un importante momento di confronto in cui vengono analizzate le attività svolte nell'anno passato e le sfide da affrontare nel nuovo anno.

% dipendenti valutati regolarmente per inquadramento e genere

Anno	2020		2019	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	92%	78%	79%	65%
Funzionari-quadri	99%	100%	74%	65%
Dirigenti	100%	100%	100%	100%
TOTALE	95%	84%	73%	64%

Sono le competenze a fare i ruoli: ci impegnamo contro ogni discriminazione



La diversità e le pari opportunità

Il Gruppo Vittoria si impegna a realizzare condizioni di lavoro funzionali alla tutela dell'integrità psico-fisica dei lavoratori e al rispetto della loro personalità morale, a prevenire e reprimere ogni ingiusta discriminazione quali quelle fondate su sesso, razza, nazionalità, religione, credenze filosofiche e opinioni politiche, oltre a ogni sorta di illecito condizionamento.

Il Gruppo Vittoria censura qualsiasi forma di violenza, di molestia, vessazione, intimidazione e mobbing sul luogo di lavoro. Nell'ottica di affidare ruoli di responsabilità alle risorse in base alle loro competenze specifiche, da sempre tutti i processi di gestione del personale, dalla selezione all'assunzione e per tutta la durata del rapporto di lavoro, si fondano sul rispetto

dei principi di non discriminazione e sulle pari opportunità, facendo particolare attenzione a individuare la collocazione più idonea per ogni persona, con particolare riguardo per coloro che sono portatori di disabilità. Riguardo all'assunzione di personale appartenente alle categorie protette, Vittoria ha ottemperato agli obblighi normativi vigenti.

La tabella che segue indica la distribuzione dei dipendenti per categorie di diversità

% organico di gruppo per categorie di inquadramento, fascia d'età e genere

ANNO 2020

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	3,1%	1,4%	29,3%	14,7%	10,1%	4,7%	42,4%	20,8%
Quadri-funzionari	0,0%	0,0%	10,6%	3,2%	15,1%	2,9%	25,7%	6,1%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,5%	0,4%	3,6%	0,5%	4,1%	0,9%
TOTALE							72,2%	27,8%

ANNO 2019

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	2,2%	0,9%	30,8%	15,2%	9,4%	4,3%	42,5%	20,5%
Quadri-funzionari	0,0%	0,0%	10,3%	4,0%	15,8%	2,2%	26,1%	6,2%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,7%	0,9%	3,3%	0,4%	4,2%	0,7%
TOTALE							72,6%	27,4%

Tasso organico di gruppo = nr dipendenti suddiviso per inquadramento, fascia di età e genere / totale dipendenti del periodo di riferimento

La tabella che segue indica la distribuzione dei dipendenti per categorie di diversità, intese come gruppi minoritari o vulnerabili (es. categorie protette).

% organico di gruppo per diversità, inquadramento e genere

Anno	2020		2019	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Genere				
Impiegati	2,5%	2,3%	2,7%	2,4%
Quadri-funzionari	0,7%	0,2%	0,7%	0,2%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	3,2%	2,5%	3,4%	2,5%

Tasso organico di gruppo per diversità = nr dipendenti appartenenti alle categorie protette suddiviso per inquadramento e genere/totale dipendenti del periodo di riferimento.

La tabella che segue indica il salario medio per genere all'interno di ciascuna categoria di inquadramento del personale dipendente. Per salario base si intende quello fisso, quindi non sono comprese le retribuzioni per lavoro straordinario o bonus e ulteriori compensazioni.

Salario medio organico per inquadramento e genere

Anno	2020		2019	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Genere				
Impiegati	42.253	36.237	42.610	36.454
Quadri-funzionari	67.721	66.577	68.375	66.937
Dirigenti	218.913	138.429	201.836	134.286

Salario medio = totale salario fisso annuo/totale dipendenti del periodo di riferimento.

La tabella indica la remunerazione media per genere all'interno di ciascuna categoria di inquadramento del personale dipendente. Per remunerazione si intende la somma di:

- stipendio base
- importi addizionali corrisposti a un lavoratore
- bonus inclusi capitale, quali azioni e quote di capitale
- indennità
- straordinari
- eventuali indennità supplementari, come le indennità di trasporto, soggiorno e assistenza all'infanzia.

Remunerazione media organico per inquadramento e genere (euro)

Anno	2020		2019	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Genere				
Impiegati	46.953	39.493	48.115	40.307
Quadri-funzionari	74.504	71.753	75.996	73.689
Dirigenti	263.108	153.875	249.113	151.674

Il tempo e la qualità della vita dei nostri dipendenti hanno per noi un grande valore

Rapporto salario medio donna rispetto uomo

Anno	2020	2019
Impiegati	85,8%	85,6%
Funzionari-quadri	98,3%	97,9%
Dirigenti	63,2%	66,5%

Rapporto retribuzione media donna rispetto uomo

Anno	2020	2019
Impiegati	84,1%	83,8%
Funzionari-quadri	96,3%	97,0%
Dirigenti	58,5%	60,9%



Welfare ed equilibrio vita-lavoro

Il welfare rappresenta uno dei principali strumenti a disposizione del Gruppo Vittoria per favorire la conciliazione vita privata – vita lavorativa dei dipendenti. Il Gruppo è infatti da sempre attento a migliorare il benessere del lavoratore e della propria famiglia attraverso l'individuazione e la messa a disposizione di servizi integrativi al trattamento retributivo.

Il Contratto Integrativo Aziendale vigente rappresenta la concreta realizzazione di questi principi, contenendo al proprio interno forme di welfare aziendale quali:

- ▲ la previdenza integrativa: il contributo Aziendale si posiziona ai massimi livelli di settore, in modo da garantire la qualità della vita anche nel periodo del pensionamento;

- ▲ l'assistenza sanitaria, con prestazioni e massimali che tutelano il dipendente;

- ▲ un premio di produttività variabile, che il dipendente può scegliere di destinare (totalmente o parzialmente) al welfare aziendale, aumentandone in tal modo il valore e dando la possibilità di utilizzarlo per una gamma molto ampia di benefit legati all'ambito familiare, educativo, al tempo libero, alla salute e alla previdenza complementare.

Il Contratto Integrativo Aziendale prevede anche agevolazioni legate a mutui e prestiti aziendali e prestiti agevolati per l'acquisto della prima casa e dell'auto, oltre alla corresponsione dei buoni pasto.

Nella sede aziendale di Vittoria Assicurazioni, i dipendenti hanno a disposizione una serie di servizi e spazi quali: un'attrezzata palestra interna con assistenza di trainer specializzati, una moderna sala break con distributori di prodotti biologici e un'ampia ed elegante zona esterna. E' disponibile un innovativo servizio di ristorazione basato su cibi freschi e salutaris.

In generale, il Gruppo riconosce il valore del tempo e della qualità della vita attraverso forme di flessibilità oraria in entrata e in uscita e attraverso l'accesso agevolato al contratto di lavoro part – time a supporto della famiglia, oltre a prevedere permessi retribuiti per la nascita dei figli e borse di studio per i figli di dipendenti.

Numero dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale

Anno	2020	2019
Uomini	8	15
Donne	11	28
TOTALE DIPENDENTI	19	43

Numero dipendenti tornati dal congedo parentale

Anno	2020		2019	
Uomini	8	100%	15	100%
Donne	5	45%	28	100%
TOTALE DIPENDENTI	13	68%	43	100%

Tasso di rientro dal congedo parentale = nr dipendenti tornati dal congedo/nr dipendenti che hanno usufruito del congedo

Fondo Ruffini

La Compagnia, con l'obiettivo di favorire l'istruzione ed il merito, istituisce ogni anno delle borse di studio, denominate Fondo Ruffini, a favore dei figli a carico dei dipendenti in servizio presso la stessa con importi definiti annualmente dal Consiglio di Amministrazione.

Le borse di studio sono destinate ai seguenti livelli di istruzione:

- ▲ Scuole medie superiori;
- ▲ Diploma di maturità;
- ▲ Corso di Laurea;
- ▲ Diplomi di laurea breve con votazione superiore a 90/100 – 99/110.

Attività del CIRCOLO VITTORIA CLUB '99

Il Circolo Vittoria Club '99 è un'associazione senza scopo di lucro costituita dai dipendenti della Vittoria nata per favorire la socializzazione dei dipendenti e del personale in quiescenza. La Compagnia supporta in modo significativo le numerose iniziative promosse dal Cral in ambito culturale, sportivo e ludico-ricreativo.

Nel 2020 il Circolo Vittoria Club '99 annovera 255 soci, tra cui 240 dipendenti in attività e 15 soci esterni tra agenti, personale di agenzie, soci esterni e dipendenti in quiescenza. Nel 2019 erano 292 soci complessivi.

Purtroppo, nel 2020 anche il Circolo Vittoria Club '99 non ha potuto organizzare alcun tipo di evento in presenza, ma ha continuato a far sentire la propria vicinanza ai soci con corsi di Pilates in streaming e simpatiche videochiamate, effettuate durante le settimane di lock-down, rivolte ai figli dei nostri soci con i loro amati supereroi.

Per meglio supportare i soci con figli in età scolare, per i primi giorni di settembre il Cral di Vittoria ha sopperito alle chiusure delle scuole organizzando il progetto "Campus for Kids".



Salute e sicurezza sul posto di lavoro

La gestione del Covid-19

Il Gruppo ha immediatamente messo in atto ogni procedura prevista dalle indicazioni normative emesse dagli enti preposti alla gestione del fenomeno. Con il portale aziendale #InVittoria si è cercato di riprodurre un ambiente di lavoro "virtuale" il più possibile vicino al contesto del lavoro in presenza. Tramite questo portale sono state divulgate a tutti i lavoratori le informazioni e la formazione per la gestione dell'emergenza Covid-19.

In base alla dimensione di ogni

ufficio, sono state previste presenze contingentate e, laddove necessario, sono stati installati schermi protettivi; le presenze in ascensori, sala break e aree comuni sono state ridimensionate, mentre altre aree, come palestra, sale riunioni e dehor sono state chiuse.

Oltre a tutti presidi previsti dalla normativa, a tutti i dipendenti sono stati proposti, su base volontaria, test sierologici. Nel mese di novembre 2020 è stata offerta a tutti i lavoratori e ai propri familiari, conviventi e non conviventi, la vaccinazione antinfluenzale.

Quotidianamente sono state distribuite a ogni dipendente pre-

sente in azienda mascherina e guanti monouso.

Per limitare il rischio di contagio derivante dall'utilizzo dei mezzi pubblici, è stato rimborsato ai dipendenti il parcheggio e il percorso casa-lavoro; da luglio 2020 è stata messa gratuitamente a disposizione dei dipendenti una flotta di monopattini elettrici, a zero impatto ambientale. Infine, per limitare il rischio derivante dalla frequentazione di luoghi pubblici affollati, Vittoria ha offerto quotidianamente il pranzo fornito dal servizio di catering interno, consentendo di consumarlo alla propria scrivania, in tutta sicurezza.



LISTEN IS A GIFT

Vittoria Assicurazioni nel 2020 ha deciso di offrire ai dipendenti uno spazio di ascolto attivo e di sostegno al benessere con l'iniziativa "Listen is a gift".

Il servizio dona alle persone di Vittoria la possibilità di effettuare un breve percorso di colloqui individuali con psicoterapeute esterne all'organizzazione, avente l'obiettivo di rendere disponibile alla persona il sostegno necessario al miglioramento della qualità della propria vita e del proprio benessere psicologico

#BENESSEREACASA Salute vuol dire soprattutto benessere

Per tale motivo, durante il periodo di emergenza dovuto al Covid-19, nel quale restare a casa è stato un dovere, ma anche un modo per prenderci cura delle nostre famiglie e comunità, Vittoria Assicurazioni ha voluto portare un po' di benessere a casa dei dipendenti, con la rubrica #benessereacasa condivisa attraverso il portale di comunicazione interna Vittoria People.

Sono state identificate 5 aree del benessere, per ciascuna delle quali sono stati confezionati contenuti curati da esperti e specialisti, ma anche dai dipendenti stessi, fruibili dalla propria abitazione e dedicati a come stare bene a casa:

- ▲ Benessere alimentare: video-pillole sulla sana alimentazione;
- ▲ Benessere emotivo: gestione delle emozioni, respiro consapevole, corso di Yoga, spazio di ascolto attivo con l'iniziativa "Listen is a gift";
- ▲ Benessere fisico: palestra virtuale, corsi live, consigli dell'infettivologo;
- ▲ Benessere organizzativo: gestione dell'emotività nel nucleo familiare, con momenti particolari dedicati ai bambini;
- ▲ Benessere sociale: momenti conviviali virtuali, confronti sull'esperienza Coronavirus e su come gestire il lavoro a distanza e affrontare i meeting.

Il sistema di gestione della sicurezza e della salute sul lavoro

La Compagnia promuove azioni di prevenzione di tutti i rischi valutati all'interno del documento della valutazione dei rischi, includendo la sede di Vittoria Assicurazioni S.P.A. e gli Ispettorati.

Il sistema di gestione della sicurezza e della salute sul lavoro segue le linee guida del TESTO UNICO SULLA SICUREZZA (D.Lgs. 81/08) e copre tutte le attività e tutti i lavoratori.

I rischi sono identificati, valutati e monitorati sulla base dei processi lavorativi che sottendono allo sviluppo delle attività aziendali, svolte mediante l'utilizzo di videoterminali. La qualità dei processi viene garantita da un costante monitoraggio e dalla verifica del rispetto delle procedure aziendali.

Le informazioni del monitoraggio vengono utilizzate per prevenire e ridurre eventuali disagi che possono verificarsi nello svolgimento del processo produttivo.

Eventuali rischi legati al lavoro vengono segnalati alla funzione Sicurezza che provvede ad analizzare la situazione mantenendo la riservatezza di chi ha evidenziato il problema. In caso di infortunio sul lavoro, le dinamiche dell'accaduto e la messa in opera delle necessarie misure preventive, per impedirne il ripetersi, sono analizzate dai membri della funzione Sicurezza. L'azienda si avvale dei ser-

vizi di medicina del lavoro esterni per l'identificazione dei rischi e la conseguente sorveglianza sanitaria dei lavoratori e a tutela della riservatezza dei dipendenti le informazioni sanitarie sono a disposizione unicamente del Medico Competente.

I dipendenti partecipano all'elezione dei propri Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, inoltre, mediante l'organizzazione di focus group, prendono parte alla valutazione dello Stress Lavoro Correlato e segnalano alle Funzioni Sicurezza e HR eventuali problemi od esigenze personali. Sono coinvolti nell'organizzazione delle squadre di emergenza e sono informati sui rischi aziendali e sulle procedure di emergenza da attuare. Nel CIA interno, sono coperti con accordi formali temi legati alla salute e sicurezza dei lavoratori.

I lavoratori svolgono i seguenti corsi sicurezza:

Formazione Generale – Formazione Specifica per i rischi connessi all'utilizzo del video terminale - Aggiornamento quinquennale Formazione Specifica – Formazione Preposti – Aggiornamento quinquennale Formazione Preposti - Formazione Dirigenti - Aggiornamento quinquennale Formazione Dirigenti – Addestramento Antincendio – Addestramento Primo Soccorso - Addestramento utilizzo DAE.

La serie di interventi migliorativi delle condizioni di sicurezza e di igiene nei luoghi di lavoro effettuati nel corso degli anni, ha portato una riduzione sulla tariffa dei premi INAIL. Ricordiamo che tutti i dipendenti hanno

dotazioni e postazioni ergonomiche e uffici con impianti automatizzati di illuminazione e climatizzazione, questi ultimi sanificati almeno annualmente. Inoltre, nella sede di Vittoria Assicurazioni sono presenti due defibrillatori automatici.

Periodicamente, vengono effettuate esercitazioni antincendio, con monitoraggio dei tempi di evacuazione dello stabile.

Abbiamo, inoltre, adottato una procedura per la selezione dei fornitori di servizi presso le sedi della Compagnia, secondo criteri che riguardano anche la salute e sicurezza sul lavoro.

La procedura prevede, per tutti i fornitori, appaltatori e subappaltatori, la verifica:

- ▲ della documentazione riguardante la valutazione dei rischi e la sua validità;
- ▲ della dichiarazione di regolarità contributiva, assicurativa e di conformità alle leggi di igiene e sicurezza sul lavoro;
- ▲ della formazione dei dipendenti che effettuano la manutenzione presso le sedi;
- ▲ dell'adozione di adeguate misure per la prevenzione del contagio da Covid-19.

Per quanto riguarda il tema Salute e Sicurezza nei piccoli cantieri allestiti per manutenzioni straordinarie, Vittoria Assicurazioni, quale Committente, si avvale di appaltatori con i quali, dopo un processo di selezione, vengono stipulati appalti "chiavi in mano". L'intera gestione del cantiere è in capo all'appaltatore, ivi compreso il rispetto della normativa sulla sicurezza

ed i rapporti con eventuali subappaltatori; le attività svolte in cantiere vengono supervisionate attraverso sopralluoghi da parte del RSPP di Vittoria Assicurazioni.

Per il 2020 è stato deciso di procedere con la rendicontazione dei dati relativi agli infortuni utilizzando il nuovo Standard GRI 403, pubblicato dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2018 in sostituzione della versione finora utilizzata, pubblicata nel 2016.

Nel 2020 si sono registrati solo infortuni in itinere casa-lavoro che non rientrano nel computo del tasso.

Nel 2019 si sono registrati solo infortuni in itinere casa-lavoro che non rientrano nel computo del tasso.

Tasso di infortuni (IR) = numero totale di infortuni/ totale delle ore lavorate nello stesso periodo x coefficiente 1.000.000.

Dipendenti - infortuni sul lavoro 2020

Ore lavorate	827.271,00
Numero di decessi da infortuni sul lavoro	0
Tasso di decessi da infortuni sul lavoro	0
Numero di infortuni sul lavoro con gravi	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi	0
Numeri di infortuni sul lavoro	0
Numero di infortuni in itinere casa-lavoro	2
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0

Dipendenti - infortuni sul lavoro 2019

Ore lavorate	816.475,52
Numero di decessi da infortuni sul lavoro	0
Tasso di decessi da infortuni sul lavoro	0
Numero di infortuni sul lavoro con gravi	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi	0
Numeri di infortuni sul lavoro	0
Numero di infortuni in itinere casa-lavoro	5
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0

Per quanto riguarda stagisti, apprendisti e lavoratori autonomi e in generale lavoratori che non sono dipendenti ma che operano all'interno dell'azienda, non ci sono per il 2020 segnalazioni di infortuni.

CLIENTI



La vicinanza ai clienti Vittoria

711.808

Clienti iscritti all'Area Riservata

546.663

Download dell'App MyVittoria dal 2014

69.165

Chiamate ai Numeri Verdi

3.381

Richieste scritte gestite

Attribuiamo grande importanza alla pratica dell'ascolto, volto a esplorare ed ampliare la conoscenza delle esigenze dei nostri Clienti, attraverso i molteplici canali con cui possono entrare in contatto con la nostra organizzazione.

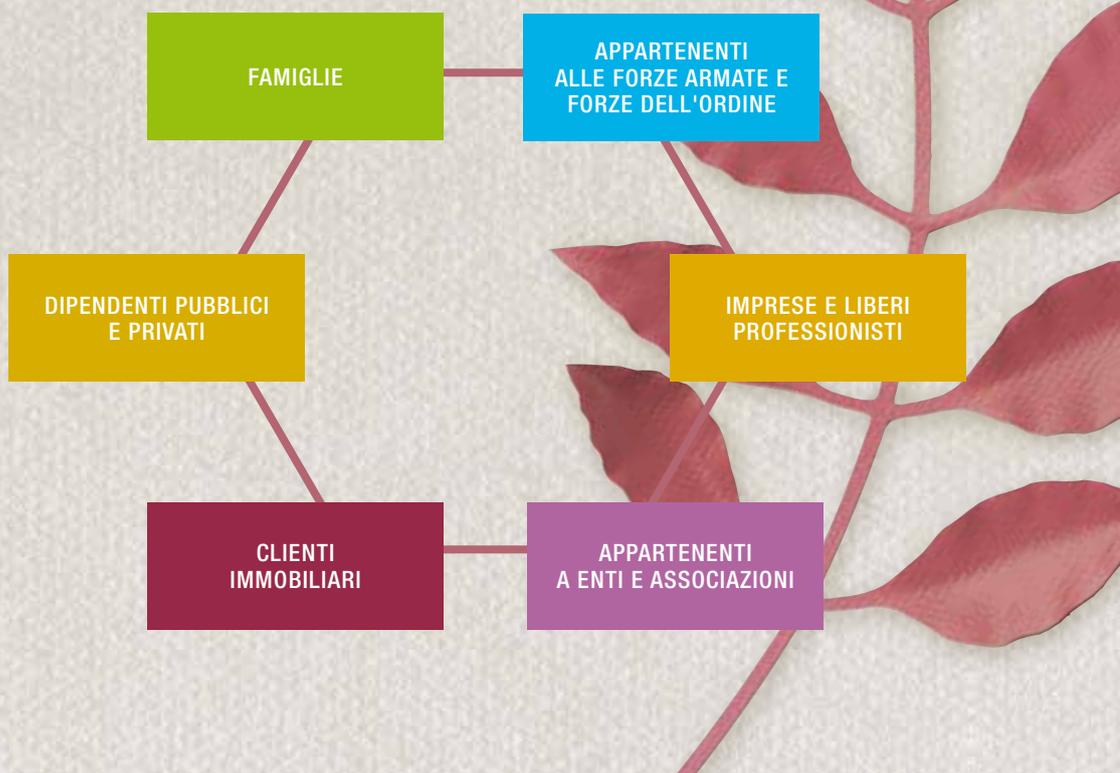
Con questo obiettivo abbiamo investito, insieme ad un partner specializzato, nella costruzione di una piattaforma personalizzata di Assistenza Clienti, che ci consente di fornire risposte chiare e tempestive e di analizzare internamente le richieste

pervenute al fine di migliorare i livelli di servizio.

Il servizio è completamente gratuito ed è garantito da un unico numero di Assistenza Clienti, con l'obiettivo di semplificare il contatto con Vittoria.

Nel corso dell'anno sono state gestite 69.165 chiamate di cui il 98,43% risolte al primo livello, dato che conferma la stabilità della performance di servizio anno su anno.

Inoltre, nel 2020, primo anno di osservazione completo delle richieste di informazione scritte provenienti dai form di raccolta presenti sul sito istituzionale, abbiamo registrato 3.381 richieste scritte di cui l'81,04% risolte al primo livello.



App MyVittoria

La voce dei consumatori viene ascoltata anche e soprattutto attraverso la nostra rete distributiva, ma i nostri Clienti possono raggiungerci anche attraverso i canali digitali (sito web o l'app MyVittoria).

Nel mese di luglio è stata ri-

lasciata una nuova versione dell'App MyVittoria che, oltre ad avere un aspetto grafico più moderno e accattivante, presenta un allineamento dei contenuti e dei servizi rispetto a quelli presenti nell'Area Riservata.

I nostri Clienti, utilizzando l'App MyVittoria, oltre che ricevere

notifiche push in occasione delle scadenze, utilizzare la funzione MyParking per memorizzare la propria posizione quando parcheggiano ed accedere più rapidamente ai servizi tramite Touch ID e Face ID, possono usufruire dei seguenti servizi:



Denuncia sinistro

Consultazione delle coperture attive e attivabili

Pagamento online dei premi successivi al primo

Richiesta versamento aggiuntivo (polizze Vita)

Richiesta di riscatto, parziale o totale (polizze Vita)

Sospensione di una polizza: disponibile ove la garanzia lo consenta

Richiesta di riattivazione di una polizza sospesa

Storicizzazione delle comunicazioni ai Clienti

Download documenti di polizza

Assistenza stradale: la funzione consente all'utente che ha acquistato la garanzia Assistenza Stradale di richiedere l'intervento di un carro attrezzi, attraverso l'inserimento di alcuni semplici dati. Geolocalizzando la sua posizione, la centrale operativa provvederà a ricontattarlo per fornirgli assistenza

Variazione dati personali

Gestione scadenze e promemoria

Gestione consensi

Geolocalizzazione Centri Convenzionati: La funzione permette la ricerca dettagliata dei centri convenzionati (carrozzerie, centri riparazione cristalli auto, strutture sanitarie) tramite geolocalizzazione oppure liberamente su tutta la rete fiduciaria di Vittoria

Geolocalizzazione punti di interesse

Geolocalizzazione Agenzie Vittoria

Geolocalizzazione Ispettorati Sinistri

Stato sinistri e guasti

Servizi per i camper

Saldo punti programma fidelizzazione

Verifica targa assicurato: Digitando la targa di un qualsiasi veicolo, la funzione consente di verificare se lo stesso risulta o meno assicurato. Il servizio è particolarmente utile in caso di incidente

Contatto diretto con la propria Agenzia: la funzione consente al Cliente di chiedere informazioni alla propria Agenzia sia per le polizze attive sia per polizze non ancora stipulate

Numeri Utili

Area Riservata

Nel corso del 2020 la Compagnia ha proseguito il suo impegno nello sviluppo di nuove funzionalità all'interno dell'Area Riservata per i Clienti: il 23 aprile Vittoria Assicurazioni è stata in grado di rilasciare una serie di strumenti utili per permettere ai nostri Clienti di fronteggiare la pandemia, dando loro l'opportunità di effettuare operazioni in autonomia, senza doversi necessariamente recare in Agenzia.

Sono state rese disponibili direttamente dall'area riservata le seguenti informazioni:

- ▲ Il/i nominativo/i e relativi dati anagrafici, CF e/o P.IVA, e recapiti del beneficiario e referente terzo, diverso dal beneficiario (prodotti Vita, R.E.);
- ▲ L'eventuale sospensione della garanzia e relativa riattivazione (prodotti Auto, R.E., Vita).

Viva: il vantaggio di vivere senza pensieri

Vittoria Assicurazioni ha incrementato le offerte dedicate ai Clienti, non solo in ambito assicurativo, ma anche in relazione ai servizi dedicati alla sfera personale.

Il nuovo programma VIVA, infatti, oltre a premiare i Clienti ogni qualvolta vengono portate a termine le missioni per la loro protezione, con dei punti che si tramutano in effettivi sconti

Ed è stata data la possibilità di effettuare le seguenti operazioni dispositive:

- 1) Pagamento del premio assicurativo successivo al primo (prodotti Auto, R.E, Vita)
In questo ambito rientrano sia i rinnovi delle polizze di tutti i rami (operazioni già da tempo possibili nella nostra Area Riservata) sia i versamenti aggiuntivi sulle polizze Vita che li prevedano, secondo le condizioni previste dalla tariffa;
- 2) Richiesta di liquidazione del sinistro (prodotti Auto, R.E.)
La richiesta di liquidazione del sinistro, già disponibile online per il Ramo Auto, è stata estesa anche ai Rami Elementari, tramite la compilazione di un form online in cui è possibile caricare dei documenti;
- 3) Richiesta di riscatto, totale o parziale (prodotti Vita)
Anche in questo caso è stato predisposto un form da

compilare in Area Riservata, contenente le informazioni necessarie alle Agenzie per gestire la richiesta del Cliente, nel rispetto delle procedure aziendali attualmente in vigore;

- 4) Richiesta di sospensione della garanzia, se prevista da contratto e la relativa riattivazione (prodotti Auto), prevedendo per la sospensione di alcune garanzie Auto e R.E. la possibilità per il Cliente di procedere alla sospensione in autonomia, mentre nei restanti casi di poter inviare una richiesta all'Agenzia di riferimento attraverso la compilazione di un form.

Tutte queste innovazioni, prima che la risposta a una specifica norma di legge, sono per Vittoria passi necessari e già pianificati per implementare la sua strategia di snellimento dei processi e delle attività ordinarie.

da utilizzare in occasione delle sottoscrizioni di polizze, offre l'accesso ad un innovativo circuito di servizi legati alla sfera del benessere della persona avvalendosi della gamma di un ricco network di partner convenzionati.

Un elemento distintivo e differenziante che rende la proposta di Vittoria all'avanguardia nel settore assicurativo.

Il programma VIVA si è poi messo al servizio degli assicurati, modulando la sua offerta durante il periodo critico dettato dalla pandemia, inserendo

tra le proposte a disposizione della clientela uno specifico pacchetto di servizi essenzialmente fruibile online denominato "Ripartiamo Insieme", così da garantire anche in questo frangente la presenza di Vittoria Assicurazioni al fianco della propria clientela.

I nuovi Clienti registrati nel corso del 2020 sono stati oltre 30.000 in aggiunta a tutti coloro che già conoscevano la realtà del precedente programma di fidelizzazione Vittoria Doppio Vantaggio.

Creare valore per il cliente

L'impegno di Vittoria Assicurazioni nel conoscere e comprendere le esigenze dei Clienti è proseguito anche nel corso del 2020 al fine di creare con la propria clientela relazioni costanti, forti e durature. A tale riguardo la Compagnia ha avviato un progetto di "Customer Journey" attraverso il quale sono stati mappati e ottimizzati tutti i punti di contatto tra Cliente e Compagnia.

Grazie ad un attento studio del patrimonio informativo e allo sviluppo di analisi statistiche, sono state strutturate offerte di valore per rispondere ai bisogni dei singoli Clienti.

La condivisione delle informazioni e dei risultati delle analisi condotte con la rete agenziale è fondamentale per poter rispondere tempestivamente alle esigenze di mercato in continua evoluzione.

Grazie agli strumenti in possesso alle Agenzie Vittoria, tra i quali il CRM (Customer Relationship Management), il contatto con il Cliente si è rivelato costante, diretto e immediato.

Riuscire a proporre ai nostri Clienti prodotti e servizi coerenti con le specifiche necessità, rappresenta per noi una priorità.

Per assolvere a questa missione abbiamo realizzato nel corso del 2020 alcuni interventi, i cui effetti saranno tangibili a partire dal 2021:

- ▲ non più prodotti ma soluzioni di servizi ecosistemiche. Grazie all'esperienza di Vittoria hub e ai nostri partner puntiamo a sviluppare soluzioni altamente personalizzabili integrando le più tradizionali coperture assicurative, selezionabili da un ampio set, con servizi che aiutino i nostri Clienti nel quotidiano, valorizzando l'investimento assicurativo. Un'offerta che si costruisce di volta in volta in modo personalizzato in funzione delle esigenze del Cliente, in base all'oggetto assicurato o all'area di interesse selezionata o agli specifici bisogni espressi;
- ▲ un nuovo modello di vendita che si sostanzia in uno strumento di emissione altamente flessibile: il Nuovo Modello di Vittoria con te. Nel corso dell'anno è stato profondamente rivisto il sistema di emissione per adeguarlo alle nuove caratteristiche dell'offerta con l'obiettivo di semplificarne al massimo l'utilizzo rivedendo il processo di prevendita e vendita in conformità con quanto previsto dalla normativa IVASS, il numero e la sequenza logica delle informazioni da richiedere al Cliente e la facilità di utilizzo e la comprensibilità. Le linee che ci hanno guidato nel lavoro di revisione sono state: la centralità dei bisogni dei Clienti per definire soluzioni assicurative personalizzate nel più ampio rispetto delle nuove normative sull'intermediazione assicurativa e la massima flessibilità di composizione delle garanzie;
- ▲ l'adozione di sistemi di pagamento moderni pensati per facilitare i nostri Clienti che potranno, con un pagamento unico, acquistare tutte le garanzie che hanno scelto e attivare le coperture per una durata annuale con un esborso limitato periodico, se hanno scelto il frazionamento mensile. Se adotteranno questa forma di pagamento "inerziale", non correranno il rischio di uscire di copertura, o di incorrere in azioni legali per aver dimenticato di pagare una quietanza;
- ▲ gli incentivi per i veicoli a minor impatto ambientale, con tariffe ridotte fino al 50% per veicoli elettrici, rispetto a quelle applicate per le auto a benzina;
- ▲ l'offerta di prodotti mirati e vantaggiosi rivolti a particolari categorie socialmente rilevanti, come ad esempio le Forze Armate e Forze dell'ordine e la Confcommercio, che possono beneficiare di specifiche coperture assicurative nello svolgimento dei loro peculiari compiti;
- ▲ le convenzioni con i soci del Touring Club Italiano, ente che storicamente tutela il patrimonio culturale e ambientale italiano.



Il portafoglio prodotti Vittoria

Vittoria per le persone e le famiglie

Questo segmento di clientela è oggetto di particolare attenzione da parte della Compagnia, la quale offre, oltre alle tradizionali coperture assicurative, forme di assistenza mirate per categorie di persone che necessitano di una maggiore tutela, come i malati gravi o non autosufficienti, i diversamente abili e i minori. Tra queste tipologie di polizza emergono:

VITTORIA TUTELA FUTURO DOPPIA PROTEZIONE

Il prodotto Vita caso morte più tradizionale è caratterizzato da una tariffa che presenta una novità importante in termini di erogazione della prestazione, con l'obiettivo di agevolare l'accesso a chi ha particolari esigenze. Di fatti, la prestazione viene erogata in caso di decesso dell'assicurato o in caso di invalidità permanente e il beneficiario può scegliere alternativamente, al momento dell'erogazione della prestazione, se ottenere il capitale assicurato in un'unica soluzione o se percepire una rendita temporanea ottenuta supervalutando il capitale del 5%. Lo scopo di questa seconda opzione è di integrare il reddito dei beneficiari in caso di decesso o sostenere le spese ricorrenti conseguenti un'invalidità.

INFORTUNI

Nel caso di gravi invalidità sono previste garanzie che forniscono un aiuto aggiuntivo come, ad esempio, il rimborso delle spese di adeguamento della casa e dell'autovettura. Inoltre, è prevista all'interno di un unico contratto, la possibilità di assicurarsi una "rendita vitalizia" in caso di infortuni che comportino la perdita dell'autosufficienza o invalidità grave. Nel prodotto "Infortuni Globale" la copertura viene estesa anche alle attività di "volontariato" svolte dall'assicurato. Si aggiungono specifiche garanzie a tutela dei minori: in caso di decesso di entrambi i genitori il capitale previsto viene corrisposto con una maggiorazione del 100%. Inoltre, è previsto un "bonus" per il recupero della perdita dell'anno scolastico a seguito di infortunio.

VITTORIA FIANCO A FIANCO

Prodotto LTC che prevede l'erogazione di una "rendita vitalizia", ad integrazione del reddito familiare, in caso di non autosufficienza accertata del cliente-assicurato. La garanzia è quindi finalizzata a fronteggiare le spese relative all'assistenza (retta della casa di cura, personale infermieristico e medico specializzato, attrezzature di supporto) e a sostenere economicamente i famigliari, in caso di gravi invalidità, permettendo di mantenere la propria indipendenza economica.

LINEA STRADA LIFESTYLE E LIFESTYLE PLUS

Una soluzione assicurativa innovativa per il mercato delle garanzie RC auto, che, in caso di perdita involontaria dell'impiego o cessazione dell'attività per infortunio, rimborsa il premio della polizza auto e della tassa automobilistica per l'anno successivo a quello dell'evento.

RIMBORSO SPESE SANITARIE ELITE

Prodotto assicurativo che, oltre alla più completa copertura per il rimborso delle spese sanitarie garantisce un servizio di medicina preventiva per la diagnosi di potenziali patologie nocive, offre alcune prestazioni assistenziali aggiuntive come, ad esempio, l'invio di un medico a domicilio, il recapito di medicinali urgenti all'estero, un rientro sanitario dall'estero, un interprete a disposizione, consigli medici telefonici generici e specialistici, e una seconda opinione medica.

PROTEZIONE CANI&GATTI

Questo nuovo prodotto assicurativo è stato sviluppato per garantire una copertura a 360° nell'ambito dell'assistenza, delle spese veterinarie e della responsabilità civile a tutti coloro che posseggono cani e gatti, i quali necessitano di cure e di tutele per il loro benessere.

CASA E PROTEZIONE DELLE FAMIGLIE

In aggiunta alle coperture classiche di incendio e furto sull'abitazione, si possono abbinare quelle relative alle "calamità naturali", quali il terremoto, le inondazioni e i danni causati da forti piogge e venti.



156

Liquidatori e ispettori di cui
32 specialisti di direzione

1.747

Carrozzerie convenzionate

369

Medici legali e avvocati

Vittoria per le imprese

Il Global Risk Report pubblicato dal World Economic Forum, basato sul sondaggio condotto tra esperti e decision-maker dei vari settori dell'economia globale sulla percezione dei rischi a livello internazionale, evidenzia i maggiori rischi per i prossimi

dieci anni, tra cui figurano in cima alla classifica le minacce alla cybersicurezza. Per fronteggiare questi rischi Vittoria Assicurazioni ha studiato delle soluzioni per garantire un'efficace copertura assicurativa che risponde alle esigenze di tutela contro gli attacchi cyber, sia per danni diretti ed indiretti quali assalti informatici subiti tramite malware/virus che

bloccano i sistemi aziendali, sia per danni subiti da terzi per i quali l'imprenditore assicurato si trova a rispondere a titolo di Responsabilità Civile. A partire dai primi mesi del 2019 è stato commercializzato un prodotto disegnato ad hoc per questa tipologia di rischio.

VITTORIA CYBER RISK PROTECTION

Prodotto indirizzato alla tutela di professionisti e piccole-medie imprese (PMI) contro i rischi provenienti da attacchi informatici. Tale soluzione mette a disposizione dell'assicurato degli esperti per la risoluzione dei malfunzionamenti dei computer e il ripristino dei dati danneggiati dall'attacco subito. Inoltre l'assicurato è tutelato contro i danni provocati a terzi, i danni da interruzione dell'attività, da cyber-crime, il danno reputazionale e i danni da violazione dei dati relativi a carte di credito, di debito o prepagate.

ALL RISKS ENERGIA SOLARE

Soluzione legata al mondo delle energie rinnovabili, destinata a coprire i danni agli impianti fotovoltaici (che producono energia elettrica) e solari (utilizzabili solo per il riscaldamento dell'acqua delle utenze private). La garanzia è estesa anche ai danni causati da incendio, furto, terremoto, alluvione e altri eventi atmosferici di particolare violenza. Per gli impianti fotovoltaici la copertura è estendibile anche al mancato introito del proprietario dell'impianto, derivante dal fermo di produzione di energia elettrica conseguente ad un sinistro coperto dalla polizza.

DANNI INDIRETTI

Tale soluzione è finalizzata a ripristinare la situazione finanziaria dell'azienda vittima del sinistro, come se quest'ultimo non si fosse mai verificato. L'indennizzo permette, quindi, all'azienda colpita dal danno di recuperare la situazione economica precedente, nonché la salvaguardia dei posti di lavoro dei dipendenti.



La liquidazione dei sinistri

Per soddisfare al meglio i nostri Assicurati, la nostra Compagnia si concentra su due fattori fondamentali:

- ▲ velocità nei tempi di liquidazione;
- ▲ qualità dell'assistenza e dei servizi offerti in caso di sinistro.

L'attenzione verso questi due aspetti ci ha permesso di rafforzare e consolidare il rapporto con i nostri Assicurati.

**VELOCITÀ
nei tempi
di liquidazione**

**QUALITÀ
dell'assistenza
e dei servizi offerti
in caso di sinistro**

Velocità

La velocità nei tempi di liquidazione è garantita da una rete capillare di ispettorati e liquidatori esterni e da strutture specialistiche di Direzione, affiancati da una rete selezionata di periti e professionisti presenti su tutto il territorio nazionale. Vittoria ha 18 Ispettorati Sinistri presenti in 14 regioni d'Italia, ad ogni Agenzia viene assegnato un liquidatore dedicato per la gestione dei sinistri, ogni liquidatore ha come referente tecnico organizzativo il Responsabile dell'Ispettorato Sinistri ed inoltre, per casi particolari, ha come riferimento diretto 32 figure specialistiche presenti negli uffici di Direzione anch'esse organizzate per zona corrispondente a quella dell'ispettorato. Una filiera liquidativa corta e diretta che snellisce la procedura decisionale e permette di fornire al cliente una rapida soluzione della pratica anche per le problematiche più complesse.

Un'ulteriore riduzione dei tempi di gestione è stata conseguita grazie alla dematerializzazio-

ne e digitalizzazione dell'intero processo della gestione sinistri. Per garantire la massima qualità dei servizi erogati e per concentrare l'attenzione sulle diverse esigenze della clientela, puntiamo sulla multicanalità e sulla tecnologia. Le comunicazioni tra Agenzie, ispettorati, Fiduciari così come la trasmissione di documenti e perizie avvengono in tempo reale e sono tutte tracciate e conservate nel sistema. Esemplicativo è il sistema di perizie Vittoria che consente al perito che si trova in carrozzeria di redigere la valutazione del danno, fare fotografie delle parti danneggiate, allegare documenti in tempo reale e trasmetterle contemporaneamente ai sistemi di Vittoria che automaticamente avvertono il Liquidatore che è presente la perizia del cliente: in sintesi nello stesso giorno in cui si completa la valutazione del danno, la perizia è disponibile sui sistemi di Vittoria.

L'innovazione a servizio del cliente include anche la modalità di denuncia di un sinistro, che può essere inviata, oltre che tramite la propria Agenzia

di riferimento o un numero verde dedicato, anche attraverso l'apposita funzione "SOS apertura sinistri" dell'applicazione per smartphone "MyVittoria".

In questi casi il cliente viene sempre e comunque contattato da personale esperto che lo accompagna passo dopo passo verso la conclusione del processo di risarcimento o indennizzo del danno, aiutandolo a completare l'iter necessario ad una rapida soluzione della sua pratica.

Tra i nuovi servizi utili al Cliente, per risparmiare tempo ed individuare a chi rivolgersi e quale servizio viene messo a disposizione, è stato attivato il sistema automatico di messaggistica SMS che informa il Cliente dell'avvenuta apertura del sinistro. Nel testo del SMS viene fornito al cliente il numero della pratica, l'agenzia di riferimento e nei casi in cui è prevista una riparazione del proprio veicolo, anche un link che si collega alla rete di carrozzerie convenzionate presenti sull'intero territorio nazionale; il Cliente viene guidato a scegliere quella più

5

Partner per la gestione dei sinistri ai cristalli e da grandine

322

Periti esterni



278.063

Sinistri gestiti

223.669

Sinistri pagati

18 GIORNI

Tempo medio della gestione di un sinistro danni/vita

vicina o quella che fornisce il servizio di cui il Cliente necessita in quel momento.

Tutti i processi relativi al sinistro, dalla denuncia alla gestione dello stesso, fino alla sua liquidazione, sono stati integrati online attraverso il nostro sistema gestionale "New Age", che garantisce il presidio e il controllo di tutte le attività svolte dagli attori del processo sinistri.

Inoltre, la dematerializzazione dei documenti accelera il processo di gestione del sinistro evitando ricerche dispersive e concentrando tutto il materiale in un unico sistema gestionale. L'integrazione dei sistemi dedicati ai Fiduciari Vittoria evita la duplicazione e la distribuzione di materiale, regolamentato dalla privacy, a persone non autorizzate.

Facciamo qualche esempio:

In caso di danni da bagnamento e fenomeni elettrici, i fornitori che selezioniamo raggiungono il cliente ed attraverso metodologie innovative possono riparare tubazioni danneggiate in un solo giorno, molte volte evitando interventi invasivi di muratura riducendo i disagi e i costi. Il cliente può anche essere raggiunto telematicamente ed effettuare online con un operatore tecnico specializzato una video perizia ai propri beni danneggiati, evitando il sopralluogo diretto di un tecnico e riducendo in modo significativo i tempi

di liquidazione del sinistro.

In caso di grandine e danni al veicolo:

L'assicurato può affidarsi alla nostra rete capillare di partner per la riparazione del mezzo che, utilizzando metodi innovativi e non invasivi (cd levabolli), potranno consegnare il mezzo riparato in tempi brevi.

In caso di sinistro CARD:

l'assicurato potrà denunciare il sinistro presso la sua Agenzia o tramite altri canali di comunicazione (lettera, mail, app). In questa fase verranno comunicati all'assicurato tutti i vantaggi a lui dedicati se utilizzerà la nostra rete di carrozzerie convenzionate: priorità sui tempi di inizio dei lavori di riparazione, riparatori qualificati, nessuna incombenza burocratica, pagamento diretto al riparatore da parte della Compagnia senza anticipi del cliente, abbattimento di scoperti e franchigie. In poche parole il cliente deve solo denunciare il sinistro e portare il mezzo in una delle carrozzerie convenzionate con Vittoria Assicurazioni, al resto ci pensiamo noi.

Le dotazioni informatiche all'avanguardia e la struttura organizzativa snella dell'area sinistri hanno permesso di adattare rapidamente i reparti liquidativi in modo da fronteggiare adeguatamente l'emergenza sanitaria che ha contraddistinto l'anno in corso.

Nella prima fase di lockdown abbiamo rapidamente adeguato il nostro modello organizzativo con l'obiettivo di salvaguardare la salute dei nostri dipendenti e dell'utenza esterna senza comprometterne la produttività. Nello specifico, sono state adottate diverse misure che hanno permesso di mantenere l'efficienza del servizio liquidativo operando in Lavoro Agile.

La strumentazione di base (pc portatile e cellulare) e la tecnologia software ad essa collegata (sistemi di posta, video riunioni), hanno permesso ai liquidatori di mantenere i contatti con le agenzie, con gli assicurati e con tutte gli utenti di Direzione.

Dall'inizio della pandemia si è voluto limitare al minimo la presenza fisica dei liquidatori presso le sedi di lavoro favorendo l'attività a distanza. Il ricevimento fisico al pubblico è stato sospeso, ma nello stesso tempo è stata aumentata la fascia oraria dedicata al ricevimento telefonico, dirottando le telefonate sul cellulare mobile del liquidatore.

L'impegno di tutti e la flessibilità di una struttura pronta a cambi di rotta repentini hanno permesso il mantenimento di performance di alto livello tutelando la salute di tutta la popolazione aziendale e dei clienti.

Qualità

La Qualità dell'assistenza fornita è curata attraverso un'attenta selezione di fornitori e partner, ai quali è richiesto di rispettare i nostri standard di qualità e tempistiche di lavoro, servizio al cliente e modalità per rapportarsi con i clienti/danneggiati. A garanzia del Cliente e di Vittoria vengono svolte costantemente attività di audit e controllo qualità su tutti i collaboratori con segnalazione delle aree di miglioramento, sostituzioni e nuovi inserimenti.

L'iscrizione all'albo dei Fiduciari Vittoria, per ognuno dei fornitori, avviene solo dopo una rigorosa verifica formale del loro profilo professionale e organizzativo con visite mirate presso le strutture o gli studi professionali.

Per le carrozzerie convenzionate viene acquisita documentazione fotografica di tutta la struttura e viene richiesta la compilazione di questionari predisposti dai nostri esperti interni per censire tutte le attrezzature tecniche e la specializzazione del personale atti a garantire le riparazioni a regola d'arte e i servizi offerti alla clientela.

La qualità del servizio prestato dalla nostra rete di partner è confermata dall'indice NPS di raccomandabilità espresso dai Clienti che hanno fatto riparare il proprio mezzo presso una Carrozzeria convenzionata, provider cristalli o provi-

der grandine Vittoria. Il valore dell'indice NPS è pari a 71.10, ovvero per 1 cliente che consiglierebbe Vittoria, ve ne sono 13 che la consiglierebbero ad amici e parenti.

L'alta soddisfazione degli assicurati che si affidano ai nostri partner per far riparare il proprio veicolo è il risultato di una combinazione di diversi fattori:

- ▲ velocità del servizio: il cliente viene contattato entro 24h dal call center che fornisce le prime indicazioni per la gestione della riparazione del mezzo;
- ▲ qualità del servizio: riparazioni garantite a vita, auto sostitutiva gratuita, riparazioni a domicilio entro il raggio di 25 km, servizio di presa e riconsegna, sanificazione gratuita, ecc.

Tenuto conto della soddisfazione del cliente per il servizio offerto dai partner Vittoria, nel 2020 Vittoria ha ampliato i servizi offerti da alcuni partner ed ha aumentato la rete di carrozzerie convenzionate.

Periti, medici, legali ed accertatori sono adeguatamente formati all'utilizzo degli applicativi Vittoria; i portali dedicati ai Fiduciari sono parte del sistema informatico di Vittoria e tutte le comunicazioni e i documenti sono acquisiti in tempo reale e sono visibili da tutti gli attori del processo di gestione del sinistro secondo profilazioni rispettose e coerenti con le norme sulla Privacy.

Queste sono tutte le attività che ci permettono di offrire, rispetto al mercato, un servizio migliore e tempestivo nella gestione del sinistro.

Tra i servizi d'eccellenza offerti, rientrano i prodotti che prevedono prestazioni di "assistenza diretta" che permettono di risolvere le necessità pratiche dell'assicurato al momento stesso in cui ne ha bisogno. Si pensi, ad esempio, in relazione alla persona, all'intervento dei mezzi di soccorso o all'assistenza di personale medico, oppure, in relazione alla casa, all'intervento di artigiani specializzati e tecnici per sinistri sui fabbricati o all'invio di guardie giurate in caso di furto.

Nelle Polizze Globale Fabbri-cati, viene messa a disposizione del contraente una società specializzata, che individua la rottura dell'impianto idrico sotto traccia, consentendo in molti casi la riparazione senza nessuna necessità di interventi di demolizione in casa, con positivi impatti anche sull'ambiente, in quanto si evita la produzione di materiali inerti da smaltire

Nel 2018 sono stati emanati 3 manuali ad uso della rete liquidativa contenenti i principi e le linee guida per il corretto utilizzo degli strumenti di gestione e monitoraggio dei sinistri, con il fine di uniformare e migliorare ulteriormente il servizio.

2.392

Clienti che hanno utilizzato l'app MyVittoria per denunciare un sinistro

Comunicazione

La comunicazione interna e verso l'esterno, nello specifico verso il cliente, è un valore che contraddistingue le scelte strategiche della Compagnia, negli anni Vittoria ha sviluppato un importante programma di miglioramento e di modernizzazione dei mezzi di comunicazione per rimanere al passo con i cambiamenti del mercato assicurativo.

Tutti gli sforzi sono stati concentrati per soddisfare le esigenze del cliente che vengono a concretizzarsi nel momento in cui subisce un sinistro: per questo Vittoria ha operato delle scelte per favorire una sinergia tra i sistemi tradizionali di comunicazione con sistemi più digitali e innovativi.

Il nostro sistema gestionale integrato, New Age Sinistri, permette a tutti gli operatori coinvolti nella gestione della pratica di poter scambiare informazioni attraverso un sistema di mes-

saggistica che facilita la ricezione e l'invio di messaggi tra liquidatore, periti e Agenzia in tempo reale.

Questo sistema favorisce una comunicazione diretta e snella verso tutti gli attori coinvolti nel processo di liquidazione di un sinistro al fine ultimo di trasferire verso l'esterno (cliente) l'informazione in maniera condivisa, semplice, trasparente e immediata.

Nel 2020 è stata presentata l'ultima versione del sistema operativo NEW AGE SINISTRI. Il sistema, nato nel 2001, è sempre stato aggiornato e sviluppato per rispondere in maniera efficace alle esigenze della gestione dei sinistri.

La novità che viene introdotta con questo specifico rilascio, nato da un progetto iniziato nel 2019, ha rappresentato un radicale upgrade del sistema che, pur preservandone le fondamenta, ne ha aumentato sostanzialmente le potenzialità

sotto il profilo di:

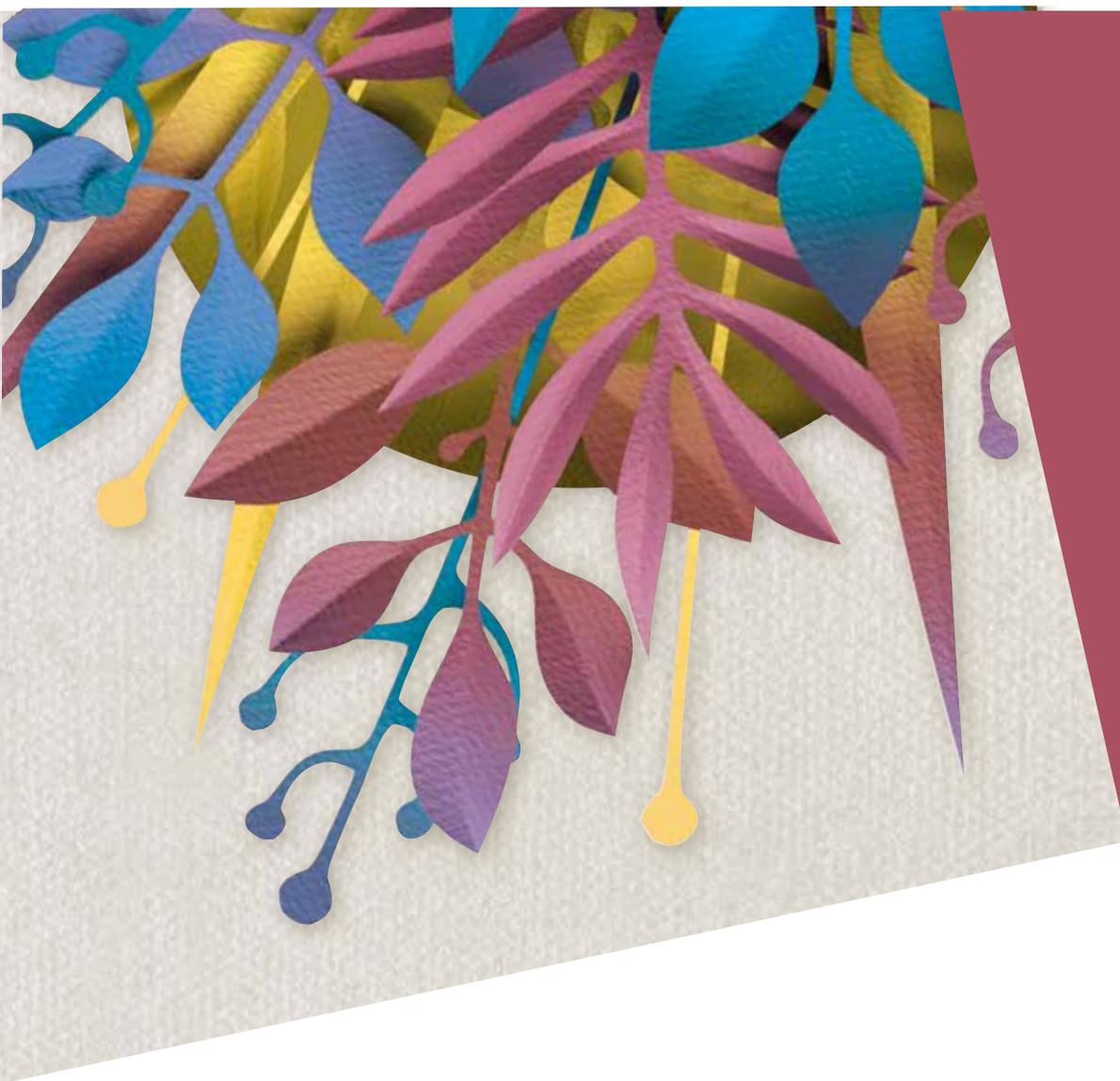
- ▲ performance;
- ▲ tecnologie applicate;

migliorandone allo stesso momento la grafica e l'esperienza d'uso. Il sistema è stato introdotto in maniera graduale, rilasciandolo a diversi utenti; attualmente lo stesso risulta stabile e performante con accesso aperto a tutti i dipendenti della Compagnia.

Tutte le comunicazioni rivolte ai clienti riportano sempre il riferimento della pratica, un testo chiaro, i riferimenti del liquidatore incaricato con i giorni e orari per il ricevimento telefonico e al pubblico, inoltre viene sempre fornito l'indirizzo di posta elettronica personale dell'incaricato alla trattazione della pratica.

Il cliente può usufruire dei mezzi tradizionali per interloquire con la Compagnia (telefono, ricevimento al pubblico); accanto ai mezzi tradizionali, Vittoria ha





integrato strumenti digitali ed innovativi. Oltre alla posta elettronica, un altro strumento di nuova generazione, è la nostra App Vittoria che permette al cliente di avere un'esperienza molto semplice e soddisfacente in caso di sinistro.

Tramite la App Vittoria è possibile denunciare un sinistro ed avere in breve tempo tutte le informazioni utili per avviare l'iter di risarcimento o di indennizzo del danno.

La nostra App permette al client-

te di accedere ai suoi prodotti, di compilare in pochi passi la denuncia del sinistro e, grazie ad una costante interazione tra sistema digitale e utente, di avere in tempo reale i contatti e l'indirizzo delle carrozzerie convenzionate più vicine al cliente.

Innovazione

Il team della Direzione sinistri ha portato avanti l'ideazione, creazione e accelerazione di processi che utilizzano logiche di RPA (Robotic Process Automation) e intelligenza artificiale,

focalizzandosi sull'innovazione e sullo snellimento delle attività semplici.

Grazie all'uso di queste tecnologie basate sull'intelligenza artificiale, la lavorazione automatizzata dei documenti relativi a specifiche fasi del processo

sinistri ha permesso di dedicare le persone ad attività più complesse ove l'esperienza e la competenza garantiscono valore aggiunto nella definizione dei sinistri e nel servizio al Cliente.

CONTRASTO AI FENOMENI FRAUDOLENTI

La Compagnia ha consolidato il proprio impegno nel contrastare i fenomeni fraudolenti e criminali con attività a tutela del Cliente e della comunità per evitare speculazioni che di riflesso potrebbero gravare sulle tariffe.

Prevenzione delle frodi

Una delle principali attribuzioni dell'assicuratore è di garantire la soddisfazione di coloro che hanno effettivamente diritto alla prestazione. Per questo la Compagnia si trova ad affrontare la sfida di combattere le frodi e di creare sempre più strumenti per garantire la protezione assicurativa. Pertanto l'investimento in tecnologie, ancora in atto, è un grande alleato nel migliorare i nostri controlli. Focalizzati sull'identificazione di possibili tentativi di frode, tutti i sinistri R.C.A. sono monitorati e valutati dall'Unità Antifrode con l'ausilio di software specifici e con strumenti per il filtraggio sistemico degli eventi sospetti. I casi ritenuti meritevoli di un'indagine più approfondita vengono gestiti dall'Unità Antifrode che indaga sull'esistenza di

irregolarità. Al momento dell'identificazione di gravi illegalità la Compagnia procede ad inoltrare querela presso le procure competenti sul territorio. I cambiamenti nei processi interni, l'implementazione di modelli statistici, la collaborazione con società di investigazione specializzate in indagini sul campo, sono tra le azioni strategiche messe in atto volte ad aumentare l'efficienza nel processo di prevenzione, individuazione e contrasto delle frodi. Abbiamo rapporti diretti con le Autorità (Polizia, Carabinieri, Guardia di Finanza) a cui segnaliamo situazioni potenzialmente fraudolente (527 segnalazioni nel corso del 2020) anche di carattere assuntivo e/o fiscale. Questo permette di avere una visione generale del fenomeno

con la possibilità di segnalare alle divisioni competenti le problematiche attinenti e non attinenti ai sinistri. Nel 2020 in totale sono state evitate complessivamente liquidazioni per 9,024 milioni di euro per frodi accertate. Inoltre, nel corso degli anni 2019 e 2020, Vittoria ha depositato 76 querele denunciando complessivamente 575 persone. Il risparmio dell'esercizio 2020 in relazione al Ramo RCA, quantificato nel rispetto della Legge 27/2012 recepita dal Regolamento ISVAP n. 44, è risultato pari a 6,793 milioni di euro (di cui 5,959 per sinistri chiusi senza seguito). Tutte le informazioni vengono comunicate a IVASS e rese pubbliche sul sito della compagnia.



La gestione dei reclami

Tempestività, correttezza e trasparenza sono i tre pilastri su cui si basa il Servizio Reclami della nostra Compagnia, che ha come obiettivo la soddisfazione del cliente. Nel dicembre 2018 Vittoria ha rivoluzionato la politica di gestione dei reclami, descrivendo in modo analitico tutto il sistema di nuova catalogazione del reclamo e introducendo nuovi controlli per garantire performance più adeguate; tale manuale viene costantemente aggiornato in base ai miglioramenti nell'operatività del servizio. Infatti, da settembre 2019 la gestione dei

reclami ha subito un affinamento della catalogazione dei reclami per le Aree Commerciale, industriale, amministrativa e informatica. Il costante contatto sia con le Funzioni Aziendali interessate che con eventuali Partner esterni consente di predisporre le iniziative necessarie a rendere i servizi alla clientela sempre più efficienti e il reclamo diventa quindi uno degli indicatori essenziali a soddisfare al meglio le richieste dell'utenza. Gli obiettivi aziendali assegnati al Servizio Reclami sono monitorati settimanalmente, al fine di garantire performance

adeguate in relazione ai volumi di reclami da evadere e tenuto conto delle strette tempistiche cui è soggetto il Servizio Reclami nella fase di evasione delle risposte: 45 gg riscontri reclami utenti; 30 gg riscontri reclami Ivass; 20 gg riscontri richieste di informazioni. Questa nuova modalità di gestione consentirà all'impresa di adottare interventi sempre più orientati al miglioramento dei servizi e dei prodotti offerti in coordinamento con la nuova Funzione Customer Care.

Reclami

Sia i reclami utente che le richieste istruttorie notificate dagli Istituti di Vigilanza (IVASS – COVIP – CONSOB – GARANTE PRIVACY) vengono gestite in coordinamento con le funzioni tecniche competen-

ti e, al fine di ridurre il reiterarsi delle istanze, si attuano tempestivamente azioni correttive. Considerando la prevalenza del Ramo R.C. Auto nel mix di portafoglio assicurativo, gran parte dei reclami riguarda l'A-

rea Liquidativa Sinistri. I tempi di evasione sono ben al di sotto di quelli previsti dalla normativa IVASS di riferimento (giorni 45 ex Regolamento numero 24 del 19/05/2008).

Numero reclami totali

Reclami	2020	2019	% Variazione
Reclami utente	2.256	2.986	(24,0%)
Reclami IVASS	507	522	(2,8%)
Reclami Totali	2.763	3.508	(21,0%)





A presidio della protezione dei dati personali dei Clienti, viene svolta un'adeguata formazione ad Agenti e Dipendenti. Le principali tematiche oggetto di intervento da parte della Compagnia sono state:

- ▲ Modello Organizzativo Privacy;
- ▲ registro dei trattamenti che deve rispecchiare i reali trattamenti effettuati;
- ▲ informative per gli interessati;
- ▲ richieste avanzate dagli interessati;
- ▲ descrizione delle misure di sicurezza;
- ▲ DPIA (Data Protection Impact Assessment) effettuate;
- ▲ tempi e modalità di conservazione dei dati (Data Retention);
- ▲ cookie policy sui siti o in generale di pubblico dominio.

Nel corso dell'anno, come per il 2019, non si sono registrati casi di violazione della privacy e perdita di dati.

Reclami totali

Esito	2020		2019	
	Numero	% su totale	Numero	% su totale
Accolti/Transati	377	16,7	463	15,5
Respinti	1.847	81,9	2.352	78,8
In corso di istruttoria	32	1,4	171	5,7
Totali	2.256	100	2.986	100

Giorni medi evasione reclami

Reclami	2020	2019	% variazione
Reclami Utente	12,43	18,79	(51,0)
Reclami IVASS	9,21	12,08	(31,0)

AGENTI E INTERMEDIARI

La presenza sul territorio

La nostra rete si contraddistingue per la sua professionalità, punto cardine del processo di acquisizione dei rischi assicurativi, così come per l'attenzione e la centralità che essa rivolge al cliente. In particolare, l'attività di consulenza da essa svolta mira a gestire ed identificare le esigenze assicurative dei nostri Clienti, attraverso l'impiego di strumenti sempre più innovativi. Sebbene il canale di vendita privilegiato resti la tradizionale rete agenziale, al suo interno il ruolo della rete sub-agenziale trova sempre più spazio, consolidando la sua presenza. Si affiancano ad essi i Broker e 12

banche che distribuiscono i nostri prodotti assicurativi.

L'inizio del 2020 è stato caratterizzato dalla partenza del nuovo progetto "Progetto Rete Secondaria" che ha coinvolto 1.200 subagenti con l'obiettivo di ampliare le loro competenze professionali attraverso diverse aree d'intervento che – nell'arco del triennio 2020-2022 – toccheranno aspetti tecnici, economici e commerciali. Il progetto è finalizzato a dare valore alla crescita delle persone, affiancato al Progetto "Il tuo futuro in Vittoria", che nel corso del 2020 ha permesso di avviare alla professione di inter-

mediario assicurativo oltre 30 persone.

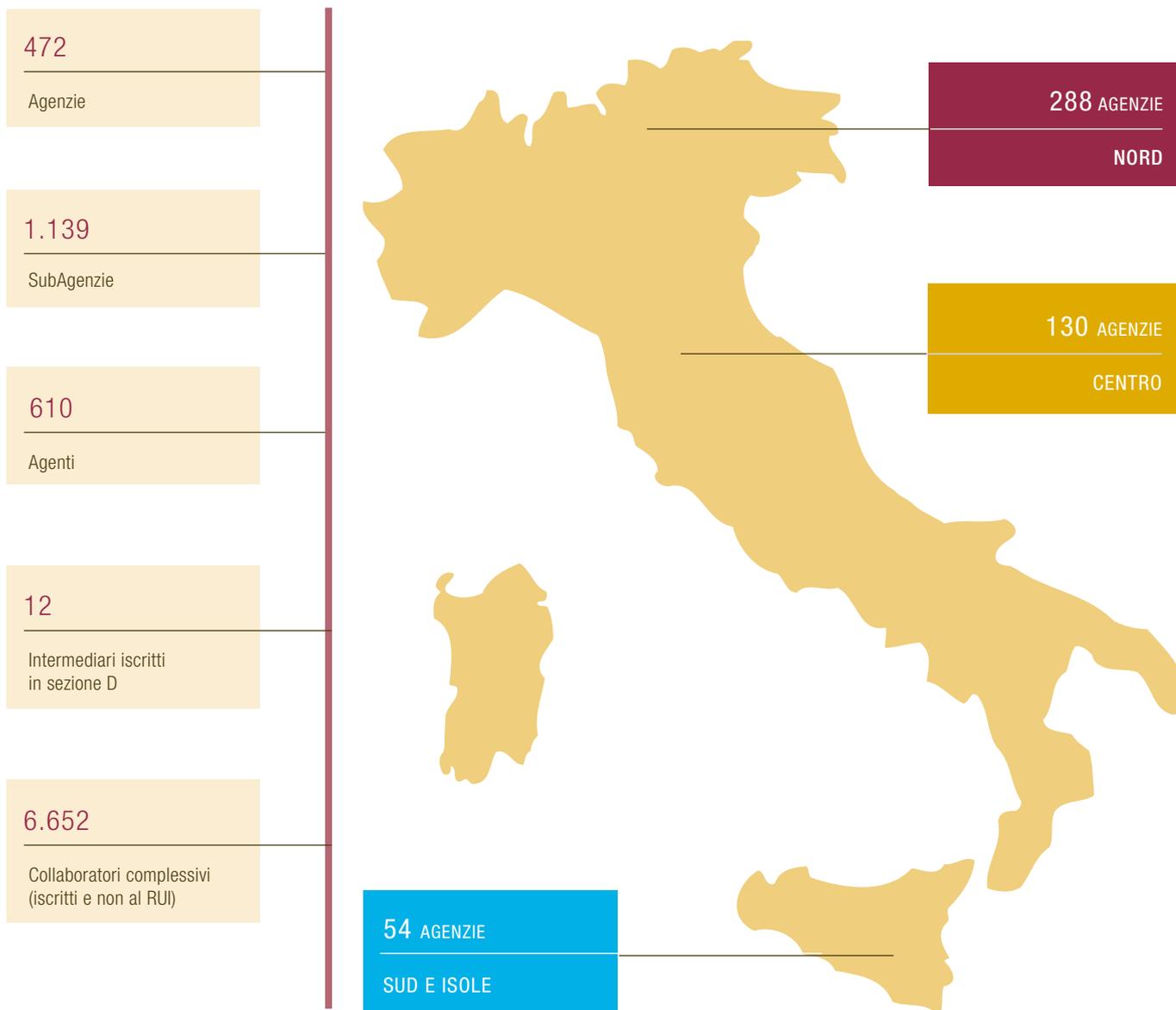
Di seguito la ripartizione del portafoglio Danni (Auto + RE + Trasporti) della Compagnia al 31/12/2020:

- ▲ 41,79% agenzie;
- ▲ 47,43% subagenti;
- ▲ 10,15% broker;
- ▲ 0,63% Banche.

Alla data del 31 dicembre 2020 erano presenti sul territorio nazionale, oltre alle 472 Agenzie Generali, anche 1139 subagenzie che intermediano prodotti Vittoria Assicurazioni.



*Professionalità
e attenzione:
sono queste
le qualità che
fanno della
rete di Agenzie
il canale
privilegiato di
rapporto con
i Clienti*



La relazione con i nostri Agenti

Durante il mese di febbraio si è tenuto il Giro d'Italia, la consueta interazione tra Rete e Direzione, che attraverso 6 tappe sul territorio nazionale, ha l'obiettivo di illustrare le linee guida del 2020 e le novità del settore. Anche nel 2020 gli incontri territoriali hanno agevolato il confronto e la condivisione delle corrette informazioni e dei reciproci punti di vista che hanno permesso di individuare le soluzioni più adatte alle criticità che il business ha presentato di giorno in giorno.

I cambiamenti al modo di lavorare imposti dall'emergenza Covid-19 sono stati oggetto dei restanti incontri del Giro d'Italia che si sono tenuti nel mese di giugno, svolti sul canale digitale ma senza compromettere l'efficacia dei confronti. Infatti, grazie allo scambio di informazioni e ai dibattiti che hanno continuato ad animare questi incontri, la Direzione è riuscita a individuare le necessarie modifiche organizzative e a trasformarle in adeguate indicazioni operative.

Per il terzo anno è stato stam-

pato il libro che racconta i principali progetti commerciali realizzati nel corso dell'anno, intervallato dalle immagini che illustrano come l'emergenza sanitaria abbia influito sul lavoro delle Agenzie che comunque non si sono mai fermate. "UN ANNO DI NOI 2020" – in 750 copie distribuite alla rete agenziale – quest'anno ha raccontato, sì le difficoltà, ma soprattutto il grande impegno di tutti al raggiungimento dei risultati della Compagnia, continuando a ribadire il legame e il valore della rete di vendita.

La web community #NoidiVittoria

Nata nel 2019 per ridurre le distanze tra la Compagnia e le Agenzie, #NoidiVittoria, la business community dedicata a tutte le persone della rete di Vittoria Assicurazioni, si è rivelata fondamentale per mantenere i contatti e l'attenzione durante i difficili mesi di lock-down.

Attraverso aggiornamenti quotidiani e una newsletter settimanale, #NoidiVittoria ha creato un canale informativo bidirezionale tra Vittoria e le Agenzie, che ha permesso alla Compagnia di comunicare in modo agile tutte le informazioni tecniche riguardanti la gestione durante la pandemia, periodo in cui le Agenzie sono rimaste sempre aperte e operative.

La Community, attuale canale prioritario di comunicazione verso la rete di vendita, mette in primo piano le notizie principali che possono essere approfondite e discusse: dalle news della Direzione, all'andamento delle gare di vendita, dalle interviste agli agenti alle rubriche di approfondimento con nuove sezioni per dare sempre maggiore utilità alla rete.

A poco più di un anno dalla nascita, su #NoidiVittoria sono presenti 5.300 utenti registrati, con il 70% delle agenzie attive che effettua almeno un accesso a settimana per informarsi e aggiornarsi.

Il contributo dei partecipanti attraverso commenti e survey è stato di stimolo all'inserimento, nel 2021, di iniziative informative e formative sui prodotti e i servizi di Vittoria, unita ad una APP dedicata che permetterà di restare sempre in contatto con la community anche in mobilità.

- ▲ 5.300 Utenti registrati;
- ▲ 100% Agenzie attive;
- ▲ 70% Agenzie che accedono almeno una volta alla settimana;
- ▲ 247 News pubblicate;
- ▲ 6.848 Riconoscimenti (medaglie) assegnati per gare di vendita e contest on line.

Supporto Covid – Rete

Dalla prima settimana dall'inizio del lock-down la Compagnia si è attivata per mettere in campo, in collaborazione con il Gruppo Agenti Vittoria, una serie di interventi straordinari per limitare gli effetti negativi legati all'emergenza Covid-19.

In particolare, sono stati predisposti una serie di sostegni economici e operativi, sia a favore dei clienti sia a favore della rete di vendita primaria e secondaria. Grazie alla presenza di strumenti digitali sviluppati nel tempo dalla Compagnia, le agenzie sono state in grado da subito di gestire a distanza il rapporto con i Clienti che hanno avuto la possibilità di sottoscrivere i contratti e pagare i premi on line tramite l'Area Riservata.

La Compagnia inoltre ha previsto una serie di disposizioni a favore dei clienti, quali:

- ▲ la proroga dei periodi di mora per il pagamento delle polizze;
- ▲ l'eliminazione del costo per la sospensione della polizza auto;
- ▲ un prezzo agevolato per le garanzie Auto Rischi Diversi.

Sono anche state predisposte iniziative specifiche per le PMI e per i Clienti dei settori più colpiti: quello turistico, alberghiero e della ristorazione, offrendo mesi di copertura gratuiti. Inoltre, per i possessori della polizza malattia è stata resa operativa da subito la copertura anche per il caso Covid-19.

A sostegno delle Agenzie, la Compagnia è intervenuta con importanti iniziative di carattere economico, prevedendo una remunerazione aggiuntiva sui premi incassati Rami Elementari e Auto, ma non ha dimenticato la rete secondaria dei subagenti prevedendo anche per loro una remunerazione aggiuntiva che andasse a colmare il periodo di difficoltà. In aggiunta, sono stati sospesi gli addebiti delle partite non assicurative, è stata data maggiore autonomia di sconto nelle trattative e sono stati previsti dei contributi una tantum per l'acquisto di materiale sanitario previsto dalla normativa anti Covid19.



La formazione agenziale

Piano annuale di formazione

Il piano delineato per la formazione della rete del 2020, improntato a fornire le competenze necessarie a perseguire l'obiettivo di sviluppare rapporti di fiducia costanti, forti e duraturi con i Clienti, è stato perseguito anche nell'era Covid: in brevissimo tempo la Compagnia ha predisposto una piattaforma per l'erogazione a distanza in modalità sincrona, integrata nel portale della formazione, convertendo in webinar l'82% delle ore di formazione previste in aula.

Si è impressa una potente spinta all'accelerazione della digitalizzazione della nostra rete, revisionando i contenuti formativi per rafforzare la capacità di stringere relazioni durature con i Clienti, anche a distanza; infatti i corsi sono stati incentrati su nuovi strumenti e tecniche di gestione della comunicazione da remoto.

I contenuti e i docenti proposti hanno trovato grande gradimento da parte della rete che, nell'86% dei casi, ha valutato i corsi tra buoni ed ottimi.

Nel mese di ottobre è stato completamente rivisto il portale dedicato alla formazione

delle Banche e Terze Parti, che ha reso più semplice ed efficiente l'interazione con tutti i protagonisti della formazione. A novembre è stata rilasciata in beta test l'APP della formazione "UniV" che consentirà di fruire in mobilità dei contenuti di formazione disponibili sul portale, raggiungendo più di 7.000 utenti coinvolti nei processi di formazione e aggiornamento.



Vittoria#InVetta: il progetto per la futura generazione di Agenti

“L’assicurazione ha un valore sociale: è una cosa seria. Perseguire l’eccellenza è nostra volontà”, per questo abbiamo investito le nostre risorse in un progetto durato 2 anni per preparare i futuri agenti Vittoria a sostenere con serietà e professionalità i clienti nelle scelte da cui dipende il loro futuro e quello della loro famiglia.

Ci siamo posti due obiettivi:

- ▲ trasferire ai partecipanti abilità e conoscenze indi-

viduate nel “modello delle competenze” di Vittoria, per renderli capaci di affrontare con successo la sfida del mercato assicurativo;

- ▲ delineare un sistema Vittoria di monitoraggio e valutazione degli agenti.

La progettazione del percorso è orientata allo sviluppo di conoscenze, capacità ed abilità dell’“Agente Vittoria” in queste tre aree:

- ▲ Customer Experience che comprende la componente di sapere tecnico, di prodotto e normativo, di capacità del saper gestire il ciclo della vendita e di gestire un’adeguata relazione con i clienti;

- ▲ imprenditorialità che riguarda il saper pianificare l’a-

zione commerciale dell’agenzia, sapendo valutare la redditività del proprio punto vendita e delle proprie risorse, e agendo nel rispetto alla normativa di settore e collaterale vigente.

- ▲ managerialità per lo sviluppo della capacità di gestione dei propri collaboratori e dipendenti, con particolare focus sulle tecniche di gestione delle reti secondarie.

I numeri di Vittoria#InVetta:

- ▲ 68 persone formate;

- ▲ 19 mesi durata percorsi;

- ▲ 103 giornate di formazione;

- ▲ 17 docenti coinvolti.

PARTNER COMMERCIALI E PROFESSIONALI



I partner commerciali

La possibilità di offrire prodotti personalizzati e di individuare soluzioni mirate si concretizza anche nella capacità dell'azienda di individuare partner con i quali stringere significativi rapporti di collaborazione, a beneficio del servizio e della qualità dei prodotti offerti alla nostra Clientela e alla collettività. Abbiamo in corso numerose convenzioni e partnership,

sia di carattere nazionale sia locale, legate ad associazioni di categoria o altri enti, ai quali offriamo condizioni economiche e servizi privilegiati; tra queste segnaliamo le Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani (ACLI), l'Associazione Nazionale Coordinamento Camperisti, Confcommercio Imprese per

l'Italia, le Forze Armate e Forze dell'ordine, il Touring Club Italiano e Federazione Italiana Tennis. Un elenco puntuale delle convenzioni nazionali è disponibile sul nostro sito istituzionale: di seguito descriviamo quelle più consolidate per la Compagnia.

5.519

Imprese associate a Confcommercio

**VITTORIA E
CONFCOMMERCIO
IMPRESE
PER L'ITALIA**

L'accordo con Confcommercio nasce nel 2007 con l'intento di diventare l'assicuratore di riferimento per la confederazione e per le imprese italiane associate, attraverso la realizzazione di un pacchetto d'offerta esclusivo costruito per soddisfare le loro più differenti esigenze di copertura. A livello operativo la strategia prevede di generare relazioni fra il sistema di rappresentanza territoriale Confcommercio e la rete commerciale Vittoria e condividere idonee iniziative per arrivare alle imprese associate. Ad oggi la convenzione conta 5.519 clienti tra dipendenti Confcommercio, imprese associate e loro titolari, professionisti e lavoratori autonomi associati che ogni giorno affidano a noi la tutela della loro attività lavorativa, delle loro imprese e famiglie.

84.210*

Equipaggi camper

**VITTORIA E
ASSOCIAZIONE
NAZIONALE
COORDINAMENTO
CAMPERISTI**

Vittoria assicurazioni ha una pluriennale e proficua collaborazione con l'associazione Nazionale Coordinamento Camperisti che si fonda sul criterio di perseguire la massima soddisfazione delle famiglie in autocaravan attraverso l'offerta di una gamma sempre più vasta di soluzioni per ogni necessità. Da questa collaborazione nasce Linea Strada inCamper la polizza per autocaravan, frutto dell'unione fra l'esperienza di camperisti "veri" e la professionalità dei tecnici Vittoria assicurazioni, in grado di venire incontro alle aspettative dei camperisti più esigenti, poiché costruita pensando alle loro reali necessità. A fine 2020 erano 84.210 gli equipaggi che hanno affidato la copertura delle loro autocaravan e delle loro famiglie a Vittoria assicurazioni.

*Il delta rispetto all'anno precedente è dovuto ad un affinamento della metodologia di estrazione dei dati.

Certi dei nostri valori, scegliamo partner con cui collaborare a beneficio della collettività

VITTORIA E TOURING CLUB ITALIANO

L'impegno e la partecipazione civile e sociale, l'attenzione al paesaggio e all'ambiente, l'amore per il nostro paese, sono i valori riconosciuti e condivisi alla base della nostra lunga e solida partnership con il Touring Club Italiano, associazione no profit, impegnata dalla sua fondazione nel 1894 a far conoscere e tutelare i territori d'Italia diffondendo una cultura consapevole e responsabile del viaggio. Il primo rapporto istituzionale con il Touring Club Italiano risale al 1934 e riprende con l'importante convenzione siglata nel 1995 e attiva tuttora. Negli anni la collaborazione si è sempre più consolidata e ha dato origine a diversi accordi con l'obiettivo di offrire alla comunità il frutto del lavoro di entrambe le entità. A fine 2020 erano 34.990 i soci e i dipendenti TCI che affidavano a Vittoria assicurazioni la sicurezza delle loro famiglie, dei loro patrimoni, della loro previdenza o attività professionale.

34.990

Soci e dipendenti Touring Club Italiano

VITTORIA E FORZE ARMATE E FORZE DELL'ORDINE

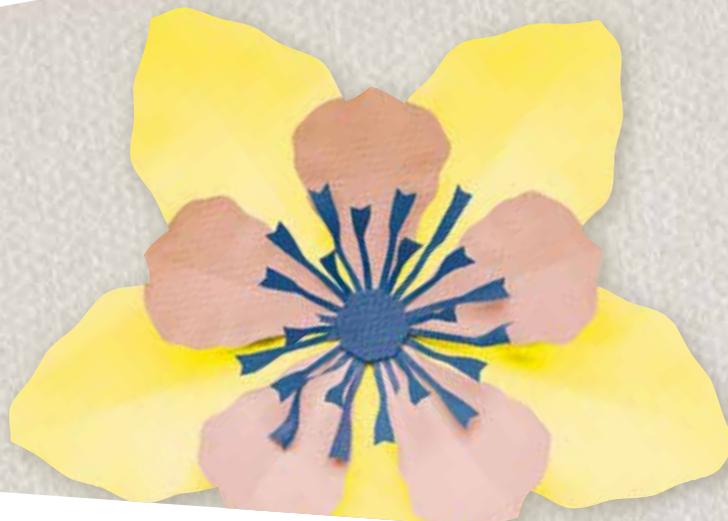
Il rapporto con il mondo della Difesa è la conferma dell'affidabilità e della considerazione ai più alti livelli istituzionali che la Compagnia si è guadagnata nel corso degli anni. Infatti, quando nell'agosto del 1990 scoppia la prima guerra del Golfo, Vittoria assicurazioni si è impegnata ad assicurare i soldati dell'esercito Italiano per conto del ministero della Difesa, e così è stato in seguito per le altre importanti operazioni militari, come le missioni in Somalia, in Croazia e Bosnia, in Kosovo, in Afghanistan. La convenzione oggi in essere con le Forze armate e Forze dell'ordine interessa 255.656 clienti appartenenti allo stato maggiore Difesa (esercito, Carabinieri, marina e aeronautica), alla Guardia di Finanza, alla polizia di stato e ai Vigili del Fuoco, che ci scelgono grazie alla qualità del servizio e alle offerte esclusive per la tutela di tutti gli aspetti della loro vita lavorativa e privata.

255.656

Appartenenti alle Forze Armate e Forze dell'Ordine

FEDERAZIONE ITALIANA TENNIS

Nel corso del 2020 Vittoria Assicurazioni ha avviato una nuova partnership commerciale che abbraccia il mondo del Tennis. La Federazione Italiana Tennis è una realtà presente nel nostro Paese sin dal 1910, radicatasi sempre più nel tessuto sociale e sportivo dell'Italia. Ad oggi essa conta circa 300.000 tesserati, 10.000 maestri e 3.000 circoli distribuiti sull'intero territorio nazionale. Vittoria Assicurazioni si pone nei confronti di questo nuovo Partner come punto di riferimento per tutelare al meglio le esigenze assicurative di professionisti e appassionati del mondo del tennis.



I partner professionali e le politiche responsabili di acquisto

Vittoria promuove una gestione “sostenibile” della propria catena di fornitura, basata su principi di equità, affidabilità, trasparenza e correttezza; inoltre, riconosce l'importanza di garantire l'osservanza delle normative e dei codici di condotta, nella convinzione che il rispetto delle regole sia fondamentale nel perseguimento degli obiettivi comuni, fondati sulla fiducia e sulla trasparenza oltre che sulla competenza professionale.

Per meglio regolamentare la propria catena di fornitura e contestualmente promuovere i principi contenuti nel Codice Etico, Vittoria ha predisposto una politica di esternalizzazione. Tale politica prevede criteri oggettivi di selezione e valutazione dei fornitori nonché le procedure di controllo e monitoraggio, specifiche azioni messe in atto sia dalle Funzioni aziendali coinvolte nel processo di acquisto che dalle strutture di controllo di cui la Compagnia si è dotata. Inoltre, in coerenza con i valori enunciati nel Codice Etico, Vittoria si impegna a scegliere quei Fornitori che gesti-

scono in modo responsabile gli impatti sociali, tutelano i diritti dei propri lavoratori e promuovono tali istanze anche presso la propria rete dei subfornitori, dipendenti e collaboratori.

Tutti i fornitori sono infatti chiamati ad aderire al Codice Etico e al MOG ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001, nonché a sottoscrivere un'autocertificazione in cui attestano di non aver subito procedure di fallimento o di liquidazione coatta amministrativa, sentenze di condanna passate in giudizio, l'applicazione di misure di sicurezza o di prevenzione antimafia, sanzioni per la violazione di norme in materia di lavoro, di previdenza e di assicurazione obbligatoria contro gli infortuni sul lavoro.

Nell'ambito del processo di selezione del fornitore vengono analizzati aspetti quali:

- ▲ Il possesso di specifici requisiti di professionalità, onorabilità e indipendenza;
- ▲ la stabilità economica;
- ▲ l'adozione di mezzi idonei a

garantire che nessun conflitto di interesse esplicito o potenziale metta a repentaglio il soddisfacimento delle esigenze della Compagnia;

- ▲ l'adeguatezza dei piani ad affrontare situazioni di emergenza o interruzioni dell'operatività;
- ▲ il rispetto dei principi etici e le regole operative sancite nel Codice Etico di Gruppo.

La scelta di uno specifico fornitore deve essere sempre ragionevolmente e adeguatamente motivata e documentata e frutto dell'applicazione delle relative procedure aziendali.

Nel 2020 abbiamo coinvolto nell'approvvigionamento di beni, servizi e lavori in appalto 2.730 fornitori, il 95% dei quali con sede in Italia, per un valore di 65,5 milioni di euro, di cui 7,7 milioni riferiti a fornitori di attività esternalizzate essenziali o importanti.

TERRITORIO E COLLETTIVITÀ

Diamo ascolto ai nostri stakeholder

Siamo convinti che le nostre azioni non abbiano solo un risvolto economico. Ascoltare i nostri stakeholder, con i qua-

li condividiamo il risultato del nostro fare impresa, è fonte di ispirazione per generare valore e rendere il futuro sostenibile,

a beneficio della collettività alla quale sentiamo di appartenere.

Economia circolare

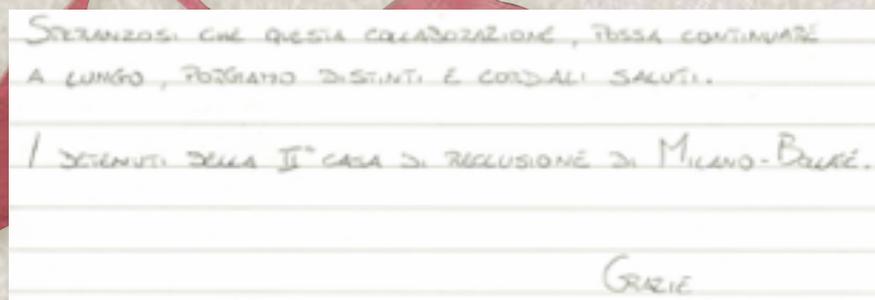
Una nuova dimensione che sta trasformando il nostro presente ed inciderà significativamente sul nostro futuro: l'economia circolare è un modello di produzione e consumo che mira ad estendere il più possibile il ciclo di vita dei prodotti attraverso condivisione, riutilizzo, ricondizionamento ed il riciclo dei materiali. I vantaggi di questo modello economico sono innumerevoli, tra cui riduzione della pressione sull'ambiente, maggiore disponibilità di mate-

rie prime, aumento della competitività e dell'occupazione.

Con questo obiettivo, Vittoria Assicurazioni ha sostenuto il progetto dell'impresa sociale Fenixs, donando circa cento dispositivi informatici (PC, stampanti, etc.), che i detenuti del carcere di Bollate hanno rigenerato per renderli accessibili alla collettività. Attraverso quest'iniziativa, il 95% del materiale ricevuto e ricondizionato è stato venduto, tramite il Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione, ad istituti scolastici per permettere alle

famiglie in difficoltà di fruire della didattica a distanza resa necessaria dall'emergenza sanitaria, ma anche a privati ed aziende.

In tal modo, i detenuti hanno potuto svolgere attività utili alla loro formazione professionale ed al loro futuro reinserimento nel mondo del lavoro. A testimonianza della collaborazione, a cui la Compagnia spera di poter dare seguito con ulteriori donazioni, di seguito si riporta uno stralcio della lettera che i detenuti hanno scritto spontaneamente per ringraziare Vittoria Assicurazioni per il suo contributo.



STIMANDO CHE QUESTA COLLABORAZIONE, POSSA CONTINUARE
A LUNGO, PORGIAMO DISTINTI E CORDALI SALUTI.

I DETENUTI DELLA II° CASA DI RECLUSIONE DI MILANO-BOLLATE.

GRAZIE

*L'attenzione
al recupero
del patrimonio
artistico, storico
e culturale è
espressione
dell'identità
italiana del
nostro Gruppo*



La rete agenziale di Vittoria Assicurazioni per gli altri

Durante l'emergenza sanitaria, i nostri Agenti hanno liberamente messo in atto delle iniziative solidali a favore di tutti coloro che hanno riscontrato grandi difficoltà nei momenti più bui del lock-down, come famiglie, comunità e case di riposo:

- ▲ Agenzia di Cagliari Palazzo Doglio e Agenzia di Oristano - Sostegno alle famiglie in difficoltà attraverso la distribuzione di prodotti locali in collaborazione con Coldiretti Oristano;
- ▲ Agenzia di Città di Castello: Donazione, per mezzo di una azienda assicurata, di un mezzo per il trasporto dei tamponi nella zona di Perugia;
- ▲ Agenzia di Cremona Duomo: Distribuzione di dispositivi anti-contagio presso RSA, farmacie, protezione civile, aziende e famiglie nella provincia di Cremona;
- ▲ Agenzia di Torino Matteotti: Donazione e contributo per l'organizzazione della produzione di mascherine e fornitura di altri beni di prima necessità al comune di Piossasco;
- ▲ Agenzia di Civitavecchia: Donazione di guanti monouso a Comune, Polizia Municipale e "Civitavecchia Servizi Pubblici S.r.l.", una municipalizzata locale del territorio;

Il nostro impegno

- ▲ Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica: Vittoria Assicurazioni sostiene la Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica. Un piccolo gesto per rendere la ricerca sempre più grande. <https://www.fibrosicisticaricerca.it/>
- ▲ ABIO Italia Onlus: Vittoria sostiene la Fondazione ABIO Italia Onlus, a fianco di tutti i bambini, degli adolescenti e dei loro genitori per portare il sorriso anche nei momenti più difficili. <https://abio.org/>
- ▲ Associazione Lingotto Musica: Vittoria Assicurazioni sostiene l'Associazione Lingotto Musica per promuovere e valorizzare la cultura musicale. <https://www.lingottomusica.it/>
- ▲ Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino: Dal 2007 sosteniamo la Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino. Una perfetta armonia di valori, che ci ha permesso di contribuire ad interventi finalizzati alla valorizzazione e al miglioramento della fruibilità del patrimonio artistico, storico e culturale. <https://www.consultaditorino.it/>
- ▲ Associazione lega del filo d'oro: A partire dal 2020, la Compagnia sostiene l'Associazione nel progetto legato

alla costruzione del nuovo Centro nazionale dedicato ai bambini sordociechi, migliorando la qualità dei servizi loro offerti. <https://centro-nazionale-sordociechi.legadelfilodoro.it/>

- ▲ Aeronautica Militare – Progetto Beneficienza «Un dono dal cielo: In occasione del centenario della Madonna di Loreto, Vittoria Assicurazioni sostiene e promuove lo Stato Maggiore dell’Aeronautica nel progetto di beneficienza «Un dono dal cielo», per l’acquisto di beni strumentali a favore degli ospedali pediatrici Gaslini di Genova, Bambino Gesù di Roma e Santobono – Pausilipon di Napoli http://www.aeronautica.difesa.it/comunicazione/eventi/Pagine/un-donodalcielo_201911.aspx
- ▲ Associazione Unire nell’Arte: Vittoria Assicurazioni sostiene l’Associazione Unire

nell’Arte per promuovere la cultura, l’arte e la creatività. <https://www.unirenellarte.org/>

- ▲ LILT: Con l’acquisto degli omaggi natalizi per i dipendenti, Vittoria Assicurazioni ha aderito alla Campagna Natalizia “Per Natale vorrei un abbraccio” della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori. I fondi raccolti andranno a sostegno del progetto “CHILD CARE” cinque servizi a favore dei bambini malati oncologici che, da ogni parte d’Italia e dell’estero vengono a Milano insieme alle loro famiglie per curarsi;
- ▲ Fondazione Teatro alla Scala: la Compagnia sostiene la Fondazione Milano per la Scala che ha l’obiettivo di promuovere e sostenere il Teatro e le sue iniziative;
- ▲ Fondazione Buzzi: Vittoria

Assicurazioni ha effettuato una donazione a favore della Fondazione Buzzi, la quale realizza progetti che hanno lo scopo di trovare cure di ultima generazione per i bambini;

- ▲ Milano Sport Tennistavolo: la nostra Compagnia sponsorizza il centro sportivo, il quale da sempre si impegna nel far appassionare i giovani allo sport;
- ▲ FIAVET Toscana: la Compagnia ha sponsorizzato l’evento dell’Associazione in virtù della condivisione dei valori che da sempre la contraddistinguono nel supportare i piccoli e grandi imprenditori del turismo, nonché i consumatori.

Fondazione Carlo Acutis

La consapevolezza che il perseguimento dell’oggetto sociale debba tendere ad un orizzonte più ampio, dove alla creazione di valore economico si affianchi per quanto possibile la creazione di valore etico e sociale ci ha portato, a settembre 2020, ad aderire alla proposta del nostro Presidente Emerito di partecipare alla costituzione di una fondazione non lucrativa di utilità sociale “Fondazione Carlo Acutis – Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale”, in ricordo del giovane Beato Carlo Acutis. L’ente si propone di supportare la ricerca scientifica di particolare interesse sociale, la tutela, promozione e valorizzazione delle cose d’interesse artistico e storico, la promozione della cultura e dell’arte nonché l’assistenza sociale e socio-sanitaria e la beneficenza.

Iniziative di Vittoria per la collettività

- ▲ Top Vita: progetto partito nel 2019 e rivolto alla clientela delle agenzie Top Vita che, attraverso la partecipazione ad incontri serali, può reperire informazioni utili rispetto ai temi di protezione in caso di morte, invalidità permanente e di non autosufficienza;
- ▲ Laboratorio UniParma: progetto nato nel 2016 con il dipartimento di economia dell'Università di Parma. I partecipanti al laboratorio hanno la possibilità di riprodurre l'organizzazione, l'amministrazione e la gestione di un'agenzia assicurativa, diventando a tutti gli effetti degli intermediari assicurativi professionali.





Il nostro ruolo nel ridisegno del paesaggio urbano

Per il benessere comune e per un reale scambio con la collettività, cruciali sono la salvaguardia del patrimonio nazionale, la valorizzazione dell'ambiente e la responsabilità sociale. Se l'obiettivo è recuperare il patrimonio storico, artistico ed architettonico, è necessario un piano di riqualificazione delle aree urbane, di popolamento di zone in fase di sviluppo e di investimenti in ambiziosi progetti innovativi. In questi termini, la Compagnia è intervenuta per riqualificare l'area urbana milanese del "Portello". Qui, a pochi metri dalla sede di Vittoria

Assicurazioni, si erige un complesso residenziale composto da 8 edifici: 6 torri e 2 edifici in linea, i cui nomi ricordano un'auto storica dell'Alfa Romeo. Tale progetto, la cui paternità è attribuita a Gino Valle, aveva l'obiettivo – pienamente raggiunto – di restituire un'identità ad una zona che è stata la culla dell'industria di Alfa Romeo e di armonizzare l'area con l'ambiente limitrofo: i tre grandi edifici tagliati in diagonale, a diverse altezze, ricordano il timpano dell'ex-fiera. Il centro direzionale è ubicato sulla piazza più grande della città e

le linee prospettiche a ragnatela disegnate sulla pavimentazione in pietra invitano chi passeggia a dirigersi verso un avveniristico ponte ciclopedonale, rosso come l'emblematica livrea dell'Alfa Romeo. L'opera d'arte, a cielo aperto, "Grande cancellatura per Giovanni Testori", ammirabile da chiunque attraversi la piazza, richiama un altro elemento caratterizzante della zona: infatti, il bassorilievo è tratto dal romanzo "il Ponte della Ghisolfia".





SOSTENIBILI
PER SCELTA



L'ATTENZIONE AGLI IMPATTI AMBIENTALI

L'impegno per lo sviluppo sostenibile ha anche la nostra firma

L'impegno sul tema del cambiamento climatico

Uno dei potenziali maggiori rischi socio-economici per la nostra società, secondo il WEF, è l'incapacità di affrontare i cambiamenti climatici. Il Dottor Carlo Acutis, in rappresentanza della Vittoria Assicurazioni, è membro e Amministratore della Geneva Association, un'organizzazione senza scopo di lucro, che organizza reti di esperti internazionali e gestisce piattaforme di discussione anche sul rischio climatico e sul ruolo che

l'assicurazione può svolgere nella riduzione del rischio di catastrofi, sull'impatto della digitalizzazione e del cyber-risk, sui costi crescenti legati all'invecchiamento della popolazione e sul finanziamento pensionistico. Un report della Geneva Association pone l'enfasi sulla costruzione di una resilienza socioeconomica rispetto ai crescenti impatti delle condizioni meteorologiche estreme che richiede una gestione preventiva dei rischi e nuove strategie di adattamento. La transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio ha profonde implicazioni socioeconomiche per molti settori, soprattutto per il settore assicurativo.

Quest'ultimo – come sostiene l'Insurance Review - svolge un ruolo importante nella gestione del rischio climatico, nell'identificazione di soluzioni efficaci per mitigarlo. Le compagnie assicurative, attraverso l'attività assuntiva, sono capaci di coprire eventuali perdite economiche dovute all'occorrenza di catastrofi naturali e, dunque, di misurare il costo del rischio climatico. In tal senso, gli assicuratori ripongono il massimo impegno nel contribuire alla mitigazione del rischio climatico attraverso gli obiettivi aziendali, promuovendo nuove tecnologie, assumendo nuovi rischi ed investendo in asset sostenibili.

Innoviamo per l'ambiente

Le soluzioni tecnologiche all'avanguardia in cui Vittoria Assicurazioni ha deciso di investire

hanno permesso di ridurre gli impatti negativi sull'ambiente, grazie alla minore necessità di spostamenti e ai minori consumi cartacei. In virtù dell'attenzione all'ambiente ed all'innovazione, valori che da sempre

contraddistinguono le scelte della Compagnia, dal 2020 grazie al progetto "Vittoria Bike" sono disponibili nella sede di Milano monopattini elettrici, un mezzo di trasporto ad impatto zero sull'ambiente.

Portale Unico di Comunicazione

Il Portale Unico di Comunicazione (PUC), realizzato nel 2016, è una piattaforma interna che consente di relazionarsi

direttamente con la clientela in modalità multicanale: PEC, posta elettronica, SMS.

Dematerializzazione e firme elettroniche

Il processo di dematerializzazione dei documenti utilizzati per le attività di vendita e ge-

stione dei sinistri, iniziato da oltre 5 anni, attraverso funzionalità innovative nei sistemi a supporto dei processi industriali di Direzione, dei partner e della rete dei distributori i cui risultati, in termini di acquisto di risme di carta, sta portando i primi risultati evidenti. Allo stes-

so tempo siamo passati alla digitalizzazione dei documenti di polizze e sinistri, attraverso sistemi interni alla Compagnia o esterni dei fornitori. Importante in tal senso è la firma elettronica avanzata (FEA), sia nella modalità grafometrica sia mediante codice OTP (One Time

Password), un codice usa e getta diffuso dall'inizio del 2018 che permette di procedere anche attraverso smartphone. Queste iniziative contribuiscono a mitigare gli impatti negativi sull'ambiente, poiché: si evita la stampa e successiva sotto-

scrizione in triplice copia dei documenti contrattuali, offrendo un più efficace servizio alla clientela; si riduce il consumo di toner ed i corrispondenti consumi energetici per produrre i documenti; si elimina la necessità di trasportare e archiviare documenti cartacei, anche grazie al sempre maggior ricorso alla visualizzazione da parte dei clienti dei contratti conservati

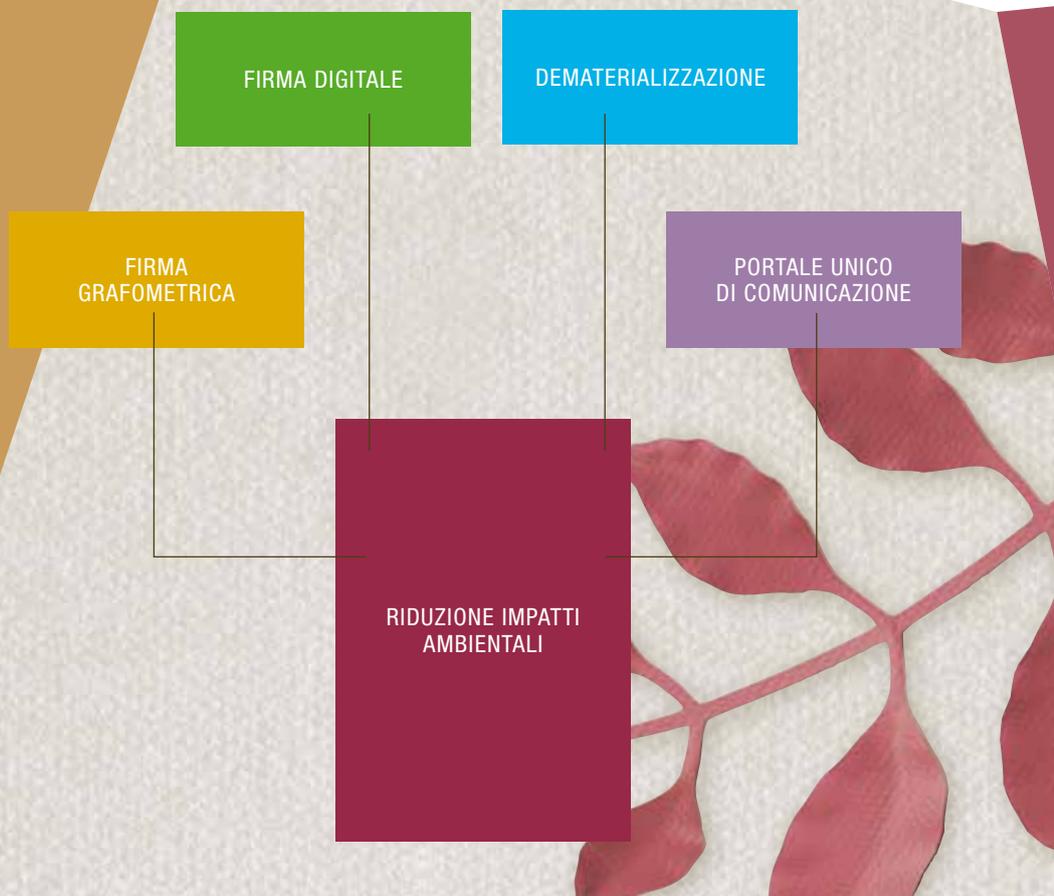
digitalmente nell'area Riservata Vittoria. In quest'ottica vanno visti gli investimenti finalizzati al miglioramento dell'area Riservata Vittoria. In particolare, nel 2020 l'utilizzo della firma elettronica avanzata è stato accettato da 1.735.599 clienti, corrispondenti al 60,7% del totale dei documenti sottoscritti, con una riduzione del consumo totale di carta di 25.835 risme. Nello specifico, la documen-

956.842

Documenti sottoscritti digitalmente dai clienti (41,95% del totale documenti sottoscritti)

25.835

Risme di carta risparmiate in un anno (salvati circa 169 alberi di media grandezza, un albero 159 risme)





tazione cartacea prevista a supporto delle garanzie Auto è stata eliminata e sostituita interamente da comunicazioni elettroniche ai clienti e agli archivi centrali istituzionali. Promuoviamo costantemente l'utilizzo di dispositivi a basso consumo, specialmente in occasione di rinnovi del parco macchine installato sia presso il Datacenter

(server, storage) che per utilizzo individuale (pc, stampanti). Infine, a partire dal 2017 è stata attivata una nuova modalità di distribuzione in forma elettronica della documentazione da esporre in incontri istituzionali e con la comunità finanziaria.

In materia di dematerializzazione, nel corso del 2020 è stata

portata a termine la digitalizzazione dell'ultimo processo cartaceo del Personale, ovvero la richiesta di rimborso delle spese mediche. Infatti, i dipendenti attraverso l'applicativo presente all'interno della propria area personale possono richiedere il rimborso in modalità totalmente digitale.

La Cyber-security

Vittoria Assicurazioni riconosce l'importanza dei dati trattati dai sistemi informatici aziendali rispetto ai provvedimenti normativi vigenti, ai diritti dei clienti e agli obiettivi di business.

Negli anni il Gruppo ha attivato in maniera continuativa opportune iniziative per garantire Disponibilità, Integrità e Riservatezza dei dati e in particolare per proteggerli dalle minacce interne ed esterne riconducibili al Cyber Risk, al fine di garantire la continuità dei processi aziendali, di proteggere la reputazione e l'immagine aziendale, di garantire la piena conformità ai requisiti normativi, regolamentari e contrattuali.

L'innovazione digitale porta evi-

denti benefici al business, ma espone anche a rischi derivanti dallo sviluppo del Cybercrime. Se all'inizio della trasformazione digitale gli hacker erano soprattutto individui singoli mossi dal desiderio di emergere o da motivi socio/politici e raramente da motivi economici, la prospettiva si è andata ribaltando di pari passo con lo sviluppo delle digital economy, che ha visto formarsi e crescere organizzazioni criminali attratte da nuove e lucrose opportunità di delinquere a basso rischio.

Gli sviluppi delle piattaforme Cloud e Social, l'utilizzo crescente di dispositivi mobili per l'accesso a dati e applicazioni, la moltiplicazione dei punti di accesso ai servizi informatici, sono ulteriori elementi che configurano uno scenario nel

quale persone, sistemi e dati sono sempre più distribuiti e interconnessi e richiedono opportuni livelli di protezione per garantire la sicurezza.

Vittoria Assicurazioni ha efficacemente adeguato i propri presidi tecnologici e organizzativi ai mutamenti avvenuti nel tempo ed è impegnata al mantenimento di un adeguato livello di protezione, attraverso un articolato sistema di misure tecniche e organizzative destinate a proteggere le componenti tecnologiche fisiche e logiche, governare l'identità digitale e i meccanismi di autenticazione e di accesso, formare le persone e definire regole di comportamento, individuare e correggere i punti di debolezza, gestire gli incidenti di sicurezza.

PERCORSO CYBER SECURITY

CYBER SECURITY

L'importanza della protezione dei dati personali è diventata sempre maggiore negli ultimi anni ed è in continua evoluzione. Per questo motivo con cadenza annuale organizziamo eventi di formazione rivolti alla popolazione aziendale per sensibilizzare e informare rispetto ai rischi legati al Cyber crime.

Obiettivi: fornire gli strumenti necessari al fine di poter acquisire maggiore consapevolezza di ciò che si nasconde dietro lo schermo di un pc;

sensibilizzare all'utilizzo degli strumenti informatici e ai rischi connessi

Partecipanti: 44
Ore di formazione: 2
Docente: 1



Consumi energetici diretti

Il tema del monitoraggio energetico della Sede e degli Ispettorati rappresenta un punto di grande attenzione per Vittoria. L'impegno quotidiano nella gestione degli immobili e dei relativi impianti consente un costante efficientamento delle risorse energetiche impiegate. A tal proposito, ricordiamo che la Car Policy aziendale, considerando le conseguenze dei combustibili non rinnovabili, ha sostituito i veicoli ad alimenta-

zione diesel con veicoli ibridi/benzina ed ibridi/elettrici, riducendo le emissioni dirette di CO₂ nell'ambiente. A maggior supporto, la Travel Policy invita tutti i dipendenti a prediligere, per i viaggi di lavoro di media e lunga distanza, l'utilizzo del treno. Infine, per incentivare il trasporto collettivo, il CRAL (Centro Ricreativo Aziendale dei Lavoratori) ha esteso le convenzioni sui trasporti anche ai treni regionali, oltre che ad ATM (Azienda Trasporti Milanese) per il trasporto locale, con alla possibilità di addebitare mensilmente l'importo di-

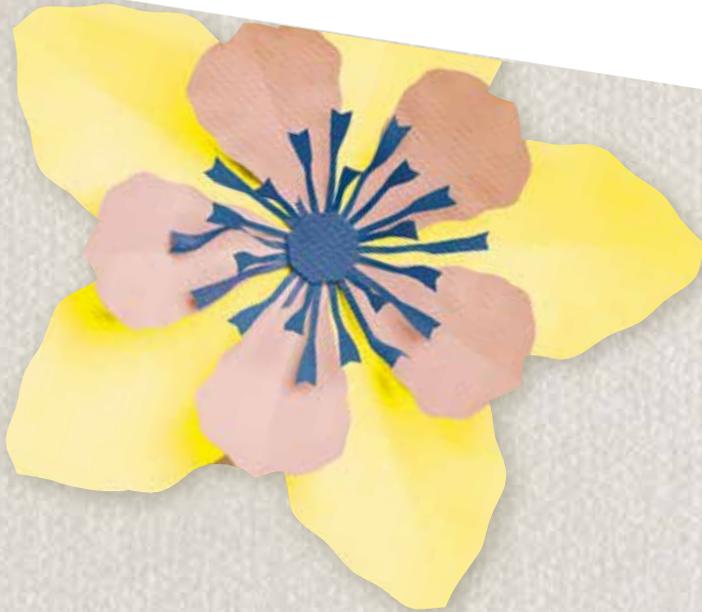
rettamente in busta paga. Tra i diversi progetti in termini di sostenibilità e welfare aziendale rientra il progetto "Vittoria Bike" con lo scopo di fornire gratuitamente un servizio di mobilità ai dipendenti con mezzi a zero impatto ambientale, come i monopattini elettrici brandizzati. I monopattini vengono utilizzati dai dipendenti prevalentemente in pausa pranzo e sono un' apprezzata alternativa agli spostamenti in auto. Possono essere utilizzati anche per il tragitto casa-lavoro.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione

FONTI NON RINNOVABILE

Flotta auto (leasing e proprietà)	udM	2020	2019	udM	2020	2019
Gasolio - Diesel	litri	21.109	46.679	GJ	759	1.677
Benzina	litri	44.493	35.248	GJ	1.410	1.117
Riscaldamento	udM	2020	2019	udM	2020	2019
Consumi di Gas naturale per riscaldamento	Smc	15.260	26.754	GJ	538	944
Consumi di Gasolio per riscaldamento	litri	-	-	GJ	-	-





Una sede a misura di futuro: bassi consumi energetici ed elevati standard di comfort ambientale

I consumi energetici indiretti

Vittoria Assicurazioni pone grande attenzione ai propri ambienti di lavoro al fine di garantire alti standard di comfort, minimizzando al tempo stesso gli impatti ambientali, quali i consumi e le emissioni in atmosfera.

Per il raggiungimento di questi obiettivi, Vittoria ha adottato elevati standard nella gestione della propria sede, progettata secondo i modelli ingegneristici e impiantistici più evoluti.

L'impiego di sistemi di gestione domotica avanzata ha

consentito di mettere al centro la persona ed il risparmio energetico: la climatizzazione degli ambienti è personalizzabile in maniera autonoma dai singoli utenti garantendone così elevati standard di comfort, mentre impianti di illuminazione dinamici adattano l'intensità luminosa alle condizioni di luce esterna e governano autonomamente l'accensione in base alla presenza di persone.

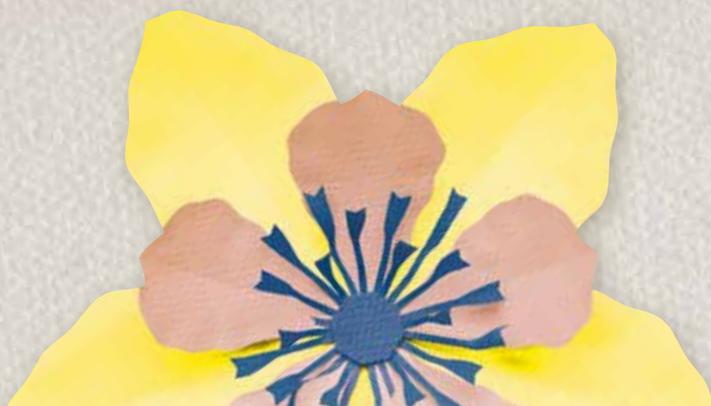
La consapevolezza che il consumo di risorse energetiche contribuisce alle emissioni indirette di gas serra generando gravi impatti ambientali, ci ha portato a porre grande attenzione sulla ricerca di efficienza degli impianti e degli spazi

utilizzati. L'analisi approfondita dei propri consumi e la costante collaborazione con tecnici specializzati, ha consentito nel tempo, di identificare soluzioni innovative e nuovi punti di attenzione in grado di minimizzare gli impatti sull'ambiente che ci circonda. La conoscenza di tali dati ed informazioni ha permesso quindi di definire strategie mirate a concentrare ed organizzare al meglio gli sforzi. Questo ha fatto sì che durante l'anno 2020 si siano potuti raggiungere risultati molto interessanti, che ci portano a credere e investire sempre più nel quotidiano impegno in tal senso.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione

ELETTRICITÀ

	udM	2020	2019	udM	2020	2019
Acquistata	kWh	2.967.049	3.269.740	GJ	10.681	11.771
Autoprodotta - pannelli fotovoltaici	kWh	89.406	101.483	GJ	322	365



Le emissioni in atmosfera

Per individuare gli impatti ambientali del Gruppo Vittoria, vengono esposti in tabella le emissioni dirette e indirette generate: le emissioni dirette (Scope 1), derivanti dall'utilizzo di combustibili per la climatizzazione e per i veicoli aziendali; le emissioni indirette (Scope 2), come le emissioni derivanti da utilizzo di energia elettrica acquistata. Per il calcolo delle

emissioni indirette, lo standard di rendicontazione utilizzato (GRI Sustainability Reporting Standards 2016) prevede due diversi approcci di calcolo: il "Location-based", riportato in tabella, prevede l'utilizzo di un fattore di emissione medio nazionale relativo allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica; il "Market-based", invece, si basa sull'utilizzo di un fattore di emissione definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. Vista l'assenza di

specifici accordi contrattuali tra il Gruppo Vittoria ed il fornitore di energia elettrica (ad es. acquisto di Garanzie di Origine), per questo approccio è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale. La tabella evidenzia i consumi del Gruppo Vittoria, anche prendendo in considerazione le emissioni dei principali gas climalteranti definiti dal Protocollo di Kyoto, i quali provocano effetti di surriscaldamento globale e consentono il calcolo in termini di CO₂ equivalenti.

Emissioni dirette e indirette in atmosfera

	Ton CO ₂		Ton CH ₄		Ton N ₂ O		Ton CO ₂ eq	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Emissioni dirette (Scope 1)	190	258	0,02	0,02	0,0041	0,006	191,30	260,56
Emissioni indirette (Scope 2) - location based	823,6	1.033	0,05	0,059	0,010	0,013	827,94	1.038
Emissioni indirette (Scope 2) - Market based	1.383	1.592	0	0	0	0	0	0

Per il "Location-based", il coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 277,6 gCO₂/kWh anno 2020 e pari a 316 gCO₂/kWh anno 2019 (Fonte: Guida ABI_LAB).

Per il "Market-based", coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 466 gCO₂/kWh anno 2020 e pari a 483 gCO₂/kWh anno 2019. (Fonte: Association of Issuing Bodies, European Residual Mixes 2020-2019).

Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 riferite all'anno 2020 e 2019 sono stati utilizzati i coefficienti della Guida ABI_LAB - dicembre 2020 - gennaio 2020.

Le emissioni dello Scope 2 - Market Based sono espresse in tonnellate di CO₂, tuttavia la percentuale di metano e Protossido di Azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂ equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

I dati 2019 relativi allo Scope 1 sono stati riesposti per un affinamento della medologia di calcolo.

I consumi di materiali

Vittoria Assicurazioni utilizza solo carta certificata Ecolabel. Al fine di ridurre la quantità di carta utilizzata e limitare gli sprechi, i dispositivi di stampa presenti negli uffici sono impostati di default sulla stampa in fronte/retro e in bianco/nero. L'obiettivo prefissato

lo scorso anno consisteva in un'ulteriore razionalizzazione dei dispositivi di stampa, a tal fine le stampanti a colori di piano sono oggi attivabili solo con conferma tramite badge, così da poter eliminare preventivamente le stampe errate. Per una valutazione degli impatti ambientali a seguito delle sostituzioni delle stampanti e dei metodi di stampa utilizzati, si evidenzia che il numero di pagine stampate annualmente,

ha portato ad una riduzione del consumo di toner e di carta per stampa. Ovviamente a causa della pandemia Vittoria ha utilizzato molta meno carta da stampa, cercando di informatizzare il più possibile tutti i processi.

La Compagnia utilizza il QR Code sui biglietti da visita aziendali, riducendo di fatto l'utilizzo della stampa cartacea.

Materiali utilizzati per peso e volume

Materiali non rinnovabili				VITTORIA ASSICURAZIONI - SEDE		
Anno	2020	2019	UdM			
Numero di risme di carta	2.494	5.459	risme			
Carta in Kg	6.405	13.873	Kg			
Toner	242	283	unità			

Le risme A3 sono state calcolate come 2 risme A4

Lo smaltimento dei rifiuti prodotti

La Compagnia continua ad effettuare la raccolta differenziata di carta, plastica, latta, toner, neon, pile e umido; a tale scopo negli uffici e negli spazi comuni, quali "printer corner", area break e palestra, sono presenti i cestini appositi.

Nell'area break sono stati creati dei corner "Plastic Free" ed i distributori sono stati dotati di bicchieri e palette compostabili. Infine sono state installate delle colonnine di acqua microfiltrata e la Compagnia ha dotato tutti i dipendenti di una borraccia per ridurre al minimo l'acquisto di bottigliette di plastica. Per la gestione dei rifiuti e per il loro smaltimento ci si avvale di Amsa, società del Comune

di Milano; nel corso del 2020 ha avuto seguito il progetto per l'utilizzo di pile ricaricabili attraverso la sostituzione delle pile tradizionali fornite per il funzionamento degli strumenti di lavoro, un progetto da cui ci aspettiamo un forte impatto nel corso del 2021. I toner e i neon sono affidati agli appaltatori dei contratti di servizi per il corretto smaltimento secondo le norme previste dalla legge.

PERIMETRO D'IMPATTO DELLE TEMATICHE RILEVANTI

Nella seguente tabella per ciascuna tematica manageriale, identificata dal Gruppo Vittoria attraverso l'analisi della materialità, viene presentata la riconciliazione con i Topic GRI Standards e il perimetro dell'impatto.

Perimetro			
TEMATICHE MATERIALI	TOPIC GRI STANDARD COLLEGATI	PERIMETRO	
		DOVE AVVIENE L'IMPATTO	TIPOLOGIA DI IMPATTO
Solidità finanziaria	Performance economica - Imposte	Gruppo Vittoria	Generato dal Gruppo Vittoria
Etica ed integrità di business	n/a	Gruppo Vittoria Partner commerciali e professionali	Generato dal Gruppo Vittoria
Centralità del Cliente	Customer privacy Marketing ed etichettatura	Gruppo Vittoria Clienti	Generato dal Gruppo Vittoria
Performance economico-finanziaria	Performance economica - Imposte	Gruppo Vittoria Azionisti	Generato dal Gruppo Vittoria
Anticorruzione	Anticorruzione	Gruppo Vittoria	Generato dal Gruppo Vittoria
Risk management	n/a	Gruppo Vittoria	Generato dal Gruppo Vittoria
Digitalizzazione e innovazione	n/a	Gruppo Vittoria Clienti	Generato dal Gruppo Vittoria
Governance e Compliance	Comportamento anti-competitivo Compliance ambientale Compliance socio-economica Politiche pubbliche	Gruppo Vittoria	Generato dal Gruppo Vittoria
Collaborazioni commerciali	Marketing ed etichettatura	Gruppo Vittoria Partner commerciali e professionali Agenti e intermediari	Generato dal Gruppo Vittoria e connesso alle attività del Gruppo Vittoria
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Gruppo Vittoria Risorse umane Collaboratori esterni*	Generato dal Gruppo Vittoria
Valorizzazione e crescita del personale	Occupazione Formazione e istruzione	Gruppo Vittoria Risorse umane	Generato dal Gruppo Vittoria
Benessere ed equilibrio vita-lavoro	Diversità e pari opportunità Non discriminazione Libertà di associazione e contrattazione collettiva	Gruppo Vittoria Risorse umane	Generato dal Gruppo Vittoria
Impatti ambientali	Materiali Energia Emissioni Scarichi e rifiuti	Gruppo Vittoria Territorio e collettività	Generato dal Gruppo Vittoria

* Come collaboratori esterni sono ricompresi gli stagisti, gli apprendisti e lavoratori autonomi, e in generale lavoratori che non sono dipendenti ma che operano all'interno dell'azienda.

TABELLA DEGLI INDICATORI GRI

Di seguito è presentata la tabella in cui sono riportati gli indicatori di performance, in conformità con le linee guida "GRI Sustainability Reporting Standards, pubblicato nel 2016 dal GRI – Global Reporting Initiative (GRI Standards), secon-

do l'opzione "in accordance - Core". In particolare, secondo quanto previsto dallo Standard GRI 101: Foundation, paragrafo 3, all'interno di questa DNF si è fatto riferimento ai Reporting Standards identificati nella tabella che segue. I temi mate-

riali sono dunque correlati alle singole Standard Disclosures.

Ogni indicatore è provvisto del riferimento alle pagine del Bilancio di Sostenibilità in cui l'indicatore può essere trovato, relative note ed eventuali omissioni ove specificato.

General standard disclosure		
Indicatore GRI	Note	Pag.
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE		
102 - 01 Nome dell'Organizzazione		2
102 - 02 Principali marchi, prodotti e/o servizi		74-79
102 - 03 Sede del quartier generale dell'organizzazione		120, 122
102 - 04 Numero di Paesi nei quali opera l'Organizzazione, nome dei Paesi nei quali l'Organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	Il Gruppo opera sul territorio italiano	6-8, 85-86
102 - 05 Assetto proprietario e forma legale		2-3
102 - 06 Mercati serviti (incluso analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)		70, 74-79
102 - 07 Dimensione dell'Organizzazione		51
102 - 08 Numero totale dipendenti per contratto, sesso, genere	Il Gruppo si avvale di collaboratori esterni solo per attività accessorie	51-52
102 - 09 Catena di fornitura		92
102 - 10 Variazioni significative nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario		2
102 - 11 Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi		36-37
102 - 13 Principali partnership e affiliazioni	Vittoria Assicurazioni aderisce ad Ania (Associazione nazionale fra le imprese assicuratrici), partecipando attivamente ai suoi lavori. Il presidente Carlo Acutis è presidente del Collegio Dei Probiviri e Cesare Caladerelli è il nostro Amministratore Delegato, come membro del Consiglio Direttivo e del Comitato Esecutivo e un membro del nostro management, come Presidente del Collegio Sindacale.	90-92
STRATEGIA		
102 - 14 Lettera del Presidente e dell'Amministratore Delegato in merito all'importanza della sostenibilità per l'Organizzazione e la strategia dell'Organizzazione in materia di sostenibilità		4, 26-29



General standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
ETICA E INTEGRITÀ		
102 - 16	Descrizione dei valori, principi, standard e norme di comportamento dell'Organizzazione	20, 23-24
GOVERNANCE		
102 - 18	Struttura di Governance dell'Organizzazione	32-35
102 - 22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	32-35
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
102 - 40	Elenco dei gruppi di stakeholder con cui l'Organizzazione entra in contatto	10-11
102 - 41	Accordi di contrattazione collettiva	54
102 - 42	Criteri utilizzati per identificare e selezionare i principali stakeholder	10-11
102 - 43	Approccio dell'Organizzazione all'attività di stakeholder engagement	10-11
102 - 44	Aspetti chiave emersi dall'attività di stakeholder engagement e modalità con la quale l'Organizzazione ha risposto a tali aspetti	10-11
REPORTING PRACTICE		
102 - 45	Entità incluse nel Bilancio Consolidato	6-8
102 - 46	Processo per la definizione del contenuto del report e degli aspetti materiali	6-8
102 - 47	Identificazione degli aspetti materiali	10-12
102 - 48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	6-8, 106
102 - 49	Cambiamenti significativi in termini di temi materiali e loro perimetro	6-8
102 - 50	Periodo di rendicontazione	6-8
102 - 51	Data di pubblicazione del report più recente	6-8
102 - 52	Periodicità della rendicontazione	6-8
102 - 53	Contatti per informazioni sul report	6-8
102 - 54	Opzione GRI scelta dall'organizzazione per il report	6-8
102 - 55	Indice dei contenuti GRI	109-116
102 - 56	Attestazione esterna	117-119

Specific standard disclosure		
Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA ECONOMICA		
PERFORMANCE ECONOMICA Tematica materiale: Solidità finanziaria e Performance economico-finanziaria		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	42-46, 108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	42-46
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	42-46
Indicatori		
201 - 1	Valore economico diretto generato e distribuito	42-46
207 - 1	Imposte	46
ANTICORRUZIONE Tematica materiale: Anticorruzione		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	38,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	38
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	38
Indicatori		
205 - 2	Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corruzione	38
205 - 3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2020 non si sono registrati episodi di corruzione accertati 38
COMPORAMENTI ANTI-COMPETITIVI Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	39,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	39
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	39
Indicatori		
206-1	Numero di azioni legali legate a pratiche anticoncorrenziali, monopolistiche e anti-trust e relative sentenze	39

Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA AMBIENTALE	I dati ambientali non ricomprendono i dati delle sedi di Aspevi Firenze e Assiorviato in cui operano 16 dipendenti (2,8% sul totale del Gruppo)	
ENERGIA		
Tematica materiale: Impatti ambientali		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		100,104-105 108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		100,104-105
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		100,104-105
Indicatori		
302 - 1 Consumo di energia all'interno dell'Organizzazione		104-105
EMISSIONI		
Tematica materiale: Impatti ambientali		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		106,108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		106
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		106
Indicatori		
305 - 1 Emissioni dirette di gas serra (Scope 1)	Per il calcolo delle emissioni 2020 sono stati utilizzati i coefficienti delle seguenti fonti: Italian Greenhouse Gas Inventory 1990 –2018– National Inventory Report 2020 – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA); AIB - European Residual Mixes 2019.	106
305 - 2 Emissioni indirette di gas serra (Scope 2)	Per il calcolo delle emissioni 2019 sono stati utilizzati i coefficienti delle seguenti fonti: Italian Greenhouse Gas Inventory 1990 – 2017– National Inventory Report 2019 – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA); AIB - European Residual Mixes 2019 (Vers. 1.13)	106
COMPLIANCE AMBIENTALE		
Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		106, 108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		100
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		100

Specific standard disclosure		
Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA AMBIENTALE	I dati ambientali non ricomprendono i dati delle sedi di Aspevi Firenze e Assiorviato in cui operano 16 dipendenti (2,8% sul totale del Gruppo)	
COMPLIANCE AMBIENTALE Tematica materiale: Governance e Compliance		
Indicatori		
307 - 1 Non-compliance e regolamenti e leggi in materia ambientale	Nel corso del 2020 non si sono registrati casi di non conformità	
CATEGORIA SOCIALE		
LAVORO		
OCCUPAZIONE Tematica materiale: Valorizzazione e crescita del personale		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		50-51,108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		50-51
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		50-51
Indicatori		
401 - 1 Nuovi assunti e turnover del personale		52-53
401 - 2 Benefit offerti a dipendenti a tempo pieno che non sono offerti a dipendenti a tempo determinato o part-time		64
GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I LAVORATORI Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		64,108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		64
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		64
Indicatori		
402 - 1 Periodo minimo di preavviso previsto da contratto collettivo	Gli aspetti normativi e retributivi fanno riferimento ai diversi Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro e alle leggi che si applicano all'interno del Gruppo.	64



Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA SOCIALE		
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (GRI 2018)		
Tematica materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	66-69, 108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	66-69
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	66-69
Indicatori		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	66-69
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	66-69
403-3	Servizi di medicina del lavoro	66-69
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	66-69
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	66-69
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	66-69
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	66-69
403-9	Infortunati sul lavoro	69
LAVORO		
FORMAZIONE E ISTRUZIONE		
Tematica materiale: Valorizzazione e crescita		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	55-61, 108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	55-61
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	55-61
Indicatori		
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente per genere e per categoria di dipendenti	56
404-3	Percentuale di dipendenti coinvolti in programmi di performance management, suddivisi per genere e per categorie di lavoratori	61

Specific standard disclosure		
Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA SOCIALE		
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ		
Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	62-108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	62
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	62
Indicatori		
405-1	Ripartizione dei dipendenti per qualifica in base a genere, età, appartenenza a minoranze e altri indicatori di diversità	35, 62-63
405-2	Rapporto tra lo stipendio medio e la retribuzione media dei dipendenti donne rispetto a quello dei dipendenti uomini per categoria professionale	63-64
NON DISCRIMINAZIONE		
Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	62, 108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	24, 62
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	24, 62
Indicatori		
406-1	Casi di discriminazione e azioni di risoluzione intraprese	Nel corso del 2020 non si sono registrati casi di discriminazione
SOCIETÀ		
MARKETING ED ETICHETTATURA		
Tematiche materiali: Centralità del cliente; Collaborazioni commerciali		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	70-73,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	70-73
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	70-73
Indicatori		
417-2	Casi di non conformità relativi alla comunicazione commerciale	Nel corso del 2020 non si sono registrati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi

Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA SOCIALE		
PRIVACY DEI CLIENTI		
Tematica materiale: Centralità dei clienti		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	82-84, 102-103, 108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	82-84, 102-103
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	82-84, 102-103
Indicatori		
418-1	Numero di reclami relativi alla violazione della privacy e alla perdita dei dati dei Clienti	Nel corso del 2020 non sono stati ricevuti reclami per violazioni della privacy e della perdita dei dati di clienti. 84
COMPLIANCE SOCIO ECONOMICA		
Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	39, 108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	39
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	39
Indicatori		
419-1	Valore monetario delle multe e numero totale delle sanzioni non monetarie per violazione delle leggi e dei regolamenti	Nel corso del 2020 non si sono registrate pene pecuniarie significative e sanzioni non monetarie per la non conformità con leggi e/o in materia sociale ed economica 39

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Deloitte.

Deloitte & Touche S.p.A.
Via Tortona, 25
20144 Milano
Italia

Tel: +39 02 85322111
Fax: +39 02 85322112
www.deloitte.it

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI DELL'ART. 3, C. 10, D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO CON DELIBERA N. 20267 DEL GENNAIO 2018

Al Consiglio di Amministrazione di
Vittoria Assicurazioni S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di Vittoria Assicurazioni S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 predisposta ex art. 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 18 marzo 2021 (di seguito "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standards"), da essi individuati come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Ancona Bari Bergamo Biella Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 33.308.210,00 i.v.
Codice Fiscale/Registro delle imprese di Milano Monza Brianza Lodi n. 03049560266 - R.E.A. n. MI-1720239 | Partita IVA: IT 03049560266

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

© Deloitte & Touche S.p.A.





Deloitte.

2

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
- 2 analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
- 3 comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo;
- 4 comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a);

- 5 comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Vittoria Assicurazioni S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di gruppo:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per Vittoria Assicurazioni S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base dell'attività, del contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e dell'ubicazione, abbiamo effettuato riunioni da remoto nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai GRI Standards.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.


Alessandro Grazioli
Socio

Milano, 2 aprile 2021



VITTORIA ASSICURAZIONI - Società per Azioni
Sede Via Ignazio Gardella 2 - 20149 Milano - Italia
Capitale Sociale Euro 67.378.924 interamente versato
Codice Fiscale e numero d'iscrizione del Registro
Imprese di Milano 01329510158 - R.E.A. N. 54871
Iscritta all'albo Imprese di Assicurazione e
Riassicurazione Sez. I N.1.00014
Società facente parte del Gruppo Vittoria Assicurazioni
iscritto all'albo Dei Gruppi Assicurativi N.008
Soggetta all'attività di direzione e coordinamento
della Capogruppo Yafa S.p.A.



VITTORIA ASSICURAZIONI - Società per Azioni
Sede Via Ignazio Gardella 2 - 20149 Milano - Italia
Capitale Sociale Euro 67.378.924 interamente versato
Codice Fiscale e numero d'iscrizione del Registro
Imprese di Milano 01329510158 - R.E.A. N. 54871
Iscritta all'albo Imprese di Assicurazione e
Riassicurazione Sez. I N.1.00014
Società facente parte del Gruppo Vittoria Assicurazioni
iscritto all'albo Dei Gruppi Assicurativi N.008
Soggetta all'attività di direzione e coordinamento
della Capogruppo Yafa S.p.A.

